


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. А.Н. КОСЫГИНА
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)**



На правах рукописи

Вешнев Василий Павлович

**ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ
ИЗДЕЛИЙ ГРАФИЧЕСКОГО И
ТЕКСТИЛЬНОГО ДИЗАЙНА В СТИЛИСТИКЕ
СТРИТ-АРТА**

Специальность: 17.00.06 – Техническая эстетика и дизайн

Диссертация
на соискание ученой степени
кандидата искусствоведения

Научный руководитель:
кандидат искусствоведения,
доц. Ткач Д.Г.

Москва – 2022

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ВОЗНИКНОВЕНИЕ И СТАНОВЛЕНИЕ СТРИТ-АРТА КАК ХУДОЖЕСТВЕННОГО ЯВЛЕНИЯ.....	10
1.1. Возникновение и этапы становления художественного явления стрит-арт.....	10
1.2. Первоисточники мотивов и образов стрит-арта.....	29
1.3. Выводы по первой главе.....	34
ГЛАВА 2. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ПРИНЦИПЫ СОЗДАНИЯ КОМПОЗИЦИЙ СОВРЕМЕННОГО СТРИТ-АРТА.....	36
2.1. Виды и стили современного стрит-арта.....	36
2.2. Основные направления российского стрит-арта.....	53
2.3. Проектные принципы и методы создания композиций современного стрит-арта.....	59
2.4. Выводы по второй главе.....	78
ГЛАВА 3. ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИЗДЕЛИЙ ГРАФИЧЕСКОГО И ТЕКСТИЛЬНОГО ДИЗАЙНА В СТИЛИСТИКЕ СТРИТ-АРТА.....	82
3.1. Стрит-арт и графический дизайн. Влияние и взаимодействие.....	82
3.2. Стилистика стрит-арта в современном графическом дизайне.....	106
3.3. Художественное проектирование изделий текстильного дизайна в стилистике стрит-арта.....	117
3.4. Выводы по третьей главе.....	130
ОБЩИЕ ВЫВОДЫ.....	134
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	141

ВВЕДЕНИЕ

Художественное явление стрит-арт является неотъемлемой частью современной визуальной культуры и развивается в неразрывной связи с общими процессами в области современного искусства и художественного проектирования. Стрит-арт художники, становление которых происходило в среде так называемого уличного искусства, сегодня становятся активными участниками культурного диалога, предлагают новые художественные и проектно-технологические решения и собственные творческие концепции исполнения проектов в области графического и текстильного дизайна. Относительно новое художественное явление сегодня рассматривается большинством исследователей как особая художественная практика, необходимость исследования и определения критериев оценки которой стоит сегодня в повестке дня.

Актуальность темы определяется:

1. Перспективностью использования проектных принципов и методов современного стрит-арта в графическом и текстильном дизайне;
2. Возможностью актуализировать за счет творческих методов стрит-арта традиционные образно-художественные решения и подходы при проектировании объектов графического и текстильного дизайна;
3. Возможностью усиления коммуникативного аспекта в текстильном и графическом дизайне способами и методами, разработанными современными стрит-арт художниками;
4. Отсутствием научных исследований по теории и практике проектирования графического дизайна и текстиля в востребованной у потребителя стилистике стрит-арта.

Объектом научного исследования являются наиболее значимые произведения современного стрит-арта, рассмотренные в контексте их взаимодействия с современным графическим и текстильным дизайном.

Предметом научного исследования являются проектные принципы и творческие методы стрит-арта, оказывающие существенное влияние на современный графический дизайн.

Целью работы является формирование научной базы, необходимой для исследования влияния стрит-арта как художественного явления на теорию и практику современного графического и текстильного дизайна. Для достижения данной цели в диссертации решались следующие задачи:

1. Исследовать процесс возникновения и периодизировать этапы становления художественного явления стрит-арт.
2. Осуществить типизацию основных направлений современного стрит-арта и классифицировать базовые принципы, используемые для создания художественных произведений в данной области творчества.
3. Определить степень влияния и характер взаимодействия стрит-арта и графического и текстильного дизайна в процессе художественного проектирования дизайн-объектов.

Гипотеза исследования. Отличительным признаком стрит-арта, отделяющим его от граффити, является использование творческих, художественных методов создания произведения с целью достижения контекстуального эстетико-коммуникативного эффекта. Специфика методов создания композиций современного стрит-арта обусловлена необходимостью адаптации композиционных решений к существующей архитектонике и семантике объекта размещения и окружающей его среды.

Стилистика стрит-арта в дизайне – это характерные технические, композиционно-изобразительные и коммуникативно-смысловые компоненты уличного искусства, которые задействуются в различных формах и сочетаниях при создании или оформлении изделия. Элементами стрит-арта, получившими наибольшее распространение в графическом и текстильном дизайне, являются те из них, которые в наибольшей степени отражают характерные для этого вида искусства технические приемы и образно-графический язык

Применение творческих методов стрит-арта предоставляет возможности актуализировать традиционные образно-художественные решения и подходы, а также усилить коммуникативный аспект при проектировании изделий как графического, так и текстильного дизайна.

Методы исследования:

Исследование основано на методологическом принципе, включающем в себя системный анализ явления и комплексный подход к его изучению. В диссертации использовались следующие научные методы:

- *Метод историко-хронологического анализа* - позволил выявить ключевые этапы становления стрит-арта как художественного явления;
- *Метод сравнительно-стилистического анализа* – позволил определить и классифицировать характерные композиционно-изобразительные и коммуникативно-смысловые компоненты, формирующие стилистику стрит-арта;
- *Метод структурно-графического анализа* – позволил определить проектные принципы и методы создания композиций современного стрит-арта;
- *Метод сравнения и аналогии* – позволил выявить специфические элементы стилистики стрит-арта, присутствующие в разработках современных графических и текстильных дизайнеров.

Научная новизна исследования состоит:

1. В разделении понятий граффити и стрит-арт, где первое является элементом молодежной субкультуры, основанной на повторении авторской сигнатуры, а второе представляет собой часть современной художественной практики, основной целью которой становится диалог с рядовым зрителем. Отличительным признаком стрит-арта, отделяющим его от граффити, является использование творческих, художественных методов создания произведения с целью достижения контекстуального эстетико-коммуникативного эффекта.

2. В определении критериев экспертной искусствоведческой оценки художественного уровня произведений стрит-арта.
3. В подтверждении факта эстетической трансформации городской среды при включении в неё произведений стрит-арта.
4. В определении специфики методов создания композиций современного стрит-арта, обусловленной необходимостью адаптации композиционных решений к существующей архитектонике и семантике объектов размещения и окружающей их среды.
5. В формулировании ряда характерных проектных принципов стрит-арта, обусловленных прежде всего его контекстуальностью.
6. В классификации основных направлений современного отечественного искусства, где стрит-арт предстает в своем современном состоянии весьма разноликим, синтетическим видом творческой деятельности, использующим разнообразные изобразительные техники.
7. В определении схожести художественно-образных приёмов, используемых стрит-артом и графическим дизайном.
8. В описании характерных особенностей стилистики стрит-арта, нашедших отражение в произведениях графического дизайна и представляющих собой характерные технические, композиционно-изобразительные и коммуникативно-смысловые компоненты уличного искусства, воплощенные в различных формах и сочетаниях при создании дизайн-продукта.

Теоретическая значимость работы заключается:

- В расширении и систематизации научного знания о процессе становления и развития стрит-арта как особого художественного явления;
- В использовании феноменологического способа периодизации процесса становления и развития современного стрит-арта, в глубоком искусствоведческом анализе его первоисточников, мотивов и образов;

- В научном обосновании использования оптимальных методов работы с элементами стилистики стрит-арта в графическом дизайне.

Практическая значимость работы заключается:

- В разработке критериев экспертной оценки произведений стрит-арта с позиций современного искусствоведения.
- В определении проектных принципов и методов создания произведений современного стрит-арта, наиболее актуальных и перспективных для практической деятельности в области графического дизайна.
- В подготовке и внедрении в учебный процесс специального курса «История и практика современного стрит-арта» для студентов РГУ им. А.Н. Косыгина.

Исследования проводились на кафедре рисунка и живописи, в институте искусств РГУ им. А.Н. Косыгина. Исследование выполнено в рамках гранта Российского фонда фундаментальных исследований, проект № 19-312-90060.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Современный стрит-арт – динамично развивающийся синтетический вид монументально-декоративного искусства, специфика которого определяется его контекстуальностью, разнообразием приёмов, своеобразием художественно-образного языка, нацеленностью на диалог со зрителем, актуальностью сюжетов и тем.
2. На протяжении всего периода существования стрит-арта как художественного явления были разработаны специфические проектные принципы и творческие методы, подтвердившие их эффективность и востребованность в графическом дизайне.
3. Художественное проектирование продуктов графического дизайна в стилистике стрит-арта предполагает освоение разработчиками и исполнителями профессиональных приемов и творческих методов современного стрит-арта.

4. Усилившаяся в последнее время тенденция привлечения художников стрит-арта для создания произведений графического дизайна способствует формированию новых, перспективных творческих подходов и проектных решений в обеих областях творческой деятельности.

Апробация и реализация результатов работы.

Результаты работы были изложены на 6 научных конференциях. Из них 5 международных: Международная научно-техническая конференция «Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности» (ИННОВАЦИИ-2018), 14-15 ноября 2018 г., Москва, Россия; Международный научно-технический симпозиум «Современные инженерные проблемы в производстве товаров народного потребления», 29-30 октября 2019 г., Москва, Россия; Международная научно-техническая конференция «Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности» (ИННОВАЦИИ-2020), 12 ноября 2020 г., Москва, Россия; Международная научно-практическая конференция «Актуальные проблемы монументального искусства», 13–14 марта 2020 г., Санкт-Петербург, Россия; Международный научно-технический симпозиум «Современные инженерные проблемы в производстве товаров народного потребления», 20-21 октября 2021 г., Москва, Россия. И 1 Всероссийская научно-практическая конференция «ДИСК-2017», 20-24 ноября 2017 г., Москва, Россия.

Автором был предложен проект образовательной программы «История и практика современного стрит-арта». Широкие перспективы для применения и необходимость повышения эстетического уровня объектов стрит-арта вызывают потребность в особой художественной подготовке специалистов данного направления, в которой сочетались бы обучение профессиональным методикам большого искусства и проектной культуры.

Публикации. Основные положения диссертации докладывались на четырех научных конференциях, а также опубликованы в 12 печатных

работах, 4 из которых – в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК при Минобрнауки России.

Структура и объем работы. По своей структуре диссертация состоит из введения, трех глав, выводов по каждой главе, общих выводов по работе, списка литературы, приложений. Работа изложена на 150 страницах машинописного текста, содержит 71 рисунок и 1 таблицу. Список литературы включает 109 библиографических и электронных источников.

ГЛАВА 1. ВОЗНИКНОВЕНИЕ И СТАНОВЛЕНИЕ СТРИТ-АРТА КАК ХУДОЖЕСТВЕННОГО ЯВЛЕНИЯ

1.1. Возникновение и этапы становления художественного явления стрит-арт

Термины «граффити» и «стрит-арт» в отечественной публицистике, как правило, употребляются в едином ключе, обозначая практически все нетрадиционные художественные работы, выполненные с использованием техники аэрозольного баллона с краской или техники трафарета. Масштабная монументальная фреска, выполненная граффити-художником, не раз называлась «граффити», а работы граффити-художников, выполненные в контексте государственного молодежного фестиваля – «стрит-артом». В обоих случаях подобное употребление ошибочно, так как граффити и стрит-арт – разные понятия. В научной литературе по данному вопросу не существует единой позиции, многие исследователи стрит-арта называют граффити-субкультуру его частью [1], а некоторые настаивают на принципиальном разделении этих терминов [2]. В первом случае, искусствоведы утверждают, что граффити и стрит-арт части единого явления «уличного искусства» – неформальных, несанкционированных художественных практик, частично разрывающих свои связи с традиционным искусством и существующих исключительно в городском публичном пространстве [3]. Во втором случае, понятия граффити и стрит-арт рассматриваются как обособленные направления, различные по своей художественной задаче; граффити представляется как субкультура, основанная на повторении авторской сигнатуры в публичном пространстве с целью привлечения внимания граффити-райтеров (“graffiti writer”), и только после – широкого зрителя; а стрит-арт, как направление, основной целью которого является диалог с неподготовленным зрителем, что обуславливает более широкие возможности

для изображения и контекстуального посыла [4]. Более подробное рассмотрение и дополнение терминов граффити и стрит-арт является важной задачей, независимо от дальнейшего их применения, так как в силу своей относительной новизны работа по встраиванию данных понятий в существующую систему искусствоведения необходима ввиду их фактического активного развития.

Стрит-арт – это художественное явление, представляющее собой неформальную практику современных художников, заключающуюся в создании художественных работ в публичном городском пространстве, как правило, несанкционированных и не вписывающихся в понимание традиционного искусства. В западной терминологии под стрит-артом также подразумевается «городское (уличное) искусство», «независимое публичное искусство», распространёнными также являются термины «пост граффити» и «нео-граффити» [5].

За последние десять лет последнее время появилось немало публикаций о стрит-арте и его отношениях с другими уличными художественными практиками: о преемственности и размежевании с граффити, о политических возможностях трафаретов (стенсиллов) [6], о борьбе стрит-арта с рекламой («брендализм») [7]. Современную литературу о стрит-арте можно разделить на две основные группы. В первую очередь, это документация в книжно-альбомном формате с большим количеством фотографий и иллюстраций. Во-вторых, это монографические работы о стрит-арте, авторы которых предпринимают попытку показать развитие этого феномена в совокупности его задач и основных параметров – от определения его места и функций в городском пространстве до анализа последствий внесенных уличным искусством изменений [108]. Одновременно многие авторы, опираясь на этнографическую традицию исследований граффити-сообществ в городе, изучают самих авторов стрит-арта, их мотивации и индивидуальные творческие траектории, специфику их отношений с городским пространством

[8]. Во многих тематических монографиях отдельно уделяется особое внимание проблематике самых разных аспектов существования стрит-арта в городе: его пространственных характеристик и его видимости в городской среде, его политики, экономики и эстетики, его принятия или отторжения различными городскими публиками, его влияния на социальное воображение [9].

Термин «граффити» (от итальянского “graffito” – букв. «нацарапанный») в широком смысле обозначает любую надпись или изображение, нарисованные или выцарапанные на любой поверхности в публичном пространстве. В более узком значении граффити изучается археологами и искусствоведами как историческое явление и сопутствующая человеческой жизнедеятельности производная, потому как большое количество рисунков и надписей разных эпох и цивилизаций были найдены при раскопках во многих городах древности [10]. Как правило, исторические граффити и современные исследуют в едином контексте, но для более точной типизации мы предлагаем изучать данные явления отдельно, так как в Древней Руси, и в древности в целом, граффити не являлось субкультурой. То есть не существовало устойчивых групп уличных художников со своей уникальной системой норм и ценностей – данное явление было стихийным. Термин «исторические граффити» употребляется в более узком значении, нежели современное граффити и изучается археологами и искусствоведами как историческое явление и сопутствующая человеческой жизнедеятельности производная, потому как большое количество рисунков и надписей разных эпох и цивилизаций были найдены при раскопках во многих городах древности. Например, известны слепки граффити в Софийском соборе Новгорода, выполненные археологом В.В. Суловым, под наблюдением которого проводилась реконструкция собора в 1990-е годы XIX века. Общее число древнерусских граффити в храме, по результатам исследований составляет уже более пятисот. Надписи на кириллице и глаголице это, как правило,

различные тексты, содержащие всевозможные обращения, оставленные священниками и посетителями собора, расшифровкой которых исследователи занимаются и сегодня [11, 12]. В Новое время существуют примеры исторических граффити, оставленных французскими военнослужащими на пирамидах Египта во время египетской кампании Наполеона. Часто появление исторических граффити сопутствовало временам крупных социальных потрясений и революций. В такие моменты люди выражали свои мысли, идеалы, стремления всеми доступными способами – от несанкционированного нанесения надписей и плакатов в городе до подпольных журналов. Примером исторического граффити было явление, феномен имевший место во время и в первые годы после Второй Мировой Войны. В Германии в 1945 году на стенах Рейхстага было найдено большое количество примеров стихийной графики, оставленной советскими солдатами. Также, американские военнослужащие, проходившие службу в западной Европе, оставляли за собой специфичные надписи, самая известная из которых – “Killroy Was Here” («Килрой был здесь») – как правило, она сопровождалась антропоморфным персонажем, как бы выглядывающим из-за стены.

Термин современное граффити, подразумевает вид городской визуальной культуры, зародившейся в Соединенных Штатах Америки во второй половине XX века. Граффити – уникальное городское интернациональное явление, основанное на принципах открытого, активного, порой агрессивного самовыражения, художественной задачей которого является уникальный способ повторения авторской сигнатуры, в процессе которого проявляется индивидуальность автора и рождается своеобразная манера. Представляя собой состоявшуюся субкультуру, объединяющую художников на общих идейных принципах в различные группы и направления деятельности.

Термин стрит-арт изначально использовался по отношению к творчеству граффити-художников, в попытке обозначить граффити, как вид

искусства. Подобное употребление термина можно встретить во многих художественных и документальных фильмах о граффити-субкультуре 1980-х годов, наряду с термином “subway art” («искусство подземки») [13]. Стрит-арт – это художественное явление, представляющее собой неформальную практику современных художников, заключающуюся в создании художественных работ в публичном городском пространстве, как правило несанкционированных и не вписывающихся в понимание традиционного искусства. В западной терминологии под стрит-артом также подразумевается «городское (уличное) искусство», «независимое публичное искусство», используются также термины «пост граффити» и «нео-графффити» [5]. И сейчас существует мнение, что граффити – составная часть стрит-арта, однако следует провести грань между этими направлениями, так как они совершенно разные по своей сути и ставят перед художниками разные задачи. Стрит-арт отличается большим разнообразием техник, которые могут не использоваться в граффити, и, более того, не ставит задачу создания изображения как такового. В своих работах стрит-арт художники могут использовать не только аэрозольные баллоны с краской (самостоятельно, либо во взаимодействии с трафаретом), но и плакаты, инсталляции, скульптуру, видеопроекцию и, в целом, любую технику, приспособленную для художественной работы в публичном пространстве. Важнейший момент в стрит-арте – диалог с неподготовленным зрителем. Стрит-арт художники не ассоциируют себя с существующими художественными институциями и не противопоставляют себя традиционному искусству, они настаивают на том, что являются художниками «от народа», независимо от уровня подготовки [14].

Подводя итоги краткому разбору терминов, необходимо отметить, что термин «графффити», изначально воспринимаемый как любая неформальная надпись или изображение в городском пространстве, сегодня подразумевает не исторические граффити, не граффити криминогенного толка, а современную городскую субкультуру. Данное уточнение термина произошло

благодаря более детальному изучению проблемы несколькими поколениями исследователей и публицистов. По мере развития и изучения данного явления термин «стрит-арт», обозначающий другое по своим задачам и методам художественное явление, также был вытеснен из понятийного поля «граффити», сузив тем самым значение термина, и упростив задачу для исследователей, помогая им систематизировать изучаемый материал [15].

Как правило, исследуя ранние периоды возникновения современного стрит-арта, искусствоведы работают с историей этого явления на территории США. Возможно, новые поколения исследователей смогут найти аналогичные явления в других индустриальных странах, однако, именно американское уличное искусство стало культовым и его характерные черты получили максимальное развитие и медийное освещение. На данный момент история ранних американских граффити изучено наиболее полно и исследователями могут быть представлены все его периоды, подробности и детали. Следует отметить, что до настоящего момента история явлений граффити и стрит-арт рассматривалась в едином контексте.

В вопросе изучения этапов становления современного уличного искусства необходимо выделить несколько поколений художников, сыгравших решающую роль в развитии технических приемов и творческих методов этого направления. В данном случае при систематизации знаний об уличных художниках, мы руководствовались уже проведенными исследованиями на данную тему, а также персональными оценками художников данными ими для многочисленных интервью для документальных фильмов и прессы.

Всего можно выделить **шесть поколений уличных художников:**

Первое поколение граффити-художников называли «тэггеры» (“taggers”, от английского tag – подпись). Об этом поколении подробно говорит Джек Стюарт (Jack Stewart) в своей книге «Короли граффити» (“Graffiti Kings”); в ней он подробно изучает граффити Нью-Йоркского метро

периода 1970-х годов и дает краткий анализ движения в целом. Он выделяет две основные группы авторов граффити: художники-одиночек (“Loners”) и городские банды, которые тоже активно использовали граффити [16]. На развитие художественной традиции граффити повлияли преимущественно художники-одиночки, не обремененные криминальной жизнью. Одними из художников первой волны были Дэррил Мак-Крей (Darryl McCray), известный под псевдонимом Корнбрэд (Cornbread) и Кул Эрл (Cool Earl) (Филадельфия, США), они в середине 1960-х годов одними из первых стали использовать аэрозольные баллоны для граффити. До этого использовался только промышленный маркер, а еще раньше, вплоть до древности – заточенный камень. Также его отличало и умение находить максимально заметные объекты, интересные поверхности и текстуры, что ценится стрит-арт художниками и сегодня. Корнбрэд в одном из интервью рассказывает о том, как он с единомышленниками искал самые необычные места: не только стены, но и мосты, крыши домов и автобусы. Граффити конца 1960-х и начала 1970-х годов представляет собой стилизованные подписи художников, практически без каких-либо художественных особенностей, кроме манеры письма автора и непосредственно самого провокационного акта вторжения в визуальную среду (рис. 1). Но постепенно граффити становится довольно популярным увлечением и попадает в другие города США, и, в частности, Нью-Йорк, метрополитен которого стал идеальной площадкой для творчества граффити-художников. Как объект для рисования граффити метрополитен являлся барьером, за который не сможет переступить новичок (в силу сложности процесса проникновения в депо), а также лучшим местом для демонстрации граффити; кооперация и конкуренция между художниками служили естественными стимулами для развития. За день поезда Нью-Йоркского метро проходили через большое количество районов. Работа, выполненная в депо метрополитена в районе Бронкс, перед тем как попасть в центр проходила через весь город по наземной линии, доступная миллионам зрителей.



Рисунок 1 – Уличные художники первого поколения

Второе и третье поколение художников (середина и конец 1970-х годов соответственно) заложили фундамент для появления понятия «граффити-художник», так как этот период характеризуется большим разнообразием стилей, высокой степенью конкуренции, а также высокой популярности граффити как в контексте хип-хоп культуры, так и вне ее [17]. В этот период художники много экспериментируют, и граффити уже приобретает привычный для нас вид – преимущественно это стилизованный шрифт, выполненный, по большей части с использованием аэрозольных баллонов с краской [18] (рис. 2). От первого поколения художников и вплоть до наших дней, шрифт – это основа классического граффити. А также элементы, создаваемые в процессе технических усовершенствований художественных средств и техник рисования (насадки для аэрозольных баллонов, трафареты, определенные цветовые комбинации, ставшие каноничными наиболее удачные формы и линии, например, стрелки). Граффити активно заимствует элементы из других видов изобразительного искусства, на данном этапе – общедоступной печатной графики; например, создание собственных персонажей в работах на основе существующих персонажей комиксов, популярных в подростковых сообществах.



Рисунок 2 – Работы уличных художников второго поколения

Также, в середине 1970-х годов появляются и первые работы, в которых имитируются объемные формы. Это было время выхода на творческую арену **третьего поколения уличных художников**. Размер граффити сильно увеличивается в связи с развитием технических средств; настоящие мастера могли позволить себе расписать целый вагон – это было непросто. Работа ночью, на железнодорожных путях на охраняемом объекте представляла большую опасность для художников, однако количество рисунков только увеличивалось. «Граффити подземки» (“subway graffiti”) – период с 1975 по 1985 годы, отличался высокой степенью конкуренции и борьбы за внимание зрителя, творческая работа в метро дала импульс для развития стилей, сформировала традиции субкультуры, и в последующем, четвертом (1980 – 1990-е годы) поколении вернулось на стены в виде больших и сложных, как правило групповых, декоративных работ-панно, называемых «муралами» (“murals”), а также «бомбинга» (“bombing”), довольно агрессивного вида граффити, целью которого является максимальное заполнение городского пространства собственным псевдонимом (рис. 3). Именно на это поколение выпала «золотая эра» граффити: такое название она получила в силу того, что в последующие периоды, а именно в начале 1990-х годов, метрополитен Нью-Йорка стал окончательно закрыт для граффити-художников; с 1985 года активно действовала программа по очистке поездов и улиц от граффити (документальный фильм «Войны стилей», режиссер Тони Сильвер, США,

1983 г.) [19]. Термин «золотая эра», распространенный в среде стрит-арт художников, практически синонимичен понятию «Граффити подземки» (“Subway Graffiti”). Первые издания, такие как “Subway Art” Марты Купер (Martha Cooper), документальные и художественные фильмы - «Войны стилей» (“Style wars”), «Улица Бит» (“Beat street”) и хип-хоп культура в целом, пробудили большой интерес к движению, и оно начало распространяться по городам планеты, о чем свидетельствовали сами граффити-художники в американском документальном фильме 2007 года «Бомби это» (“Bomb It”) режиссера Джона Рейсса (Jon Reiss).

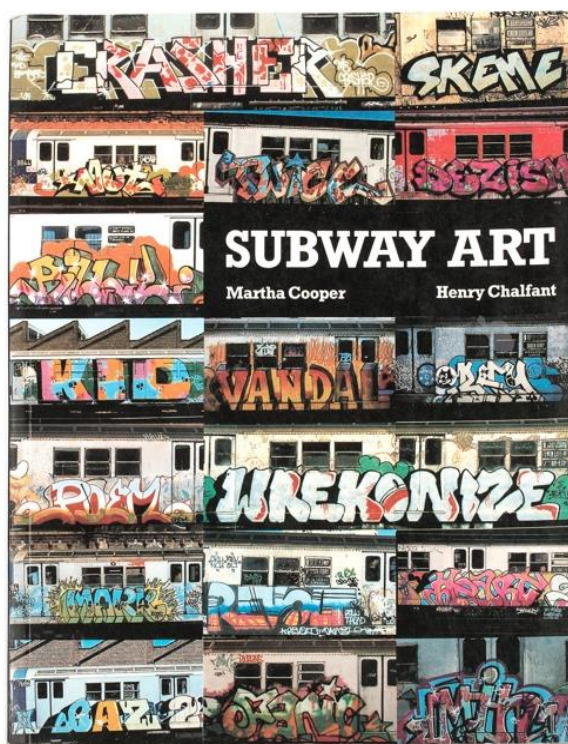


Рисунок 3 – Обложка культовой книги Марты Купер и Генри Чалфанта об искусстве подземки

В первой половине 1980-х годов в художественных галереях Нью-Йорка, таких как Фэшн Мода (“Fashion Moda”), Веселая галерея Патти Астора (“Patti Astor's Fun Gallery”) и Галерея Сидни Дженис (“The Sidney Janis Gallery”) начали выставлять граффити на холстах, авторами которых являлись

представители **четвертого поколения уличных художников** (рис. 4). Демонстрировались работы от Донди Вайт (“Dondi White”), Ли (“Lee”), Зефир (“Zephyr”), Леди Пинк (“Lady Pink”), Дейз (“Daze”), Футура 2000 (“Futura 2000”), Крэш (“Crash”) и Раммельзи (“Rammellzee”). Европейские искусствоведы и продавцы искусства стали ожидать нового творческого движения и с большим интересом отнеслись к новому художественному явлению [18].



Рисунок 4 – Фасад галереи Фэшн Мода, оформленный Нью-Йоркскими уличными-художниками четвертого поколения в 1982 году

Во второй половине 1980-х годов, граффити становится интернациональным явлением, распространяется из Америки в Европу и далее по всему миру [20]. По свидетельствам европейских авторов стрит-арта многие из них в начале творческого пути действительно подражали американским художникам, об этом говорит один из пионеров парижского уличного искусства Хавьер Пру. Граффити субкультура стала популярной в среде городской молодежи в контексте распространения «хип-хоп культуры» в таких странах как Франция, Англия, ФРГ, Швеция, Италия – то есть в странах Европы с самым высоким уровнем урбанизации [21]. Изначально

граффити-художники копировали американские практики, стремясь распространить свою сигнатуру или создавать шрифтовые композиции.

Следующее, **пятое поколение художников**, активных с начала 1990-х и по 2000-ые годы было очень разнообразно в плане стилей и их трактовок, в каждой стране стрит-арт обогащался локальными элементами и особенностями, а также адаптировался к национальной культурной парадигме [22, 23]. Например, в СССР впервые стали использовать кириллицу такие уличные художники, как Вадим «Крыс» из Латвии и «Баскет» из Москвы [24]. Так же, как и в других странах, перенявших граффити из Европы и из США, работы отечественных граффити-художников стабильно сохраняли популярные традиционные изобразительные атрибуты, такие как шрифт и графичность, условность изображения. Нью-Йорк и США оставались эталоном и центром движения, там работало и одновременно работает большое количество мастеров нескольких поколений. В 1990-х годах, граффити-художник из Германии Дейм (Daim) создает эффектные объемные абстракции, стирающие грань между трехмерной графикой и граффити (рис. 5); некоторые художники отказываются от шрифта в работе как такового, появляются реалистичные сюжетные изображения.



Рисунок 5 – Работы художника Дейма 2005-2015 годов

В это время появляется большое количество специализированных изданий, в том числе и периодических, это было вызвано тем, что стрит-арт остро нуждался в документации, а отсутствие должного уровня коммуникации вызывало потребность в отборе и обмене художественным опытом на всех уровнях – от локального до международного [106].

Также в это время получили развитие национальные школы стрит-арта. Стрит-арт в 2000-е годы развивается в контексте мирового процесса глобализации [25]. В тех странах, где граффити и стрит-арт появились и развивались с 1980-х и 1990-х годы, постепенно складываются локальные школы, самобытность которых обуславливается локальными и национальными изобразительными традициями. Художники путешествуют, обмениваются опытом, наблюдают за творчеством друг друга посредством сети интернет, пробуют создавать собственные медиа и интернет-ресурсы, социальные сети, такие как streetfiles.org, которая объединила более 500 000 художников со всего мира и наладила творческое взаимодействие между авторами в мировом масштабе. Локальные или национальные традиции уличного искусства различны: например, латиноамериканская (или калифорнийская) версия стрит-арта соединяет традиционную для этого региона этнокультурную символику (элементы готических шрифтов, традиционные индейские символы) с эмблемами постиндустриального общества потребления, создавая неожиданный гибрид локального и глобального. В свою очередь, европейская (особенно берлинская) линия стрит-арта куда менее озабочена бурлескным смешением этнокитча с глобалистской попсой; здесь стрит-арт исследует антропологические измерения городского пространства [94]. На фасады жилых зданий уличные художники помещают гротескные, сюрреалистические картинки с изображением уродливых существ, практически утративших всякие антропоморфные черты [4]. Говоря о локальной сцене, также необходимо отметить, что и многих стрит-арт художников стран Азии вдохновляли

европейские работы. Например, граффити-художник из Японии Суико (Suiko), живущий в Хиросиме, за время своей творческой карьеры успел побывать и порисовать во многих городах Японии, Кореи, Германии, Италии, Чехии, Англии и США. По словам Суико, немецкие граффити-художники вдохновили его и очень сильно повлияли на развитие его стиля. Интересно, что в своих работах японец использует как латинские буквы, так и иероглифы. Скорее всего, именно поэтому для многих его шрифты выглядят как абстракции (рис. 6).



Рисунок 6 – Работы стрит-арт художника Суико

Шестое поколение уличных художников создает стрит-арт, окончательно оформляет его в самостоятельное направление, посредством заявлений и манифестаций отдельных авторов таких, как Фрэнк Шепард Фейри (Frank Shepard Fairey), Бэнкси (“Banksy”), и т.д. (рис. 7.) С большим энтузиазмом данные авторы представляют себя вне контекста граффити-субкультуры, уже как создателей нового направления в современном, не традиционном искусстве, некими первопроходцами нового жанра. Несмотря на то, что границы понятия стрит-арт остаются довольно размытыми, именно в 2000-х годах данный термин получает устойчивую трактовку в среде уличных художников: стрит-арт – это не повторение авторской сигнатуры и псевдонима, стрит-арт – это попытка создать новое художественное явление, использующее обширный арсенал возможностей городского художника. Популярные стрит-арт художники 2000-х годов стали своеобразными иконами

и образцами для подражания для последующих поколений уличных художников.



а

б

Рисунок 7 – Работы уличных художников шестого поколения

Шепарда Фейри (а) и Бэнкси (б)

Отметим, что процесс документирования является жизненно важной частью стрит-арта. Под документированием, в соответствии с Госстандартом, подразумевается «запись информации на носителе по установленным правилам». Однако жизнь меняется, и правила постоянно дополняются: например, усложнение технических объектов привело к появлению системы электронного документирования, вместе с беспилотниками и лазерным сканированием объектов появился новый способ документирования – 3D (трехмерное документирование) и так далее. Искусство улицы, будучи производным от современных практик вступления искусства в новые альянсы и критические диалоги автора со зрителем и произведением, имеет многообразные формы реализации: граффити, стрит-арт, паблик-арт, мурализм, арт-активизм, медиа-арт, видеомэппинг и другие. Таким образом, многообразие форм воплощения и специфика взаимодействия города и художника меняет само понятие искусства. Идея авторства сменяется идеей множественности авторства; зритель перестает быть пассивным созерцателем;

при встрече с интерактивным произведением зритель становится пользователем; в ходе интерактивного зрительского восприятия происходит изменение материальных свойств образа, в результате чего лишается актуальности и идея закрытого произведения искусства; произведение как таковое исчезает, отныне его заменяют коммуникативные игры и побуждения к действию.

С одной стороны, уличное искусство становится все более популярным, расширяет свои границы до галерей и музеев, с другой – по мере накопления материала этому явлению требуется документирование и последующее осмысление в контексте истории искусств [98]. В мире появляются специализированные музеи стрит-арта (в Санкт-Петербурге, Хельсинки, Берлине и др.), музеи городской скульптуры (в Санкт-Петербурге), однако специфика урбанистического искусства состоит в том, что это явление живет, пока связано с оригинальной городской средой и зачастую не вписывается в рамки замкнутого музейного или галерейного пространства [26]. Уличное искусство должно удивлять и встряхивать от гипнотического воздействия повседневности. Зритель же подготовленный, пришедший в галерею или музей, воспринимает стрит-арт исключительно с эстетической стороны, что не имеет никакого отношения к тому, какой эффект стрит-арт оказывает на улице или на фотографии в Интернете, где эффект неожиданности и контекстуальной игры сохраняется. В статье «Современный стрит-арт: техники и творческие методы» [27] делается предположение, что новый виток в развитии цифровых технологий в 2000-х годах сильно сказался на граффити и стрит-арт художниках, вовлекая их в процесс глобализации с одной стороны, и приближая их к локальному зрителю с другой. Процесс документирования процессов «уличного искусства» стал доступнее, что позволило преодолеть одну из основных проблем произведений граффити и стрит-арта – их недолговечность.

В 2010-е годы стрит-арт художники работают в общественной атмосфере признания их творчества как части современной визуальной культуры, что дает им новые возможности для реализации творческих проектов. Стрит-арт художник получает приглашение участвовать в оформлении городского пространства, взаимодействовать с государственными и частными структурами. Например, в современной России распространены так называемые «патриотические граффити», появившиеся после присоединения Республики Крым к Российской Федерации (рис. 8); на крупных и заметных поверхностях города запечатлены виды и достопримечательности крымского полуострова в композиции со слоганами, различным образом выражающими поддержку данного политического решения.

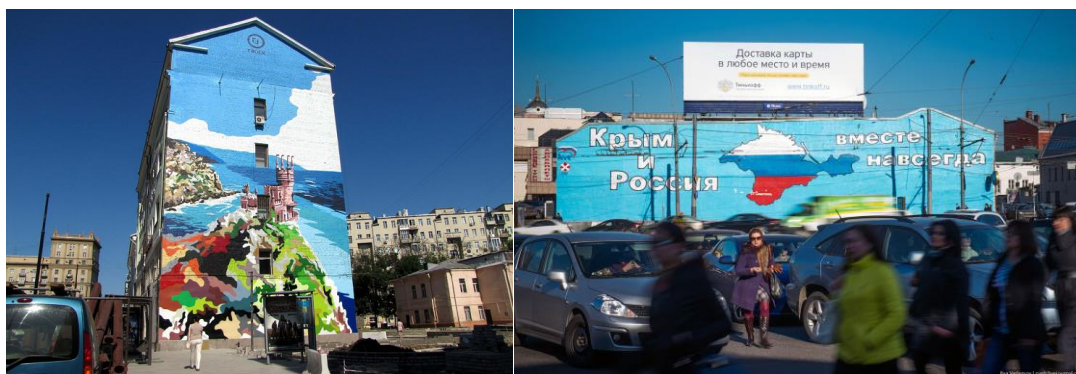


Рисунок 8 – «Патриотические граффити» в городах России

Проявляющие интерес к стрит-арту рекламные компании используют как техники уличного искусства, так и стрит-арт художников напрямую, предоставляя им свободу творчества, или же предлагая работу по определенному сценарию. Во многих крупных городах России также создаются «рекламные граффити», копирующие тот или иной рекламный плакат, например, компании «Аэрофлот» или «Томми Хилфигер» (“Tommy Hilfiger”) (рис. 9).



а

б

Рисунок 9 – Рекламные граффити компании «Аэрофлот» (а)
и «Томми Хилфигер» (б)

В данном случае сложно назвать подобные работы стрит-артом, так как здесь техника спрей-арта используется преимущественно для привлечения внимания, в отличие от печатного рекламного щита или постера - работа стрит-арт художника является более внушительной и производит впечатление значительного рукотворного труда. Все меньше уличных художников остаются исключительно в неформальной среде, повсеместное написание собственного псевдонима становится достаточно маргинальной практикой, сеть-интернет предоставляет большие возможности для самопиара, и тенденции к освоению инструментов медиа и глобальной сети, намеченные в начале 2000-х только усиливаются. Широкое распространение получают работы стрит-арт художников, созданные исключительно для сети-интернет, например, короткие видеоролики, на которых запечатлена та или иная инсталляция в процессе ее создания; так как большая часть стрит-арт работ является произведениями недолговечными, подобное фиксирование позволяет документировать рабочий процесс и результат, а также предложить ее большему количеству зрителей.

Стрит-арт художник имеет возможность быть отмеченным на выставках современного искусства, его уже невозможно отделить от общей формальной

и неформальной городской культуры. Количество художников, признанных и отмеченных на различных фестивалях и биеннале современного искусства увеличивается, что только подогревает энтузиазм авторов, гарантируя им востребованность их творчества и внимание публики. Становление стрит-арта как самостоятельного вида изобразительного искусства в городе происходило под воздействием ряда факторов. Среди них и уже упомянутые нами пешеходные улицы, и складывающаяся ситуация в современном постиндустриальном обществе, связанная с переоценкой ценностей. У идущего на смену «экономическому человеку» индустриального общества современного «эстетического человека» возникает потребность в городских пространствах с более высокими художественно-эстетическими качествами, в уникальном предметном и пространственном окружении [28].

Описанный выше вклад шести поколений уличных художников в становление и развитие стрит-арта обобщен и представлен нами в табл. 1.

ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО СТРИТ-АРТА			
ЭТАПЫ	ХРОНОЛОГИЯ	ТЕХНИЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ И ТВОРЕЧЕСКИЕ МЕТОДЫ	ПЕРСОНАЛИИ
I. Возникновение художественного явления	1990-2000 гг.	Техники «классического» граффити: теггинг, спрей-арт, художественная интервенция, однослойный граффит	Ж. М. Баския, К. Харинг, К. Проу (Blek le Rat)
II. Качественное развитие и техническое совершенствование	2000-2010 гг.	Новые техники и методы: художественная типографика и медиа-коллаж, фотография, инсталляции и перформанс, видео-арт	III. Фейри, Space Invader, Zeus
III. Популяризация в информационно-медийном пространстве	2010-2020 гг.	Современные техники и методы: многослойный граффит, синтез спрей-арта и монументальной живописи, моделирование объектов, использование социальных медиа, световые граффити и проектор	Бэнкси, Павел 183, К. Харрингтон

Таблица 1 – Этапы становления современного стрит-арта

1.2. Первоисточники мотивов и образов стрит-арта

Определение стрит-арта, как правило, ограничивается общими фразами о специфическом направлении в современном изобразительном искусстве с ярко выраженным урбанистическим характером, при этом зачастую исследователи смешивают понятия граффити и стрит-арт. Зачастую, стрит-арт художники используют граффити, однако к стрит-арту также относятся некоммерческие плакаты и постеры, трафареты, инсталляции и перформансы.

Вопрос о принадлежности жанра трафарет-граффити к стрит-арту является актуальным, учитывая, что большая часть современных художников данного направления активно использует трафареты. Однако трафарет-граффити появилось раньше, чем стрит-арт, включающий в себя более широкое количество возможных направлений деятельности художника. Также, долгое время трафарет воспринимался исключительно, как инструмент граффити-художника, что в любом случае не позволяет отделить трафарет-граффити от современного граффити. Однако нужно учитывать тот факт, что в работах трафарет-граффити не всегда присутствовал псевдоним создателя, порой замененный авторским символом. Это говорит о том, что художники, работавшие с трафаретами, отошли от навязчивого шрифта и псевдонима, что в 1990-х годах было актуально в зарождающейся среде стрит-арт художников. Таким образом, выделяя трафарет-граффити в отдельный жанр современного граффити, мы подразумеваем его как часть граффити субкультуры, связанного с ним исторически. И в то же время выделяем трафарет-граффити как некий предвестник стрит-арта, и в таком случае данный жанр претендует на самостоятельность, и предстает как отдельное направление деятельности уличных художников XX-XXI века.

С 1960-х по 1980-е года XX в. основной целью занятием граффити было повсеместное написание собственного псевдонима, повторение одного и того же сообщения на определенной территории (городской район, город, штат и

так далее) что, в прямом смысле обеспечивало узнаваемость автора. Художественные особенности «тэга» или шрифтовой композиции были подчинены задаче выделиться из массы других художников, стать более заметным в прямом смысле: быть ярче, больше, контрастнее и т.д. В гонке за количество или уникальное качество работ родились два основных направления классического граффити: «бомбинг» и «райтинг» – долгие годы именно они определяли основной путь развития граффити. Большое количество авторов, повторяющих шрифтовые композиции стали представлять собой единую массу, воспринимаемую по отдельности только подготовленным зрителем [29].

Стрит-арт художники делали ставку не на повторение своей сигнатуры, а на уникальность образа, независимого от шрифта, поэтому в отличие от граффити-художников, они работают с неподготовленным зрителем, с самой широкой аудиторией. Именно поэтому, одной из особенностей стрит-арта является активная эксплуатация популярной культуры. Использование существующих образов, их искажение, адаптация и ирония – естественная постмодернистская практика, и стрит-арт художники так же прибегают к ней, так как существующий зритель позитивно воспринимает подобные моменты; современная культура переполнена образами и иконами, и конечно, стрит-арт художники не были первопроходцами в области ее эксплуатации. Бэнкси в своем документальном фильме «Выход через сувенирную лавку» в 2010 году делает прямые отсылки к творчеству Энди Уорхола, утверждая, что эксплуатация символа не есть открытие стрит-арт художников. Данное направление зарождалось в попытке обобщить идеи и опыт граффити-художников – взять лучшее, и вывести это на обозрение более широкой аудитории, которое перестало воспринимать граффити, как нечто новое. Продолжая борьбу за городское пространство, стрит-арт художники решили отойти от каноничных техник и воспользоваться опытом из совершенно чуждых для граффити-субкультуры областей, например, рекламных агентств

и типографий, где художники стали создавать собственную печатную продукцию. Вместо шрифтовых композиций и распространения сигнатур стрит-арт художники предложили распространять авторский символ, определенное изображение, копируя или изменяя его, как это делает известный художник Шепард Фейри. Также стрит-арт художники с большим вниманием отнеслись и к трафарет-граффити, превознося его как самостоятельную практику и повышая уровень художественной выразительности работ с применением данных техник [30].

Использование техник классического и трафарет-граффити – это отправная точка для стрит-арта, однако в развитии данного направления нет субкультурных, сюжетных и прочих довольно условных ограничений, что позволяет использовать большой арсенал техник для контакта со зрителем. Доступ художников к частным полиграфическим и типографским конторам позволил активнее использовать технологии уличной рекламы, такие как: постеры, небольшие наклейки «стикеры», сложные, большие трафареты и т. д. Используя авторский плакат, как часть концепции, стрит-арт художник продолжал отход от рамок и ограничений – теперь он имеет на вооружении, как наработки рекламных кампаний (использование их манер и технологии), так и в целом, большой простор для творчества, обусловленный принципиальным подходом стрит-арта, декларирующего свободу от догмата.

В капиталистических странах спрос на продукцию для граффити-художников создал предложение и в 1990-х годах появились первые компании по производству специальных материалов, отвечающие на запросы художников: контролируемая толщина линии наносимой на стену, расширенные палитры цветов, управляемое давление краски в аэрозольных баллонах, специализированные форменные насадки и т. д. Подобное изобилие материалов и возможностей во многом послужило стимулирующим фактором для появления и развития стрит-арта, как самостоятельного направления;

доступность уличного искусства привлекала большое количество художников в неформальное взаимодействие с городской средой.

Постепенно технический аспект перестает быть ключевым для стрит-арта, художники начинают работать с материалами нестандартными не только для граффити, но и для станкового и монументального искусства, как такового – появляются первые инсталляции (рис. 10). Сегодня, стрит-арт художники могут создавать свои работы из самых различных, удивительных материалов. В целом, в борьбе за уличное и культурное пространство, стрит-арт приобрел важную черту – использование любых средств и технологий [10].



а

б

Рисунок 10 – Стрит-арт инсталляция от Ревс (Revs) в Нью-Йорке в 2007 г. (а), стрит-арт инсталляция от Бэнкси (Banksy) в Лондоне, 2011 г. (б)

Известный российский стрит-арт-художник Павел 183, получивший прижизненное и посмертное признание, был неоднократно отмечен российскими искусствоведами; на выставках «Наше дело подвиг» [31], а также чередой документальных фильмов и публикаций. В своем творчестве Павел 183 не придерживался техники исключительно «спрей-арта», он пробовал новые техники, использовал проектор и достижения в области цифровых технологий (рис. 11).



Рисунок 11 – Световые граффити Павла 183 Пухова, 2010 г., Москва

При внимательном рассмотрении истории современного граффити и стрит-арта, можно сделать вывод, что данные явления могут рассматриваться как вместе в контексте неформального городского творчества, так и самостоятельно, как различные по своей сути художественные явления, отличные по своей сути и возникающие в разные исторические периоды.

На данный момент известно множество тем и мотивов, затрагиваемых в работах данного направления: поп-арт, различные объекты быта, герои комиксов, культовые личности, музыкальные легенды, звезды телеэкрана, животные, человеческие лица, маргиналы, скейтбординг, протест, различные коды, поэзия и кости [8]. Первоисточники мотивов и образов стрит-арта уходят корнями в субкультуру граффити и других неформальных городских художественных практик, они вбирают в себя шрифтовые, сюжетные и фото-изображения из общедоступных рекламно-коммуникативных ресурсов, массовой культуры и современного искусства.

Основные первоисточники мотивов и образов современного стрит-арта представлены на схеме (рис. 12).

ОСНОВНЫЕ ПЕРВОИСТОЧНИКИ МОТИВОВ И ОБРАЗОВ
СОВРЕМЕННОГО СТРИТ-АРТА



Рисунок 12 – Основные первоисточники мотивов и образов современного стрит-арта

Они включают графический лексикон субкультуры граффити и неформальных городских художественных практик; городская рекламно-коммуникативная графика (товарные знаки, логотипы, пиктограммы); газетно-журнальные типографика и сюжетные изображения (иллюстрации, карикатуры, комиксы); печатные плакаты и постеры (рекламные, политические, художественные); фото-графика (фотоизображения культовых персон, знаковых событий и символов); видео-арт (эстетика видеоклипов и видеоигр); образный язык современного станкового и монументального искусства.

1.3. Выводы по первой главе

Было установлено, что граффити и стрит-арт – различные понятия, где первое представляется как молодежная субкультура, основанная на повторении авторской сигнатуры в публичном пространстве с целью привлечения внимания граффити-райтеров, и только после – широкого

зрителя, а стрит-арт — это современная художественная практика, основной целью которой является диалог с неподготовленным зрителем. Отличительным признаком стрит-арта, отделяющим его от граффити, является использование творческих, художественных методов создания произведения с целью достижения контекстуального эстетико-коммуникативного эффекта.

Зародившись в Америке в первой половине 1990-х, современный стрит-арт за последние десятилетия прошел три основных этапа становления, в течение которых совершенствовались его технические приемы и творческие методы, от способа самовыражения маргинальных групп он стал признанным видом искусства, объектом собирательства, музеефикации и успешных продаж. Ключевую роль в развитии стрит-арта сыграли художники Ж.М. Баския, К. Харинг, Ш. Фейри и Бэнкси. Среди художников можно выделить шесть поколений, каждое из которых приносило новые технические методы и приемы создания произведений стрит-арта.

Первоисточники мотивов и образов стрит-арта уходят корнями в субкультуру граффити и других неформальных городских художественных практик, вбирают в себя шрифтовые, сюжетные и фотоизображения из общедоступных рекламно-коммуникативных ресурсов, массовой культуры и современного искусства. Основными первоисточниками мотивов и образов современного стрит-арта являются: графический лексикон субкультуры граффити и неформальных городских художественных практик, городская рекламно-коммуникативная графика (товарные знаки, логотипы, пиктограммы), газетно-журнальные типографика и сюжетные изображения (иллюстрации, карикатуры, комиксы), печатные плакаты и постеры (рекламные, политические, художественные); фото-графика (фотоизображения культовых персон, знаковых событий и символов); видео-арт (эстетика видеоклипов и видеоигр), образный язык современного станкового и монументального искусства.

ГЛАВА 2. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ПРИНЦИПЫ СОЗДАНИЯ КОМПОЗИЦИЙ СОВРЕМЕННОГО СТРИТ-АРТА

2.1. Виды и стили современного стрит-арта

Представляется возможным типизировать современный стрит-арт по техникам и материалам, используемым для его создания. Отметим, что процесс создания граффити различается в зависимости от поставленных художником задач и масштаба работы.

Стихийно пытаясь типизировать ранние формы стрит-арта, художники первых поколений называют «бомбингом» и «райтингом» различные типы собственной активности; некоторые из них специализировались на одной, игнорируя другую.

Бомбинг (“Bombing”) – на граффити-сленге обозначает активные действия, основной целью которых является стремление заполучить лучшее место для граффити, сделать его там, где оно привлечет больше внимания, заполнить улицы своими надписями, оставить как много больше «бомб» (“bomb”) – упрощенных для этой цели рисунков, в большинстве случаев, представляющих собой авторские псевдонимы художников [32].

Термин «Райтинг» (“Writing”) – используется в двух значениях. В более общем значении, райтинг – это деятельность граффити-художника в целом, так как первые десятилетия граффити воспринималось и являло собой движение художников, акцентирующих внимание исключительно на слове или своем псевдониме. В буквальном смысле, они писали на стенах, это и обозначило граффити-художников, как райтеров – «пишущих». В более узком смысле райтинг означает спокойное рисование, когда у автора есть возможность сделать работу детализированной, не задумываясь об окружении или административном правонарушении. Как правило, при

райтинге используется большее количество краски, особое внимание уделяется качеству рисунка.

Если говорить о тег-граффити, то в техническом смысле процесс его создания представляет собой, в широком смысле, систематическое написание собственного псевдонима на поверхностях городской инфраструктуры. Под систематическим написанием подразумевается постоянная практика написания, которая делает тег узнаваемым в граффити-среде. В более узком значении, тег – это нанесение маркером либо любым другим пишущим средством на любой поверхности. На граффити-сленге присутствует понятие «скрэтч» (“scratch”, «царапина») и обозначает нацарапанные, преимущественно на стеклах вагонов и автобусов теги. Их относительная популярность в среде граффити-художников обусловлена потребностью в сохранении тега как можно более долгое время. Таким образом, тег, с технической точки зрения, подразумевает элементарное письмо, где постоянно видоизменялись материалы (камни, уголь, маркеры и так далее) и стилистическая манера.

Практически все стрит-арт художники в качестве своего первого и наиболее часто используемого художественного материала называют промышленный маркер [33]. Элементы, такие как подчеркивания, стрелки, точки, кавычки и овалы, увиденные однажды, передавались из одного поколения художников к другому. Посредством заимствования, они изменялись и преобразовывались в новые теги, формируя их особый и характерный исключительно для граффити внешний вид. Для стрит-арта художников начала 1970-х годов тег был основным способом для самовыражения. На раннем этапе развития стрит-арта для нанесения тегов использовали и самодельные маркеры, создаваемые из подручных средств [89]. Работа с нестандартными материалами в поисках оптимального решения для той или иной поверхности привела художников к созданию специализированных кислотных чернил для стекол вагонов Нью-Йоркской

подземки. Особый состав кислоты, сочетаемый с пигментом неизвестного, предположительно технического, происхождения выжигал поверхность и оставлял физический след, который невозможно было смыть, и единственным выходом для сотрудников метро оставалось заменить стекло вагона полностью. Экспериментирование с материалами и техниками в граффити, художественный поиск не остановился и после 2000-х [34]. Например, к 2010 году, популярность и распространение получил необычный инструмент, представляющий собой огнетушитель, заполненный краской: он позволял делать многометровые в высоту буквы, совершать вандализм в невиданных ранее масштабах (рис. 13). Огромные буквы, казалось, станут революцией в мире граффити, позволяя делать так называемые «теги» на новом уровне, однако на данный момент данным видом тег-граффити, занимаются немногие.



Рисунок 13 – Техника рисования огнетушителем, заправленным краской в работах стрит-арт художников

После неоднозначного процесса коммерциализации уличного искусства, сопровождающего движение по мере его популяризации, практически все специализированные приспособления и инструменты находятся в продаже под марками всемирно известных компаний-

производителей. Например, чернила Стэлс Инк («Stealth Inc»), проявляющие себя на поверхности лишь спустя несколько часов, предназначенные исключительно для граффити, находятся в свободной продаже и очень популярны в Москве, имеют характерно темно-коричневый оттенок и часто встречаются в вагонах метро.

Промышленный и самодельный маркер долгое время были единственными инструментами в руках граффити-художника. Собственный автограф повсюду оставляли, как пионеры граффити, так и современные стрит-арт художники. Собственный стиль письма высоко ценится, а уровень мастерства достигается исключительно путем многочисленных тренировок и практики, как на бумаге, так и на поверхностях. С началом использования для тег-графффити аэрозольных баллонов с краской, граффити-художники получили возможность для более полного самовыражения, и, тем не менее, тег-графффити сохранилось, оставаясь важной частью граффити-движения. Уникальная подпись, выполненная мастерски, порой непонятная, для непосвященного зрителя, является показателем уровня художника, демонстрирует его авторский подход к граффити, приверженность традициям субкультуры, либо презентует авторские новаторские элементы.

Классическое граффити подразумевает под собой работу исключительно с аэрозольным баллоном. И в данном случае существуют техники, так называемой заливки, нанесения контура и определенный порядок в нанесении слоев краски. Например, традиционное граффити представляет собой многослойный рисунок, где сначала осуществляется разметка в соответствии с эскизом, затем происходит заливка обозначенных цветовых плоскостей, образующих внутренний колорит букв, а далее наносится контур и дополнительные элементы, наличие которых зависит от стиля и сложности граффити-работы.

В зависимости от условий, в которых выполняется работа, меняется и уровень качества исполнения. Например, когда граффити-художник

выполняет рисунок в относительно безопасных условиях, он может реализовать более сложные эскизы. В то время как при выполнении нелегальной работы, он вынужден сокращать общее время рисования до минимума. Например, команда граффити-художников из Швеции, известная как Вуфк (Wufc), могла успеть нанести рисунок на поезд метро, пока тот совершает посадку пассажиров (рис. 14). Поэтому упрощенные формы букв характерны для нелегальных работ в сложных условиях. Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод о том, что условия, в которых создается граффити-работа, напрямую влияют, как на сложность рисунка, так и на его качество.



Рисунок 14 – Раскадровка поэтапного создания граффити из авторского видео команды Wufc 2007 г.

«Классическое» граффити – рисунки граффити, основным мотивом, которых является псевдоним автора, выполненный в технике стилизованного шрифта. Композиция и стилизация работ может изменяться в зависимости от видения автора, однако основой и характерной чертой классического граффити является шрифт. В зависимости от условий, в которых выполняется работа, меняется и уровень качества исполнения. Например, когда стрит-арт художник выполняет рисунок в относительно безопасных условиях, он может реализовать более сложные эскизы. В то время как при выполнении

нелегальной работы, он вынужден сокращать общее время рисования до минимума. Обобщая вышесказанное, мы делаем вывод о том, что условия, в которых создается граффити-работа, напрямую влияют, как на сложность рисунка, так и на его качество [102]. Доступный и мобильный, незаменимый при работе с неоднородной текстурой городской инфраструктуры, аэрозольный баллон стал незаменимым помощником граффити-художника. Большинство известных работ граффити самых разных периодов выполнены с помощью этого инструмента [35].

Но считать аэрозольный баллон исключительным инструментом для рисования ошибочно, так как стрит-арт художники используют целый ряд вспомогательных средств и материалов в работе по творческому взаимодействию с городской средой. В стремлении увековечить свое имя на улице, первые поколения граффити-художников научились приспособлять порой совершенно не предназначенные для рисования предметы.

Стенсил-арт – это направление активности современных стрит-арт художников с начала 1980-х годов и до сегодняшнего дня, характеризующееся использованием трафаретов и аэрозольных баллонов с краской, для нанесения изображений или надписей в городской среде [36]. Техника трафарета была известна человечеству еще с древности, первобытные люди прикладывали руку к стене и наносили вокруг нее цветной пигмент, при этом оставался четко обозначенным силуэт ладони. Современные стрит-арт художники используют все подручные средства для создания трафаретов: бумагу, картон, линолеум, пластик и даже металл. Аэрозольные баллоны с краской оказались удобным и экономичным средством для создания трафарет-граффити, потому что они более мобильны, чем краска в жестяных банках и малярные кисти. Характерное распыление при должном мастерстве позволяет избежать лишних подтеков. Техника создания трафаретов развивается, и сегодня можно встретить многоцветные трафарет-граффити, созданные посредством использования множества слоев краски и посредством использования

нескольких трафаретов (рис. 15). Подобную технику довел до совершенства британский стрит-арт художник Бэнкси.



Рисунок 15 – Техника нанесения многослойного трафарета

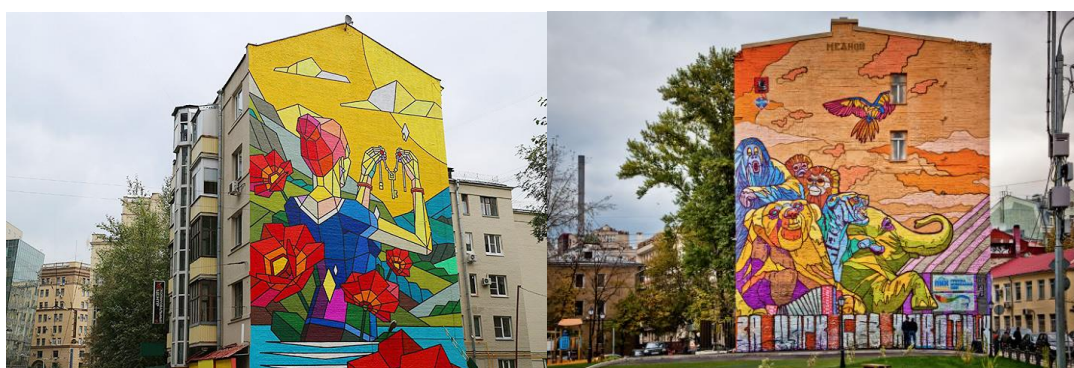
По ряду аспектов трафарет дает неоспоримые преимущества перед традиционными инструментами для граффити, позволяя наносить изображение предельно быстро, и предоставляя автору возможность в достаточной степени детализировать изображение, подготовив его заранее. Трафарет по своим характеристикам не уступает плакату, но не требует использования типографии и большого количества ресурсов, и именно поэтому стал популярным [37]. Одни из первых произведений стэнсил-арта были созданы в Париже 1981 году местным пионером граффити Хавьером Пру, известным под псевдонимом Блик Ле Рат (“Blek Le Rat”) [38]. В интервью для документального фильма «Бомби Это» (“Bomb It”), он утверждал, что классическое американское граффити было трудно совместить с архитектурой парижских улиц, что и подтолкнуло его к поиску новых техник. К 1985 году трафарет-граффити появились и в других городах мира, включая Нью-Йорк, Сидней и Мельбурн [39].

Стрит-арт в целом зарождался в попытке обобщить идеи и опыт граффити-художников – взять лучшее, и вывести это на обозрение более

широкой аудитории, которое перестало воспринимать граффити, как нечто новое. Продолжая борьбу за городское пространство, стрит-арт художники решили отойти от каноничных техник и воспользоваться опытом из совершенно чуждых для граффити-субкультуры областей, например, рекламных агентств и типографий, где художники стали создавать собственную печатную продукцию. Вместо шрифтовых композиций и распространения сигнатур стрит-арт художники предложили распространять авторский символ, определенное изображение, копируя или изменяя его, как это делает известный художник Шепард Фейри. Также стрит-арт художники с большим вниманием отнеслись и к трафарет-графффити, превознося его как самостоятельную практику и повышая уровень художественной выразительности работ с применением данных техник [30].

Помимо шрифтовых в стрит-арте значительное место занимают сюжетные реалистические изображения. Выделим три основных способа создания реалистичного сюжетного изображения в стрит-арте. Первый способ – это перенос изображения «на глаз», который предполагает угадывание масштаба композиции, пропорций изображения, расположения осевых точек, применение лессировки для минимизации ошибок и неточностей; при должном уровне подготовки автору потребуется несколько часов работы и исправлений, прежде чем изображение станет реалистичным. Второй способ – работа с эскизной сеткой, координаты которой переносятся на стену, что делает возможным поэтапное последовательное копирование фрагментов изображения из эскиза. Важный момент при этом – сохранение общего каркаса композиции, который пластически должен быть гармонизирован с окружающей средой. Третий способ переноса эскиза на стену – световой проектор, при котором изображение проецируется на стену, а автор буквально раскрашивает то, что видит, делая исправления, периодически выключая проектор. Основное отличие стрит-арт художника от художника традиционного монументального искусства заключается в том, что он

работает с ранее созданной урбанистической средой, в которой изначально наличие его произведений не предполагалось. Задача стрит-арт художника – контекстуальное эстетическое и коммуникативное обновление в городском пространстве посредством создания новых смыслов и художественных образов [40]. Для современного стрит-арта характерно стремление к содержательной актуальности композиций, а также нацеленность на быстрый отклик на ключевые события современности [109]. Для масштабных, заказных работ сюжетного паблик-арта характерны отсылки к значимым событиям и персоналиям национальной истории [99]. В качестве яркого примера можно привести проект московской мэрии 2013 года «Лучший город земли» (рис. 16), в ходе реализации которого на фасадах десятков домов в центре Москвы были изображены знаковые персоналии российской истории и выдающиеся деятели культуры [41].



а

б

Рисунок 16 – Мурал Дмитрия Аске (а), Мурал Алексея Медного (б), Москва, 2013 г.

В работе Н.А. Цыгиной «Уличное искусство в контексте современной визуальной культуры» [1] приведена система типизации граффити по стилям, которая, скорее всего, была вдохновлена устоявшейся типизацией, широко распространенной среди стрит-арт художников конца 1990-х – начала 2000-х годов. Ею были выделены стили, в которых исполняются шрифтовые композиции, однако, данный подход не вполне оправдывает себя в связи с

бурным развитием данного направления, так как большое количество работ, выполненных за последние десятилетия, практически сложно как-либо классифицировать по стилевым особенностям, в связи со стремлением каждого автора создать свой, неповторимый стиль.

Среди видов современного стрит-арта можно выделить следующие: принт-арт, пост-граффити, паблик-арт, инсталляции и перформансы.

Наиболее распространенными стилями современного стрит-арта являются следующие: стиль оп-арт, стиль поп-арт, реалистический стиль (мурализм), абстрактный стиль (цветопись и графика), трафаретный стиль (стенсил-арт), каллиграфические стрит-арт стили (леттеринг) (рис. 17).

В течение последних пятнадцати лет стрит-арт прошел путь от модной городской новинки до прочной позиции в официальных туристических путеводителях по городам и отдельным районам (таким, как берлинский Кройцберг, парижский Бельвиль, лондонский Шордич, нью-йоркский Вильямсбург и так далее). Если типизировать работы граффити-художников, анализируя цели, которые они преследуют в исполнении своих работ, то можно выделить три основные группы рисунков граффити, разделенных по задачам, которые ставят авторы, это: личное самовыражение, политическая агитация и пропаганда, и коммерческие граффити.

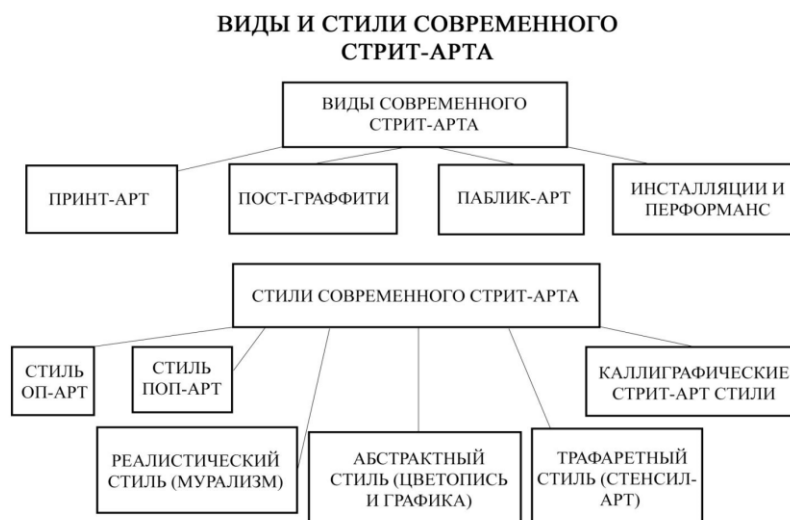


Рисунок 17 – Виды и стили современного стрит-арта

В случае реализации потребности в личном самовыражении как мотива для нанесения того или иного рисунка, либо для занятия граффити в целом, граффити-художник руководствуется исключительно эстетическими, но в любом случае сугубо субъективными побуждениями. В данной категории находится большая часть существующих современных граффити, независимо от того, желает ли автор прославиться в среде граффити-субкультуры, или же создать произведение искусства.

Коммерческие граффити, как правило, широко распространены в среде зарекомендовавших себя мастеров граффити, способных вести грамотный диалог с заказчиком, и продемонстрировать высокое качество исполнения работ. Рекламные кампании, частное оформление и дизайн, составляют большую часть работ коммерческого граффити. Известно множество успешных проектов, а компании-производители граффити-краски и аксессуаров периодически поддерживают выдающихся художников, не стесняя их в свободе самовыражения, используя их как часть рекламной кампании для того или иного продукта, например, новой линии цветов краски для граффити. Рисунки, сделанные с целью политической агитации и пропаганды, встречаются реже, однако стабильно присутствуют в общем контексте граффити с первых поколений уличного искусства. Антифашистские, антикапиталистические, националистические и другие виды политических граффити встречаются наиболее часто в трафарет-граффити в связи со спецификой данного направления, а также потому, что в классическом граффити, а тем более коммерческом, политические граффити – редкость. В целом, коммерческое или социально-значимое, легальное граффити можно называть термином – паблик арт [42, 43, 107].

Многие современные стрит-арт-художники, сегодня, в своих работах созвучны с художниками-монументалистами, реализуют большие художественные задачи. Многометровые композиции, выполняемые в

формате: частного заказа по оформлению объектов, в целях повышения эстетической составляющей городского пространства стали привычной составляющей современных проектов по обустройству индустриальных и жилых районов [44].

На данный момент можно выделить целый ряд авторов и характерных приемов, которые позволяют стрит-арт-художникам успешно встраивать свои работы в городскую среду – преобразование городской среды с художественных позиций есть одна из составляющих стрит-арта. Одним из наиболее характерных методов, демонстрирующих способы построения композиции стрит-арт-художниками является синтез классического стрит-арта и оп-арта, где элементы последнего заимствуются в целях наиболее эффективной работы с плоскими городскими поверхностями. В качестве примера можно привести масштабные 3Д муралы Питы (Peeta), который сочетает объемное граффити и техники создания оптических иллюзий (рис. 18).



Рисунок 18 – Оп-арт композиции в муралах Питы (Peeta) 2010-х годов

Высокая плотность населения в крупных городских центрах требует для современного человека нового пространства для жизнедеятельности, иллюзорное расширение этого пространства достигается художественными приемами стрит-арта. Косвенная и прямая экспроприация стилистик и методик различных направлений изобразительного искусства XX века – естественный для урбанистической визуальной культуры метод, характерный также и для стрит-арта [44]. В современном городе мы имеем пространства плоскостей, зачастую сформировавшихся стихийно, не связанных друг с другом стилистически – такая среда требует от художника стрит-арт поиска компромисса между собственно графическим произведением, реализуемым на поверхности, и средой, формирующей общий контекст произведения. Оп-арт, проникший во все сферы дизайна в 1960-х годы XX века, стал интересен многим дизайнерам из-за эффекта, производимого на зрителя ощущаемой иллюзией, а также фактом визуального изменения формы, поверхности объекта без изменения конструкции [45, 46]. Зарождение «объемного» граффити, которое создало техническую базу приемов будущего художественного стрит-арта, началось с распространения идей стиля Дейма. Его граффити хотя и являлись декоративным развитием классических текстовых композиций, однако в них проявлялось стремление к активному использованию законов перспективы и учета особенностей восприятия изображения, на определенном этапе его творчества имитация объема стала полноценной иллюзией, впечатляющей своим мастерством.

Если типизировать возможные разновидности оп-арт-композиций в современном стрит-арте, то можно разделить существующие примеры на несколько групп: геометрические оп-арт-композиции, использующие, в первую очередь, различные вариации контрастных комбинаций простых форм и фигур, динамики, ритма, вдохновенного классическим оп-артом в живописи, для которого свойственно активное использование контрастного или тающего

цвета в полутонах; геометризированный рисунок в виде точек, линий, кривых, спиралей, вызывающий эффект «вторичных образов», создающий иллюзию движения, а также реалистические композиции-обманки, построенные по принципу создания эффекта окна, «пролома» в пространстве; а кроме того стрит-арт-инсталляции и объекты, имеющие цель создать иллюзию при помощи нестандартных техник, например сграффито [100].

Международно-известным автором современных геометрических оп-арт иллюзий в стрит-арте является испанец аргентинского происхождения Фелипе Пант Уан (Felipe Pantone), в основном работающий как стрит-арт художник, иллюстратор и дизайнер, выполняющий свои композиции в характерном стиле, задействующим открытые цвета, геометрические паттерны и элементы оп-арта (рис. 19). Начав выставлять свои работы в галереях с 2006 года, он стал популярным автором, имеющим коллаборации и работы совместно с крупнейшими мировыми брендами. Его композиции отсылают к яркой цветной типографике, элементам стилистики «синти-попа» и ретро. Характерно активное использование градиента, открытых цветов, смешивание и наложение геометрических фигур, их преломление в пространстве с учетом последующей фотосъемки. Также стоит отметить концепцию динамизма, визуального диалога, присущую его работам, сильно привязанных, как правило, к архитектуре места или объекта.

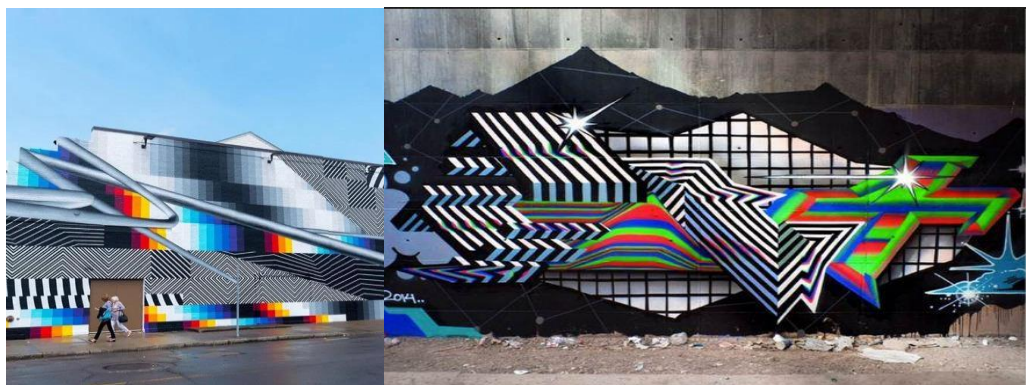


Рисунок 19 – Работы стрит-арт художника Фелипе Пант Уан

В другом «сверхреалистичном» направлении работает американский стрит-арт-художник Джон Пью. Иллюзорные трехмерные «обманки» на стенах зданий и заборах, где в имитации разломов изображаются панорамы, пейзажи, городские улицы с большим количеством деталей, с учетом законов перспективы, картинного построения. С первого взгляда сложно определить, являются ли его работы изображением на гладкой поверхности. Масштабные глубинно-объемные иллюзии зрительно расширяют пространство улицы, внося в городскую среду акценты и элемент игры (рис. 20) [47].

Подобные вещи создает и Ричард Хаас, который изображает «архитектуру на архитектуре», масштабные уличные фрески (муралы), представляющие городские ландшафты, фасады и перспективы фантастических зданий на торцах и стенах домов (рис. 20).



а



б

Рисунок 20 – Муралы стрит-арта Джона Пью (а), Муралы Ричарда Хааса (б)

Используя приемы трехмерного пространственного построения, португальский стрит-арт-художник Одейт (“Odeith”) создает «сверхреалистичные» композиции, иллюзорно имитирующие реальное трехмерный объект, видимый только под определенным углом просмотра. Помимо работы на плоских вертикальных поверхностях, Одейт создает свои композиции и на объектах, не совсем типичных для классического граффити, – цилиндрических блоках, стыках углов бетонных стен и т.д. (рис. 21).

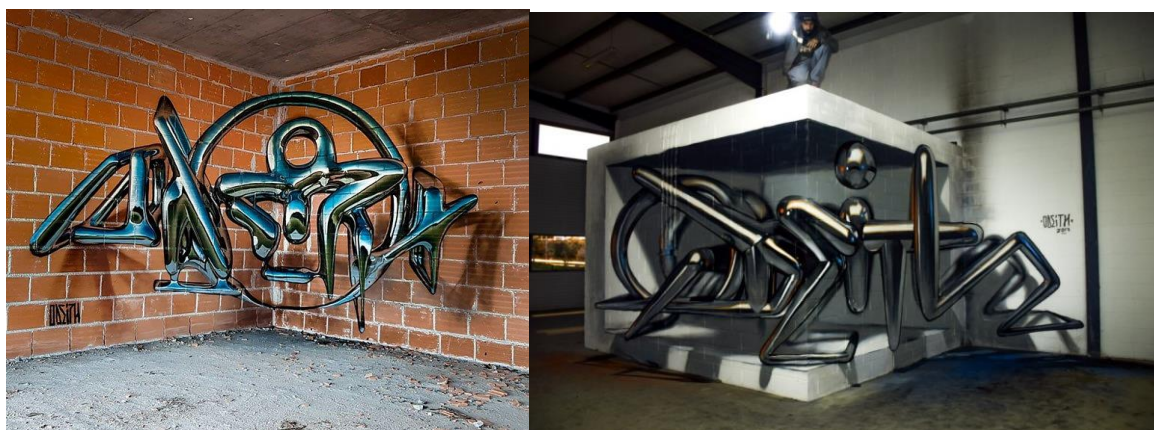


Рисунок 21 – Оп-арт композиции стрит-арт художника Одейта, 2010-е

Применение цифровой техники на первых этапах проектирования подобных композиций облегчает расчет пропорций, упрощает построение, дает художнику дополнительные возможности. Стоит отметить нестандартные техники, характерные для стрит-арта, такие как сграффито, в котором работает итальянский художник Александро Фарто. Он создает портретные композиции на вертикальных поверхностях с помощью молотков, долота и пневматических перфораторов. На ровной стене целенаправленно делаются выбоины, из которых в итоге получается «гравированное» изображение, создающее иллюзию объема.

Современный отечественный стрит-арт, являющийся полноценной частью мировой урбанистической визуальной культуры, развивается в ритме

с соответствием актуальными тенденциями. Еще в начале 2010-х гг., художник Павел-183, как и многие пионеры отечественного стрит-арта, в своих работах синтезировал классическое граффити и инсталляцию, применяя проекторы, задействуя нестандартные объекты, переосмысляя пространство города с позиции создания новых образов и иллюзий. Активное внимание общества и государства к проблематике уличного искусства, привлечение стрит-арт-художников и кураторов к созданию крупных произведений – все это довольно логично привело к повышению художественного уровня отечественного стрит-арта. Примером удачного проекта эстетизации городской среды, может служить серия объектов, выполненных екатеринбургской командой художников Спектр (СПЕКТР) в формате фестиваля «STENOGRAFIA X» в Омске в 2017 году. Работа «Бетонное эхо» располагается на здании бассейна, где в стилистике оп-арта радиальные волны от падающей капли воды создают иллюзию барельефа (рис. 22).



Рисунок 22 – Мурал фестиваля «STENOGRAFIA X» в Омске в 2017 году.

Работа «Бетонное эхо»

Приглушенные тона органично сочетаются с поверхностью и формой здания, с определенного ракурса эта реалистичная трехмерная иллюзия выглядит как его часть. Оптические иллюзии широко используются во всех

сферах искусства: в архитектуре, живописи, графике, декоративно-прикладном искусстве. Оп-арт позволяет разнообразить плоские поверхности [46]. На сегодняшний день применение оптических иллюзий в стрит-арте обусловлено интересом художников к новым техникам визуальной передачи иллюзии пространства в уличном искусстве. Помимо вовлечения реципиента в уличное искусство, важными задачами для уличного художника являются взаимодействие с самим пространством города, попытки его видоизменения на эстетическом уровне. В отличие от традиционных фресок, в стрит-арт-композициях задействуются современные инструменты и методики для перевода в крупный масштаб, при этом не будучи жестко привязанными к архитектуре, такие композиции легко работают с готовой средой. В классическом монументальном искусстве место было уготовано для автора, в то время как стрит-арт художник встраивает свои работы в среду, может как подстраиваться под существующий ритм ландшафта, так и ломать его [103]. Стрит-арт композиция с применением стилистики оп-арта может быть исполнена плоскостно, подобно плакату, а может и в полную силу использовать иллюзию, где на зрителя оказывается практически физиологическое воздействие. Преобразование обилия поверхностей, дробление больших плоскостей, вовлечение зрителя в игру – все это характерные элементы современных оп-арт композиций в стрит-арте. В оп-арте прием доминирует, он важнее содержательной стороны, в то время как стрит-арт может быть направлен содержательно на социум, границ его применения не существует [48].

2.2. Основные направления российского стрит-арта

История отечественного стрит-арта и граффити, как правило, изучается начиная с событий перестройки в СССР, периода открытости к западным неформальным явлениям. Появлению субкультуры граффити в США

способствовал целый ряд условий, определяющих среду, в которой возникло данное явление, у отечественных же художников, период формирования собственной граффити и стрит-арт субкультуры произошел гораздо позже, с отличными факторами и предысторией. В первую очередь, нужно отметить, что в отличие от стран капиталистического лагеря, в странах социализма внешний облик города формировался комплексно, с учетом потребностей строительства социалистического общества [49, 50]. Там, где в 1960-х годах XX века американский городской рабочий был окружен рекламой, советский горожанин в свою очередь был погружен в систему монументальной пропаганды, имеющей существенно отличные задачи [51, 52, 53].

В случае с граффити и стрит-артом, в 1980-е годы, граффити, во многом было неотъемлемой частью хип-хоп культуры, и распространялось по миру на волне популярности ее образов. В Германии, Франции и Швеции граффити развивалось аналогично тому, как это происходило в США. В Советском Союзе граффити не могло развиваться в том же ключе. Для развития субкультуры граффити требовалось городское пространство аналогичное западному, где реклама, вызывающее отторжение, занимала бы господствующее положение, в то время как пространства для творческой деятельности практически не оставалось [54, 55]. Советский художник не был ограничен в плане развития собственных способностей – там, где в капиталистических странах ему приходилось платить за первичное и профессиональное художественное образование, в СССР оно предоставлялось бесплатно, и развитая материальная база позволяла работать с существующими «традиционными» материалами для художников.

В 1990-е годы, в России, граффити, как художественной субкультурой занимались единицы, энтузиасты, так как в условиях глобальных политических и экономических потрясений советской и новой России молодежь оказывалась вне общекультурного процесса, вынужденная выживать и искать свой путь становления в новом, капиталистическом

обществе. С 1980-х и до середины 1990-х годов граффити в России носит эпизодический характер и только к концу тысячелетия становится популярным явлением. На стыке веков граффити получает все большую популярность в среде молодежи, появляется доступ к профессиональным комплектующим для граффити, специализированным изданиям и видео. Художники-энтузиасты и кураторы, совместно с частными компаниями начинают проводить первые граффити-фестивали и акции. Известные фестивали уличной культуры такие как «Snickers Урбания», «Кофемолка» и «Просто пишу свое имя» (“Just Writing My Name”) пропагандировали здоровое, созидательное отношение к граффити, где эскизы работ художников проходили предварительный отбор, конкуренция между авторами стимулировала последних к развитию, формированию своеобразной художественной манеры, в последующем ставшей основой для «российского уличного искусства» [4]. В начале нулевых основными центрами формирования устойчивых школ развития можно считать крупные города, пространство которых создавало комфортную среду для развития граффити и стрит-арта [56].

Можно выделить несколько причин, почему именно 2000-е годы стали основным периодом зарождения российской школы стрит-арта. Во-первых, стабилизация экономической обстановки и становление капиталистической системы создали более стабильную и устойчивую общественную атмосферу, чем в 1990-е годы. Развитие молодежных движений стало частью нормальной городской жизни и участие коммерческих фирм в данном процессе пусть и не давало конкретных общественных установок, однако обеспечило художников необходимой материальной базой и предоставило доступ к медиа-ресурсам [57, 4].

Во-вторых, развитие и популяризация сети-интернет, существенный прогресс в медиа и цифровых технологиях, вывели молодежные субкультуры на новый уровень. Документация явлений граффити и стрит-арта стала

доступна не только узкой группе исследователей, но и любому желающему и именно в период 2000-х годов данные художественные явления задокументированы максимально полно, что говорит о большом интересе к ним со стороны художников и любителей.

В-третьих, сильный общественный запрос на новое искусство, предназначенное для российского социума - был очевиден [58, 59].

В то время как в художественном плане практически ничто не могло сравниться с культурой Советского Союза, обоснованной и проработанной, образовался «культурный вакуум», где новая, капиталистическая Россия была отделена от СССР идеологическими границами, и художественная традиция была прервана. Именно поэтому в современной России стало повсеместно распространено прямое заимствование и копирование – в популярной музыке, неформальных молодежных движениях, в художественных акциях. Стремление стать частью современного глобального общества, закончить адаптацию российской культуры к капиталистическим реалиям, породило в России не только аналогичные западным элементы культуры, но и яркую реакцию на данные явления [60]. На подобной идейной базе заимствования и противостояния западным тенденциям и формировался российский стрит-арт.

К началу 2010-х годов в современной России в среде стрит-арт художников прочно укрепились тенденции, связанные с формированием национальных и локальных школ. В различных регионах России сформировались своеобразные условия, определяющие художественные особенности тех или иных групп художников [61]. Несмотря на свой, в целом, интернационалистический настрой, стрит-арт приобретает отчетливые национальные особенности.

Современное «российское уличное искусство», характеризуется значительным участием стрит-арт художников в общественной и культурной жизни [62]. Существует внушительное количество групп граффити и стрит-арт художников различных уровней, где на самых высоких уровнях

персонального развития, художники начинают предлагать и манифестировать различные видения дальнейшего развития отечественного стрит-арта, российской визуальной культуры [63]. Широкая общность стрит-арт художников характеризуется особым уровнем взаимодействия и интереса к творчеству различных групп друг к другу, сеть-интернет и коммуникация позволяют создавать совместные официальные и неофициальные проекты, где не только конкуренция, но и коллаборация создает особый стимул для развития. Художники участвуют в российских и международных крупных выставках, и проектах, их творчество популяризируется различными исследователями и искусствоведами, а общественный интерес к данным явлениям остается высоким.

Возникает детерминистическая проблема, когда речь идет о необходимости как-либо каталогизировать работы художников, создававших свои работы с 2000-х по 2010-е годы. Термин «Российское уличное искусство», используется при необходимости объединить авторов и группы художников направлений граффити и стрит-арт в современной России в период с 2000-е по 2010-е годы. Потребность в объединении двух направлений обусловлена в связи с особенностями развития данных видов творческой деятельности на территории России и стран СНГ. На данном историческом этапе развития не существовало четкого и ясного определения стрит-арта. Сами художники в России наряду с использованием существующих практик граффити, пробовали себя в стрит-арте, искали своеобразный путь развития, который отличался от существующих в США и странах Западной Европы. В связи с географическими и историческими особенностями и различными позициями тех или иных локальных школ развития стрит-арта существует тенденция к отождествлению данных направлений в России. Однако термин «российское уличное искусство» не подразумевает прямого отождествления терминов «граффити» и «стрит-арт», предлагая условное объединение с целью обозначить точку отсчета для формирования самостоятельного видения

художественного явления стрит-арта в России и формирования национальной школы.

К основным направлениям современного российского стрит-арта следует отнести: художественно-изобразительный стрит-арт, в котором можно выделить пространственно-средовые стрит-арт композиции, сюжетно-фигуративные стрит-арт композиции, абстрактно-декоративные стрит-арт композиции. Паблик-арт, в котором следует выделить следующие разновидности: общественно-политический стрит-арт, рекламный стрит-арт, стрит-арт дизайн (суперграфические композиции). Шрифтовой стрит-арт, в котором выделяется текстовый концептуальный стрит-арт и стрит-арт каллиграфия (леттеринг). Печатный стрит-арт, который имеет две основных разновидности – постер-арт и стикер-арт (рис. 23).

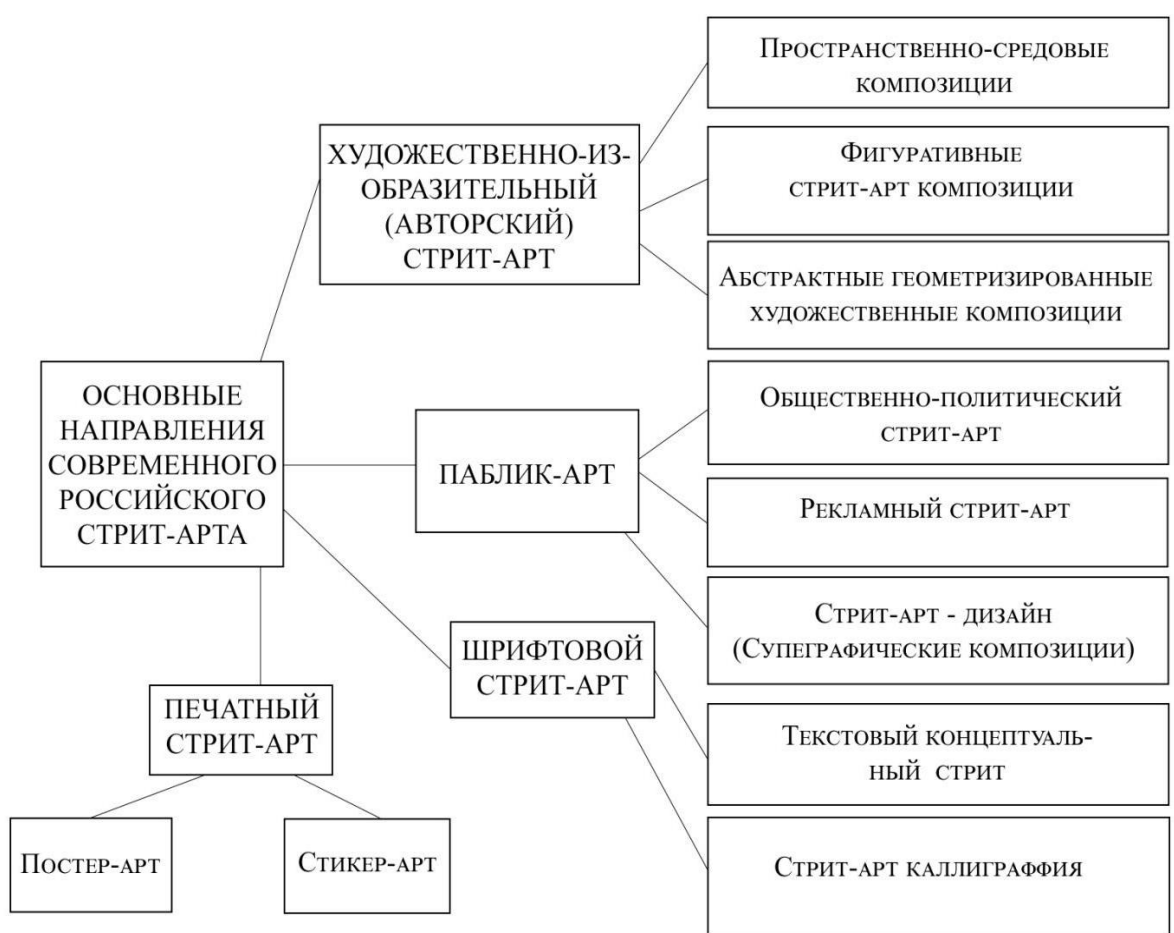


Рисунок 23 – Основные направления современного российского стрит-арта

Общественное признание художников, отождествление граффити и стрит-арта в России в общем термине лишь характеризует устоявшуюся общественную позицию по отношению к данным явлениям, основанную на ожидании развития созидательного начала в «уличном искусстве». Взаимодействие художников и государства, ожидания «возрождения» монументального искусства, связанного с привлечением техник граффити и стрит-арта, связаны с общественным запросом, где термин «российское уличное искусство» обозначает точку отсчета.

2.3. Проектные принципы и методы создания композиций современного стрит-арта

В арсенале стрит-арта преобладают две основные манеры репрезентации. Компактная манера предполагает, что тэг с именем художника молниеносно наносится на укромные участки городского пространства, а манера экспансионная, иначе называемая «дикий стиль», оставляет растекаться по поверхности урбанистических объектов слипшиеся в неразборчивую цветовую массу буквы или знаки. Вторая манера популярна в основном среди обитателей богемно-артистических кварталов мировых мегаполисов с развитой художественной средой (Лондон, Париж, Берлин, Нью-Йорк, Сан-Франциско, Токио и др.). В силу своей инвестиционной привлекательности и туристической престижности такие кварталы начинают подвергаться «джентрификации», насильственному расселению «сквотов» и передаче элитной недвижимости, освоенной крупными девелоперами, в руки обеспеченных капиталистических собственников. От уличного художника, работающего во второй манере, требуется куда более высокий уровень художественной грамотности, поскольку здесь все базируется на множестве переключек и параллелей с поп-артом, лэнд-артом, трансавангардом или

акционизмом, с работами Жана-Мишеля Баскиа и Кита Харинга (также практиковавших стрит-арт), Ричарда Серра и Христо, Питера Вайбеля, Вали Экспорт и Барбары Крюгер [88].

Если первая манера – нанесение подписи-тэга – исполняет в первую очередь мемориальную функцию, роль метки или памятки о человеке или событии, то вторая манера – плотное расписывание городской фактуры – обладает четким агитационным и пропагандистским назначением. Стрит-арт агитирует за безраздельную передачу прав собственности на публичное городское пространство от государственных или транснациональных капиталистических корпораций независимым протестным сообществам [6].

На схеме (рис. 24) представлены **основные типы композиций** современного стрит-арта.

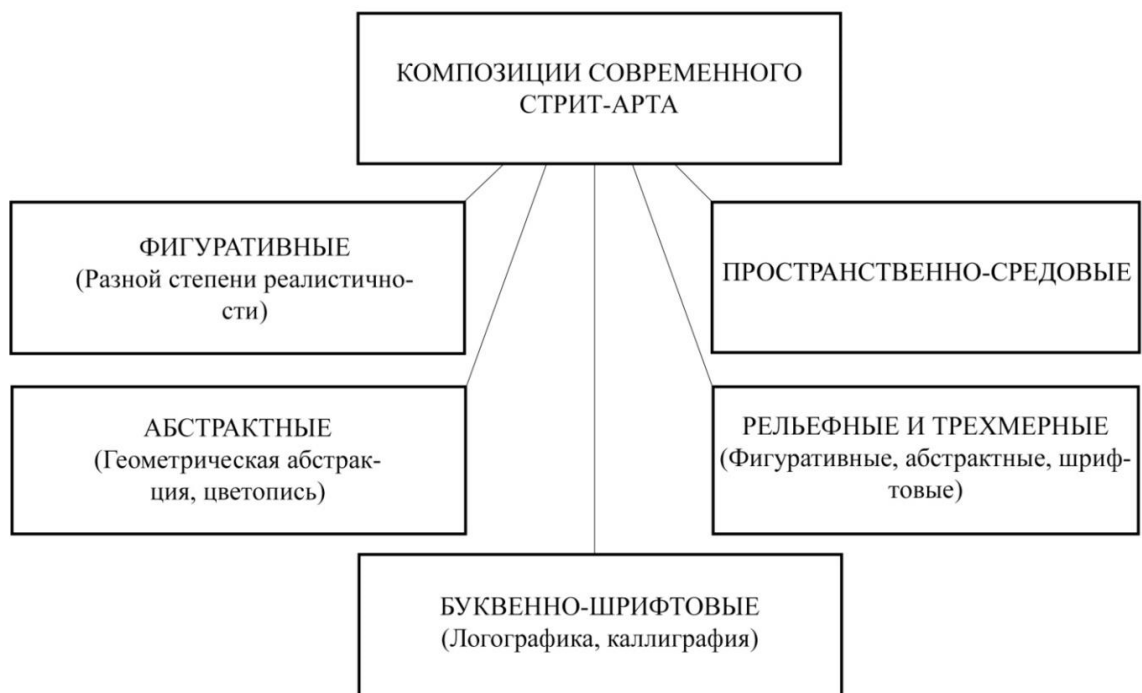


Рисунок 24 – Композиции современного стрит-арта

В последнее время стрит-арт связывают с более широким полем проектно-дизайнерской деятельности, включающим в себя самые разные

направления дизайна. Вопросы расширения сферы творческой деятельности, исследование взаимовлияния одного вида искусства на другое, взаимопроникновения художественных средств визуального воздействия, проблематика междисциплинарного взаимодействия видов искусств и направлений творчества, в частности, стрит-арта, формирование которого происходит под влиянием искусства, вызывают большой интерес у исследователей. Говоря о произведениях стрит-арт художников, мы имеем в виду целый комплекс идей образно-предметного мира, а также сами объекты, формообразование которых определено функциональными целями и задачами средового дизайна [92]. Образные смыслы работ стрит-арт художников раскрываются в диапазоне «произведение искусства – художественная дизайн-форма». Стрит-арт объекты в отличие от других форм не подчиняются никаким точным правилам классического искусства. Спонтанность, импульсивность, свобода – вот что является их основой. Черты, средства, методы стрит-арта могут проявляться в различных сферах – это изделия бытового назначения, предметы декора, аксессуары для интерьера и костюма, полиграфическая и рекламная продукция, визуальная презентация компаний, предметы и средовые объекты для оформления массовых мероприятий и праздников, малые формы в городской среде [3]. Концептуальные изобразительные объекты на фасадах зданий, на тротуарах и площадях (ассамбляж, коллаж, инсталляции) вносят новые смыслы в городские пространства [64]. Для полноценной работы художников со стрит-арт стилистикой необходимо иметь представление о том, каким образом создается уличное искусство и как лучше использовать его преимущества.

Среди **проектных принципов современного стрит-арта** следует выделить следующие:

1. Принцип новизны, привносимого в городскую среду смыслового, коммуникативного и эстетического контента;
2. Принцип сюжетно-композиционной актуальности;

3. Принцип визуальной доступности и узнаваемости для массового зрителя применяемого художественно-образного языка;

4. Принцип художественно-стилевого разнообразия;

5. Принцип контекстуальности, учет особенностей архитектоники и семантики городской среды, для которой проектируется произведение;

Также выделим следующие **методы создания композиций** современного стрит-арта:

1. Метод адаптации композиционных решений к нехарактерным для традиционного монументального искусства нерегулярным полям изображения, смежным разнородным поверхностям и объемным элементам городской среды;

2. Метод включения функционально-утилитарных элементов городской среды, образный строй композиции;

3. Метод мультиплицирования идентичных изображений для заполнения больших плоскостей;

4. Метод соединения в одной композиции плоских и объемно-пространственных изобразительных элементов;

5. Метод наложения однородных и (или) разнородных изобразительных элементов;

6. Метод заимствования для последующего микширования изобразительных элементов из различных первоисточников.

Примеры использования вышеперечисленных методов можно встретить в работах известных отечественных и зарубежных стрит-арт художников. Наиболее известный из российского стрит-арта художников Павел Пухов – «Павел 183» (1983–2013), получивший прозвище «русский Бэнкси» в начале 2000-х годов рисовал различных персонажей в реалистичной и стилизованной манерах. Он создавал сюжетные стрит-арт композиции, как правило, состоящие из комбинации – ключевого персонажа (действия) и фона, детально проработанного или заменяемого фактурой внешней среды, которая активно

задействуется в композиции. Сюжетная композиция Павла 183 – «Сражайся не за деньги» (“Fight not for cash”) иллюстрирует первый и третий метод создания сюжетных композиций в стрит-арте – дословное воспроизведение первоисточника, а также метод коллажа и микширования. Данная работа – яркий пример того, каким образом из различных элементов комбинировалась сюжетная стрит-арт композиция в конце 2000-х годов – в ее основе реалистичные фотоизображения, стилизованные под плакатный портрет. Фотореалистичная монохромная композиция с портретом Виктора Цоя на переднем плане, с граффити-художниками в момент их работы на втором плане, дополняется ярким контрастным шрифтом (рис. 25).



Рисунок 25 – Работа стрит-арт художника Павла 183 “Fight not for cash” («Сражайся не за деньги»), Москва, 2007 г.

Другая работа Павла Пухова 2011 года «Поджигателям мостов. Посвящение» представляет собой сюжетную композицию, где реалистично изображена фигура человека, которая символически «сжигает мост» (рис. 26). Данный пример иллюстрирует метод создания сюжетной композиции на базе собственных набросков. Примечательна масштабная соразмерность и контекстуальное единство композиции и урбанистической среды. «Эта инсталляция посвящается тем, кто вышел за пределы собственных пыльных закоулков и создал новый мир. Тем, кто способен отказать самому себе, ради шага вперед», – писал по поводу этой композиции ее автор [65]. Творчество Павла пропитано образами и аллегориями русской и позднесоветской

культуры – он цитировал классиков, изображал культовых персонажей, интегрируя их урбанистическое пространство своего города (вестибюли метро, автобусные остановки, детские площадки и т. д.) [41].



Рисунок 26 – Работа стрит-арт художника Павла 183 «Поджигателям мостов. Посвящение», Москва, 2011 г.

Другой известный художник, создающий стрит-арт композиции на базе собственных эскизов и творческих разработок, – Рустам Кубик (“Qbic”) Салемгараев из Казани, много лет выполняет масштабные сюрреалистические стрит-арт и паблик-арт композиции в России и странах Западной Европы.



Рисунок 27 – Рустам (Qbic) Салемгараев – «Падение II» – работа в рамках фестиваля уличного искусства “Новый Город” в 2019 г., Нижний Новгород

Цветовая палитра художника насыщена и гармонична, подобрана, как правило, с учетом окружающей обстановки. В работах Кубика происходит слияние антропоморфных и предметных черт; эти образы чаще всего обыгрываются сюжетно, метафорически, как, например, в работе «Падение II» (рис. 27), созданной в рамках фестиваля уличного искусства «Новый Город» в 2019 году в Нижнем Новгороде.

В качестве примера отечественного сюжетного публичного искусства стоит отметить Василия ЭлЭсТи (“LST”), стрит-арт художника из Иркутской области, специализирующегося на публичном искусстве и различных коммерческих заказах, в частности муралы на сюжетную тематику. В работе «Первооткрыватели» (рис. 28) он, как коммерческий художник, демонстрирует весь спектр возможностей современного стрит-арта в области художественного оформления урбанистической среды с типовой однообразной застройкой. Ритмика композиции соразмерна конструктивным членениям многоэтажных блочных зданий, а цветовая гамма соответствует цветовым акцентам архитектуры.



Рисунок 28 – Василий ЭлЭсТи (“LST”) – «Первооткрыватели», работа на фасаде жилого дома ЖК «Граффити», 2019 г., Санкт-Петербург

Метод мультиплицирования первоисточников, а также метод микширования и коллажа являются основными в творчестве одного из пионеров уличного искусства, культового американского стрит-арт художника Шепарда Фейри. Его произведения – это своеобразные сюжетные постеры-паттерны в характерном лаконичном графическом стиле. Обычно это симметричные моно-мотивы, содержащие антропоморфных персонажей, элементы орнамента, предметные знаки и символы. После их распечатки и расклейки в городской среде они образуют сюжетные панно-картины, орнаментальные полосы или равномерно (раппортно) заполненные плоскости [67].

Выделим ряд принципов, которые, как нам представляется, лежат в основе создания сюжетных композиций современного стрит-арта:

1. Актуальность привносимого в городскую среду смыслового и сюжетно-коммуникативного контекстуального аспекта;
2. Плакатность и лаконизм, обеспечение быстроты восприятия сюжетного образа;
3. Использование доступного для массового зрителя художественного языка, узнаваемых аллюзий и архетипических образов;
4. Синтез разнообразных стилей (заимствованных, исторических, авторских) и разнообразие творческих приемов в рамках одной композиции.

Представляется возможным выделить следующие основные методы создания сюжетных композиций современного стрит-арта:

1. Дословное воспроизведение сюжетного первоисточника с небольшими изменениями и дополнениями. Адаптация к месту исполнения и масштабирование;
2. Мультиплицирование первоисточников или их элементов, как авторских, так и заимствованных;
3. Микширование, наложение первоисточников и их элементов, метод коллажа;

4. Создание авторских композиций на основе собственных оригинальных эскизов и творческих первоисточников.

Стрит-арт композиции, возникающие в настоящее время в крупных региональных центрах России, имеют свои характерные особенности, вызванные различным архитектурным контекстом и культурными традициями этих центров. Так, Санкт-Петербург в наибольшей степени ориентирован на следование модным интернациональным трендам, это единственный город в России, в котором существует полноценный и активно функционирующий музей стрит-арта. В Екатеринбурге незначительность исторической застройки и обилие современной индустриальной архитектуры предоставляют большие площади для творческого, достаточно разнопланового, порой хаотичного самовыражения местных стрит-арт художников. В Нижнем Новгороде заметна планомерная работа кураторов и городской администрации по качественному, точечному оформлению городской среды произведениями стрит-арта, гармонично и контекстуально в нее вписанными. Московский сюжетный стрит-арт характеризуется разнообразием и инновационными подходами в работах, выполненных на окраинах и в отдаленных районах с типовой застройкой, в то время как в центре преобладает сюжетный паблик-арт, отсылающий к русской исторической живописи и иллюстративной графике [68]. Исключением можно считать располагающийся на площади Курского вокзала торговый центр «Атриум», являющийся своеобразной галереей современного стрит-арта под открытым небом; выполнять работы на его стенах (в основном, это сюжетные композиции) приглашаются наиболее продвинутые и известные мировые и отечественные стрит-арт художники (рис. 29).



Рисунок 29 – Стрит-арт галерея под открытым небом – фасад торгового центра «Атриум», Москва, 2019 г.

Стоит обратить внимание на такой важный, но до сих пор не разработанный аспект, как критерии оценки художественного уровня стрит-арт композиции. Так как у стрит-арта присутствуют автономные художественные приемы и выразительные средства, то для него является необходимым сформулировать специфические критерии оценки художественного уровня стрит-арт композиций. Представляется, что среди них должны быть следующие:

1. Степень адаптированности стрит-арт композиции к среде (объекту) размещения. Она включает масштабное, видовое, стилистическое, жанровое соответствие всего произведения и его элементов среде (объекту) размещения.
2. Уровень эстетической обусловленности взаимодействия стрит-арт композиции с архитектурой (объектам) городской среды.
3. Уровень исполнения, степень владения техниками стрит-арта и артистизм.
4. Гармоничность взаимодействия разнородных элементов стрит-арта (плоскостных, рельефных, объемно-пространственных) в рамках одного проекта.
5. Убедительность ритмико-пластической организации стрит-арт композиции и цельность пространственного восприятия, доступность считывания с различных ракурсов.

6. Образно-художественная и коммуникативная содержательность, выраженная в оригинальной и доступной форме, способная привлечь массового зрителя.

Помимо вышеописанных, считаем необходимым отдельно рассмотреть суперграфический подход к созданию стрит-арт композиций.

Суперграфика это актуальный тренд в современном стрит-арте, позволяющий радикальным образом видоизменять структурно-пластический образ как отдельных элементов городской среды, так и целых кварталов [69].

Под суперграфикой в данном случае подразумевается «роспись стен и брендмауэров», «прием декорировки наружных стен здания, (выработанный архитекторами постмодернизма) – лаконичные, яркие мотивы, обычно чистых, открытых цветов, исполненные на фасаде многоэтажного здания во всю его высоту» [70]. Изобразительное решение, «наложенное» на самостоятельно существующий объемно-пространственный объект (сооружение, изделие, поверхность), основанное на контрастном или согласованном взаимодействии структурно-морфологической базы изображения, вызывающем визуальное ощущение принципиально новой формы или пространства.

Говорить об эстетической трансформации в случае со стрит-артом можно при таком условии, когда между цветодекоративно-графической системой стрит-арта и архитектурой объекта городской среды устанавливается эстетически обусловленное взаимодействие [71]. Оно может быть трех видов: контрастное – когда стрит-арта выступает автономно, контрастируя с архитектурой городской среды. Гармоничное согласованное, когда суперграфика стрит-арта активно взаимодействует с архитектурой городской среды, образуя «эстетический контрапункт», а также локальное взаимодействие, когда отдельные элементы суперграфики вписаны в существующую архитектуру городской среды (рис. 30).

Именно в зрительном преобразовании графическими средствами объемной формы, в атектоничности цветографического решения заключается главная особенность суперграфики стрит-арта. Активность взаимодействия с формой обусловлена самостоятельностью цветографики относительно объемно-пространственной формы. Вот как об этом писал известный историк и теоретик дизайна Хан Магомедов: «Одно дело, когда прикладной декор в традиционной архитектуре ... подчеркивал и даже выявлял художественную логику композиционной структуры здания. И совсем другое – когда декор выступает как автономная художественная система. Автономия эта непространственная и предметная, а чисто художественная» [72]. Исследователь указывает, что в этом случае цветодекоративно-графическая система как бы накладывается на атектоническую, при этом не подчиняясь ей. «Парадокс заключается в том, – пишет С.О. Хан-Магомедов, – что наибольший художественный эффект получается тогда, когда логика этих двух взаимодействующих систем максимально отличается одна от другой».

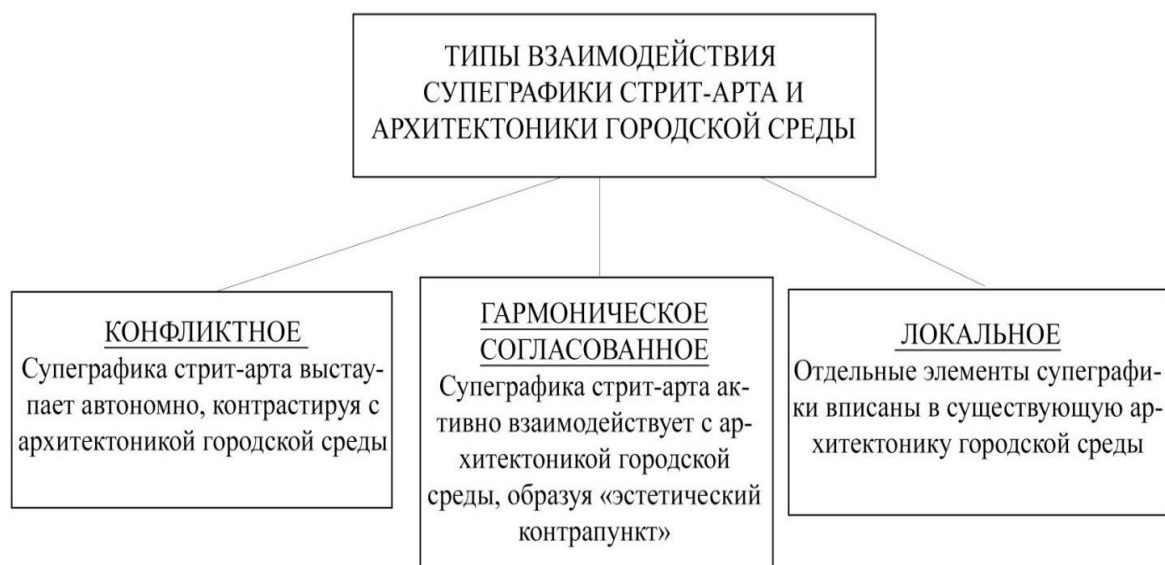


Рисунок 30 – Типы взаимодействия суперграфики стрит-арта и архитектуры городской среды

Этот новый тип взаимодействия бездекоративных архитектуры и дизайна с суперграфикой (цветовой, фигуративной, пластической, конструктивной, шрифтовой, световой) был апробирован в праздничном и агитационно-рекламном оформлении в первые годы советской власти в России. «Возникнув в практике праздничного оформления городов, суперграфические тенденции в создании художественного облика городской среды уже в начале 1920-х годов стали складываться в профессиональные приемы взаимодействия архитектуры и цветодекоративно-графических элементов [105]. Основные приемы урбанистической суперграфики были впервые отработаны в нашей стране в первые послереволюционные годы. О.С. Хан Магомедов относит к этим приемам «цветопись, роспись, шрифтовые композиции, рельефные конструкции». В книге этого автора «Пионеры советского дизайна» описаны яркие примеры создания оригинальных художественных образов с использованием суперграфических приемов художниками А. Экстер, А. Родченко, Л. Поповой, а также архитекторами – А. Весниным и К. Мельниковым [70].

Рассмотрим, как средствами суперграфики современный стрит-арт эстетически трансформирует городскую среду. Известный французский каллиграф тунисского происхождения Эль Сид (“el Seed”) выполнил масштабные суперграфические росписи одного из кварталов столицы Египта в 2016 году. (рис. 30).



Рисунок 30 – Супреграфика стрит-арта от Эль Сида (“el Seed”) в городских кварталах Каира, работа «Восприятие» (“Perception”)

Его колоссальная каллиграфия, спроецированная на 50 домов, создает своеобразный эстетический контрапункт при взаимодействии с незатейливым ритмом типовой архитектуры, обогащает и кардинально меняет восприятие большого квартала. Стоит отметить, что указанный тип изображений, полноценно «считывается» только под определенным ракурсом. Яркий пример эстетического преобразования формы выполненная Эль Сидом круговая каллиграфия на здании парковки во Франции (рис. 31). Витиеватый каллиграфический декор контрастирует с монотонным ритмом горизонтальных конструкций. При этом возникает эстетически обусловленное конструктивно-текстурное взаимодействие. Авторству Эль Сида принадлежат и достаточно камерные суперграфические росписи фасадов домов в пригороде Кейптауна (ЮАР), посвященные памяти Нельсона Манделы (в 2015 году). Сложная «кружевная» каллиграфическая моно-композиция, нанесенная на

фасад дома прямо поверх дверей, как бы отделяется от плоскости стены за счет предварительно сделанного подмалевка светлых контрастных цветов (рис. 31)



а



б

Рисунок 31 – Камерные суперграфические росписи фасадов домов в пригороде Кейптауна, посвященные памяти Нельсона Манделы (а), суперграфическая стрит-арт композиция Эль Сиды на фасаде парковки (б)

Весьма удачно суперграфический подход использует Пант Уан. Для этого автора характерны сочетания сложных квадратно-растровых текстур и контрастных горизонтально-диагональных ритмов в сочетании с вкраплениями цветовых акцентов, обычно представляющими из себя градиенты палитры «веб-цветов». В некоторых случаях, как, например в оформлении московского торгового центра Атриум, эти цветовые акценты

представляют из себя зажигающиеся в темное время световые панели. Отметим оформленный этим автором дорожный мост в испанском городе Вила-Реаль – это яркий пример того, как средствами геометрической суперграфики достигается иллюзия тотального видоизменения формы (рис. 32).

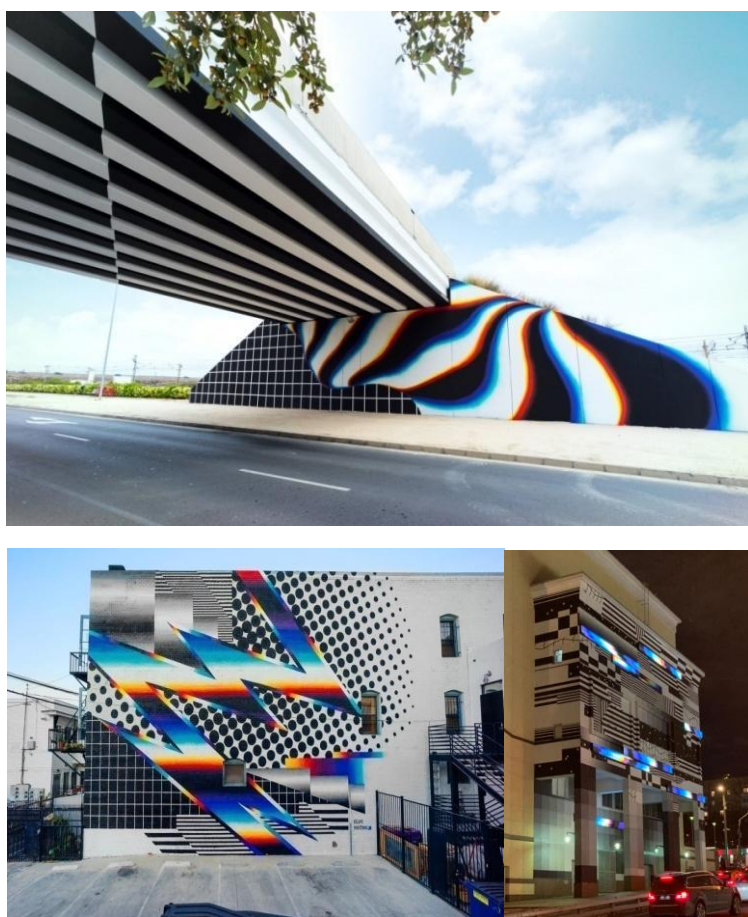


Рисунок 32 – Суперграфика в работах Пант Уана

Помимо наиболее часто встречающихся геометрии и каллиграфии суперграфический подход допускает использование фигуративных мотивов. Так, в росписи заброшенной церкви в марокканском городе Юсуфия, выполненной испанским художником Окудой Саном-Мигелем (Okuda San Miguel) в 2016 году, фасад и стены украшают стилизованные изображения животных, птиц и растений. Эта работа называется «Одиннадцать миражей к свободе» (“11 Mirages To The Freedom”), и она была выполнена в рамках проекта «Стрит-арт караван» («Street Art Caravane») при поддержке

Британским консульством в Марокко (рис. 33). Изображения как бы разбивают углы здания, соединяя фасад и боковые стены в единую и гармоничную композицию. Используемая этим автором кубистически-граненная, контрастная по цвету трактовка фигуративных мотивов иллюзорно преобразует большие по площади плоские или округлые поверхности. Это также хорошо прослеживается в выполненной этим автором угловой части фасада московского торгового центра Атриум.



Рисунок 33 – Работы Окуды Сана Мигеля, 2016 г.

Мурал, выполненный на историческом фасаде лондонского отеля «Мегаро» (“Megaro”) в 2012 году, был спроектирован четырьмя участниками стрит-арт коллектива «Агенты перемен» (“Agents of Change”) (рис. 34). Очевидно, что целью заказчика было «освежить» архитектуру отеля, сделать фасады менее строгими и более привлекательными для возможных постояльцев. Выполненная яркими цветами роспись занимает около трети

поверхностей стен, контрастируя с темной по цвету старой штукатуркой. Регулярную архитектуру стен как бы расчлняют орнаментально-сюжетные вставки, напоминающие лоскуты обоев. Следует отметить, что, в значительной степени преобразуя внешний вид здания, сделанный с чувством меры проект не нарушает общую архитектурную логику, одновременно контрастируя и согласуясь с ней.



Рисунок 34 – Фасад отеля «Мегаро» (“Megaro”) в Лондоне, 2012 г.

Основными объектами эстетической трансформации городской среды методами суперграфики стрит-арта являются:

1. Объекты, семантическое значение которых необходимо видоизменить, либо скрыть.
2. Здания с большими по площади, пустыми или малосодержательными в декоративном плане поверхностями; на них могут быть помещены как моноизображения, так и суперграфический декор.
3. Индустриальные зоны.

4. Культурно-рекреационные и спортивные объекты.

5. Пешеходные улицы.

В заключение отметим феномен возникновения стрит-арт архитектуры и проектов общественных пространств, изначально предусматривающих стрит-арт декор или спроектированных по принципам стрит-арта. Так как стрит-арт, как мы знаем, в архитектурном проекте заранее не предусматривается и всегда проектируется для готовой архитектурной среды, эти проекты выглядят достаточно парадоксально.

Фасад мельбурнского дома «Рой» (“HIVE”) архитектора и уличного художника Цви Биллинга включает выполненный из бетона трехмерный архитектурный элемент, воспроизводящий название дома в граффити-стилистике. (рис. 35). Компания Ай Ти Эн Аркитектс (“ITN Architects”) разработала дизайн этого проекта, отталкиваясь от эстетики «дикого» граффити-стиля. Барельеф из бетона на фасаде монументальных размеров был создан по эскизам местного райтера Провла (Prowla). Выполненный в стиле хай-тек проект дополнен декоративно-пластическими элементами, отсылающими к граффити-эстетике. Дом «Рой» (“HIVE”), который в настоящее время используется как общежитие для группы граффити-художников Рок Да Сити (“Roc Da City”), является одним из первых зданий в мире, активно использующих элементы стрит-арта в архитектуре [73].



Рисунок 35 – Проект и готовое здание хип-хоп центра «Рой» (HIVE)

2.4. Выводы по второй главе

Основными видами современного стрит-арта являются следующие: паблик-арт, пост-граффити, принт-арт, инсталляции и перформансы. К наиболее распространенным стилям современного стрит-арта относятся следующие: стиль оп-арт, стиль поп-арт, реалистический стиль (мурализм), абстрактный стиль (цветопись и графика), трафаретный стиль (стенсил-арт), каллиграфические стрит-арт стили (леттеринг).

В своем современном состоянии стрит-арт предстает весьма разноликим, синтетическим видом искусства, задействующим разнообразные изобразительные техники, наиболее распространенные из которых – трафарет, спрей-арт, скретчинг, цветопись, инсталляция.

К основным направлениям современного российского стрит-арта следует отнести: художественно-изобразительный стрит-арт, в котором можно выделить пространственно-средовые стрит-арт композиции, сюжетно-фигуративные стрит-арт композиции, абстрактно-декоративные стрит-арт композиции. Паблик-арт, в котором следует выделить следующие разновидности: общественно-политический стрит-арт, рекламный стрит-арт, стрит-арт дизайн (суперграфические композиции). Шрифтовой стрит-арт, в котором выделяется текстовый концептуальный стрит-арт и стрит-арт каллиграфия (леттеринг). А также печатный стрит-арт, который имеет две основных разновидности – постер-арт и стикер-арт.

В современной России термин стрит-арт используется довольно широко и применяется для обозначения произведений визуального искусства, созданных на различных поверхностях публичного городского пространства, созданных как официально, так и неофициально. Российские художники, сформировавшиеся в граффити-субкультуре и в среде неофициальных художественных практик за 20 лет своей активной работы совершили качественный скачок и сегодня являются полноценными авторами,

представляя собой часть поколения, имеющего определенные взгляды на современное искусство и способ творческого взаимодействия со зрителем. Многочисленные художественные выставки, высокие оценки зрителей и искусствоведов, наличие специализированных галерей и художественных институций – все эти явления способствуют устойчивому развитию российского стрит-арта, не уступающего западным образцам.

В ходе эволюции стрит-арта сформировался ряд характерных проектных принципов этого вида искусства, обусловленных, прежде всего его контекстуальностью. Среди проектных принципов современного стрит-арта следует выделить следующие:

1. Принцип новизны, привносимого в городскую среду смыслового, коммуникативного и эстетического контента;
2. Принцип сюжетно-композиционной актуальности;
3. Принцип доступности и узнаваемости для массового зрителя применяемого художественно-образного языка;
4. Принцип художественно-стилевого разнообразия;
5. Принцип контекстуальности, учет особенностей архитектуры и семантики городской среды, для которой проектируется произведение;

Методы создания композиций современного стрит-арта также имеют свою специфику, обусловленную необходимостью адаптации композиционных решений к существующей архитектонике и семантике объекта размещения и окружающей его среды. Выделяются следующие методы создания композиций современного стрит-арта:

1. Метод адаптации композиционных решений к нехарактерным для традиционного монументального искусства нерегулярным полям изображения, смежным разнородным поверхностям и объемным элементам городской среды.

2. Метод включения функционально-утилитарных элементов городской среды в образный строй композиции;

3. Метод мультиплицирования идентичных изображений для заполнения больших плоскостей;

4. Метод соединения в одной композиции плоских и объемно-пространственных изобразительных элементов;

5. Метод наложения однородных и (или) разнородных изобразительных элементов;

6. Метод заимствования для последующего микширования изобразительных элементов из различных первоисточников.

Суперграфика – это актуальный тренд в современном стрит-арте, позволяющий радикальным образом видоизменять структурно-пластический образ как отдельных элементов городской среды, так и целых кварталов.

Под суперграфикой подразумевается изобразительное решение, как бы «наложенное» на самостоятельно существующий объемно-пространственный объект (сооружение, изделие, поверхность), основанное на контрастном или согласованном взаимодействии структурно-морфологической базы изображения, вызывающее визуальное ощущение принципиально новой формы или пространства.

Стрит-арт эстетически трансформирует городскую среду в случае, когда между цветодекоративно-графической системой стрит-арта и архитектурой объекта городской среды устанавливается эстетически обусловленное взаимодействие. Оно может быть трех видов: контрастное – когда стрит-арта выступает автономно, контрастируя с архитектурой городской среды. Гармоническое согласованное, когда цветографика стрит-арта активно взаимодействует с архитектурой городской среды, образуя «эстетический контрапункт», а также локальное взаимодействие, когда отдельные элементы цветографики вписаны в существующую архитектуру городской среды.

Главная особенность суперграфики стрит-арта заключается в зрительном преобразовании графическими средствами объемной формы, в атектоничности цветографического решения. Активность взаимодействия с

формой обусловлена самостоятельностью цветографии относительно объемно-пространственной формы.

Для оценки художественного уровня стрит-арт композиций основными являются следующие специфические и общие критерии:

1. Степень адаптированности стрит-арт композиции к среде (объекту) размещения.
2. Уровень эстетической обусловленности взаимодействия стрит-арт композиции с архитектурой (объектам) городской среды.
3. Уровень исполнения, степень владения техниками стрит-арта и артистизм.
4. Гармоничность взаимодействия разнородных элементов стрит-арта (плоскостных, рельефных, объемно-пространственных) в рамках одного проекта.
5. Убедительность ритмико-пластической организации стрит-арт композиции и цельность пространственного восприятия, доступность считывания с различных ракурсов.
6. Образно-художественная и коммуникативная содержательность, выраженная в оригинальной и доступной форме, способная привлечь массового зрителя.

ГЛАВА 3. ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИЗДЕЛИЙ ГРАФИЧЕСКОГО И ТЕКСТИЛЬНОГО ДИЗАЙНА В СТИЛИСТИКЕ СТРИТ-АРТА

3.1. Стрит-арт и графический дизайн. Влияние и взаимодействие

В наши дни стрит-арт является неотъемлемой частью визуального образа современной городской среды, в которой графический дизайн в различных его формах, несомненно, играет ведущую роль. Стрит-арт и графический дизайн в значительной степени «работают» на одном изобразительном поле и используют сходный художественно-образный язык. Стрит-арт художники так же, как и графические дизайнеры, создают и комбинируют символы, изображения и текст для формирования визуальных представлений идей и сообщений, и, если на начальном этапе развития стрит-арта уличные художники вдохновлялись графическим дизайном, то в настоящее время можно заметить обратный процесс. Приемы, стилистика и характерные элементы стрит-арта активно применяются графическими дизайнерами в проектной работе.

Изначально (во второй половине 1980-х – 1990-х годов) развитие стрит-арта происходило под мощным воздействием графического дизайна городской среды крупных мегаполисов. Графический дизайн уличных и журнальных плакатов, рекламы, логотипов и торговых знаков – все это стало своеобразной энциклопедией мотивов и образно-графических приемов для уличных художников [93].

Визуальные задачи рекламы и первых стрит-арт художников были во многом сходными – быть более заметными и запоминающимися, используя для этого весь доступный графический арсенал [74]. Первая устоявшаяся форма раннего стрит-арта – граффити-теги, представляли из себя стилизованные авторские сигнатуры, которые возникли под влиянием форм и

эстетики буквенных логотипов, а также визуальной айдентики известных торговых марок. Со временем теги усложнялись, масштабировались в соответствии с контекстуальной средой, приобретали более сложную композицию, используемый шрифт стал объемным, развитие получили дополнительные символы, включаемые в изображение, в том числе антропоморфные, а также сюжетные сцены.

Одним из первых, кто почувствовал творческий потенциал и энергетику стрит-арта, был Энди Уорхол – графический дизайнер по образованию. Именно его заслугой является «легализация» граффити-стиля и продвижение в мир большого искусства первых стрит-арт художников. В 1984 году Уорхол совместно с Жаном-Мишелем Баскиа представили серию совместно выполненных работ, в которых обыгрывалась тематика логотипов, тегов и авторских сигнатур [75]. Так, в работах 1984-1985 годов, “Paramount” и “Bananas”, можно различить логотипы студии ПарамOUNT и компании Джэнерал Электрик (рис. 36).



Рисунок 36 – Энди Уорхол, Жан-Мишель Баскиа. Совместные работы “Paramount” и “Bananas”, 1985 г.

Признание галереями и представителями арт-бизнеса уличного искусства стало толчком к росту популярности стрит-арта в смежных, прикладных областях, а с течением времени привело к проникновению характерных

стилеобразующих элементов и выразительных приемов стрит-арта в сферу графического дизайна. Рассмотрим, каким образом современный стрит-арт влияет на графический дизайн (рис. 37).

ВЛИЯНИЕ СТРИТ-АРТА НА ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН

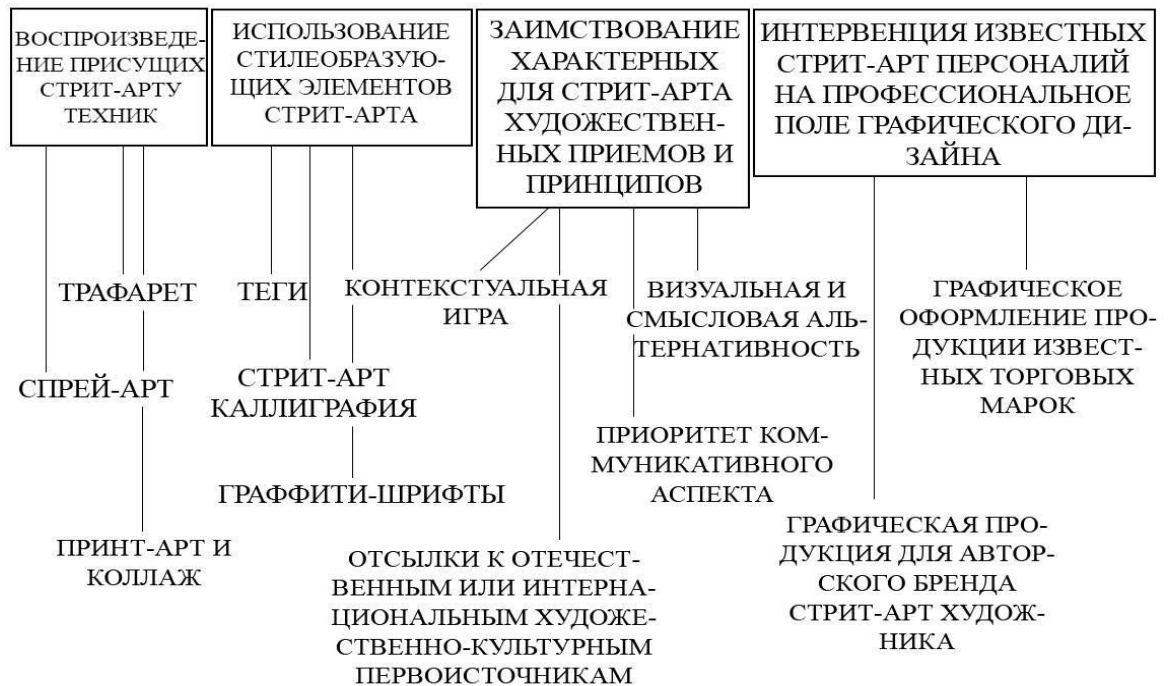


Рисунок 37 – Схема «Влияние стрит-арта на графический дизайн»

Можно констатировать воспроизведение (имитацию) в актуальном графическом дизайне присущих стрит-арту техник трафарета, спрей-арта, принт-арта и коллажа. **Трафарет** – будучи наиболее экономичным, доступным, легким способом многократного воспроизведения изображения на плоскости – был сразу интегрирован в систему художественных практик уличного искусства. Эстетика упрощенного плакатного изображения, распыления по краям контуров, лаконичность послания в духе лозунгов – все это стало характерными маркерами стрит-арта. Известные уличные художники, в частности Блек Ле Рат (“Blek Le Rat”), Бэнкси и Обей (“Obey”), довели данную технику до совершенства, создавали многоцветные,

масштабные, уникальные трафареты на основе собственных разработок, либо авторской интерпретации культовых изображений. Благодаря творчеству стрит-арт художников трафарет превратился из средства быстрого промышленного нанесения утилитарных надписей в особую технику современного искусства, с профессиональным интересом воспринятую графическими дизайнерами. Стилизация в стиле Бэнкси – черно-белый многослойный трафарет на фоне монохромной поверхности стала нарицательным символом уличной иронии, небрежной имитации плакатной графики, неожиданной и дерзкой карикатуры [76].

Кинопостер к фильму «Бойцовский Клуб» по одноименной книге Чака Паланика (рис. 38) совсем не случайно имеет в центре композиции портреты героев, выполненные в трафаретной стилистике протестного стрит-арта 1990-х годов. Эстетикой стрит-арта – от граффити до анархических перформансов, которыми по сюжету занимаются главные герои, проникнуто все произведение. Трафаретная графика, ассоциирующаяся не только со свободным творческим высказыванием в городской среде, но и с уличной агитацией и рекламой в целом, эстетикой промышленных и городских окраин, достаточно часто воспроизводится в графическом дизайне.



Рисунок 38 – Обложка юбилейного издания фильма «Бойцовский клуб» (а), обложка музыкального альбома группы “Massive Attack” (б), обложка музыкального альбома группы “Linkin park” (в)

Необходимо также отметить, что еще одним маркером стрит-арта, который зачастую воспроизводит графический дизайн, является текстура стены, кирпичной кладки, отваливающейся штукатурки, бетона и других поверхностей, характерных для городской среды [77]. Помимо вышеперечисленных, воспроизводятся также фактуры, имитирующие структуру красочного слоя, нанесенного вручную (с характерными неравномерностями, подтеками, и так далее), фактуры, имитирующие эффект аэрозольного напыления, фактуры, воспроизводящие эффект многократного наложения слоев граффити или авторских плакатов и постеров.

Другой художественной практикой, оказавшей влияние на графический дизайн, является современное шрифтовое граффити, уходящее корнями в уличную субкультуру конца 1970-х годов – начала 1980-х. На кадрах художественных и документальных кинофильмов 1980-х годов можно заметить избыточное количество граффити-тегов в Нью-Йорке и Филадельфии, улицы и транспорт практически полностью покрыты «новым городским трайбалическим письмом» – маркером маргинальной среды [78]. В тот период данная субкультура была весьма популярна, и ее распространение по миру шло крайне быстро, ассоциировалось с новой молодежной эстетикой, хип-хопом, творческим самовыражением городских масс.

Характерные особенности шрифтовых граффити-тегов сформировали своеобразный визуальный язык – гротескные буквы с динамической композицией, рассчитанной на восприятие в контексте городской среды. В 1990-х годах власти крупных городов США предприняли ряд эффективных мер по борьбе с массовым нелегальным граффити, которые, наряду с тотальной зачисткой городских поверхностей и ужесточением наказания за вандализм, включали обеспечение доступа к открытым площадкам для коммерческого и авторского стрит-арта [13]. В 2000-х годах граффити стали воспринимать как вполне легальную арт-практику, как искусство улиц современных городов. Сегодня граффити-стиль, характеризующийся

динамически трансформированными буквами, как бы нанесенными аэрозольным баллоном с краской или маркером, можно встретить в графическом дизайне повсеместно. Также в графическом дизайне получили распространение характерные текстуры, возникающие вследствие многократного наложения граффити тегов или наклеенных друг на друга стикеров и плакатов.

Ярким примером влияния стрит-арта на графический дизайн является оформление упаковки и флакона туалетной воды компании Кэльвин Кляйн (“Calvin Klein”) “Шок – Стрит Эдишн” (“Shock – Street edition”) (рис. 39); на черном фоне активно «работают» цветные орнаменты из граффити-тегов и фрагментов шрифтовых композиций, подобно тому, как они располагаются на улице или вагонах поездов. Такие решения позволяют выборочно использовать наработанные стрит-арт художниками техники авторского леттеринга (стрит-арт каллиграфии и авторских граффити-шрифтов), в композиции они создают эффект дорогого орнамента из новых элементов, являющихся маркерами стрит-арта. Кроме того, в графическом дизайне “Shock” обыгрывается контраст между выверенным стилем шрифта логотипа фирмы и граффити-тегом названия продукта, что можно считать своеобразной стилевой антитезой. Отметим, что в графическом дизайне стилеобразующие элементы стрит-арта легко масштабируются, сохраняя при этом визуальную узнаваемость и считываемость, а также способны декоративно заполнять разнообразные по формату поверхности.



Рисунок 39 – Упаковка и флакон туалетной воды Calvin Klein One «Shock – Street Edition»

В процессе развития техник граффити многие граффити-райтеры все глубже совершенствовались в качестве рисовальщиков аэрозольными баллонами с краской. Лучшие приемы рисования граффити постепенно сформировали одно из ведущих направлений стрит-арта – **спрей-арт**. Техника создания сюжетных или абстрактных композиций с помощью аэрозольных баллонов с краской приобрела характерные черты – плавные светотональные и цветовые переходы в рамках ограниченной палитры цветов, иллюзорную трехмерность. Эти черты обусловлены спецификой различных техник создания спрей-арт произведений, в которых используется аэрозольный баллон с краской с различными насадками в различных комбинациях с другими подручными инструментами стрит-арт художника. В отличие от работы аэрографом, набор цветов для спрей-арт художников ограничен палитрой цветов компании-изготовителя аэрозольного баллона – их количество (а значит и цветотональный диапазон) ограничено, они не смешиваются на поверхности (только градиент), толщина линий контролируется с помощью фиксированных насадок, что создает характерную вибрацию контуров, придавая глубину изображению и иногда эффект фотореалистичности. Спрей-арт, как прием создания рукотворной,

запоминающейся композиции с эффектом глубины и объема, активно используется в уличном рекламном графическом дизайне. Примером может служить серия рекламных муралов 2007 года для линейки продуктов «Никогда не скрывай» (“Never Hide”) от компании Рэй Бэн (Ray Ban). Суть кампании состояла в том, что в различных точках планеты, локальные стрит-арт художники воспроизводили рекламные фотографии, посредством техники спрей-арта. Работы были выполнены силами американской компании Оверолл Муралс (Overall Murals), которая занимается исполнением рекламных муралов в США и по всему миру с 2010 года. Технически безупречно исполненный спрей-арт, имитирующий фотоизображение, привлекает внимание зрителя к образам героев рукотворных фресок – ярких, энергичных, запечатленных в монументальном масштабе. Ни один печатный плакат не может создать подобного ощущения, и паблик-арт от Рэй Бэн – это качественно продуманная рекламная кампания, где стрит-арт используется в первую очередь как действенный инструмент привлечения внимания в уличной среде, а с другой стороны – стрит-арт формирует стиль, используемый графическими дизайнерами в визуальной айдентике бренда (рис. 39).



Рисунок 39 – Рекламный мурал Рэй Бэн, Техас, США, 2010-е гг.

В дизайне игровых виртуальных локаций приобретают все большее распространение художественные решения с использованием авторского

стрит-арта. С одной стороны, стрит-арт в видеоиграх маркирует среду, подчеркивает колорит культур и сообществ в игре, а с другой – используется для навигации игрока, а также служит своеобразным интерфейсом. Граффити и стрит-арт появлялись в качестве уличных декораций дизайна «городских» локаций видеоигр (подземки, пригород), при этом воспроизводились работы локальных художников (как с разрешения авторов, так и без их ведома). В наши дни стрит-арт является самостоятельной частью дизайна открытого игрового мира, будь то деталь квеста (в роли подсказки или указателя) или отдельная контекстуальная последовательность закодированных событий, обязательная часть погружения в атмосферную среду. В серии популярных мультиплатформенных видеоигр, в частности, разработанной студией Юбисофт Монтреаль (“Ubisoft Montreal”) «Фар Край 4» (“Far Cry 4”) в 2014-м году, реалистичность виртуальной реальности, в которой происходит действие, подчеркивается наличием в иллюзорном мире реальных стрит-арт композиций, выполненных в технике спрей-арта. Стилизованные для уличного изображения портреты, сюжетные сцены и композиции, контуры которых обрамлены фоном из аэрозольных напылений, росчерков и надписей, имитируют стрит-арт, характерный для регионов Индии и Юго-Восточной Азии (рис. 40).



Рисунок 40 – Стрит-арт композиции в видеоиграх серии «Фар Край» от компании Юбисофт

В Фар Край 6 (“Far Cry 6”) 2021 года – стрит-арт уже выступает в роли негласного участника событий, выразителем мнения, полем боя за идеологию игровых фракций. Практически во всех играх от студии Юбисофт (“Ubisoft”) тема стрит-арта раскрывается с доскональной точностью и вниманием к контексту игровой вселенной. Создание открытых миров – тренд индустрии видеоигр последних десяти лет, требует постоянного поддержания «живой», рукотворной атмосферы – в противовес роботизированному, сгенерированному контенту. Практически любой крупный город, воспроизводимый в цифровой реальности видеоигр, не может считаться детально полным и реалистичным без проработки локального стрит-арта, неотъемлемой части социума и урбанистической цивилизации.

Другой практикой, формирующей характерный визуальный код стрит-арта, является **стрит-арт каллиграфия**. Взлет популярности граффити-стилей возродил интерес к каллиграфии в 1990-х годах, она снова стала актуальной. Искусство красивого письма, зародившееся практически одновременно с письменностью, вновь востребовано и в наши дни. Особой популярностью в графическом дизайне пользуется стрит-арт леттеринг, область применения которого весьма широка (рис. 41). Прием успешно используется в логотипах, принтах, рекламе, книжной и газетно-журнальной продукции [79]. Предтечами современного стрит-арт леттеринга являются уличные граффити и теги.

Написание букв в леттеринге всегда несет в себе эмоциональное начало. Характерным написанием букв можно передать агрессию, динамику, легкость или же противоположные этим терминам состояния. Очень популярен леттеринг на меловых досках; интерьеры кафе, ресторанов, пекарен, магазинов часто украшены меловым леттерингом. Само данное явление – тоже маркер нашего времени, это особый язык мегаполиса. Стрит-арт граффити послужили основой для целого ряда шрифтов и плагинов, воспроизводящих эстетику уличного искусства [90].

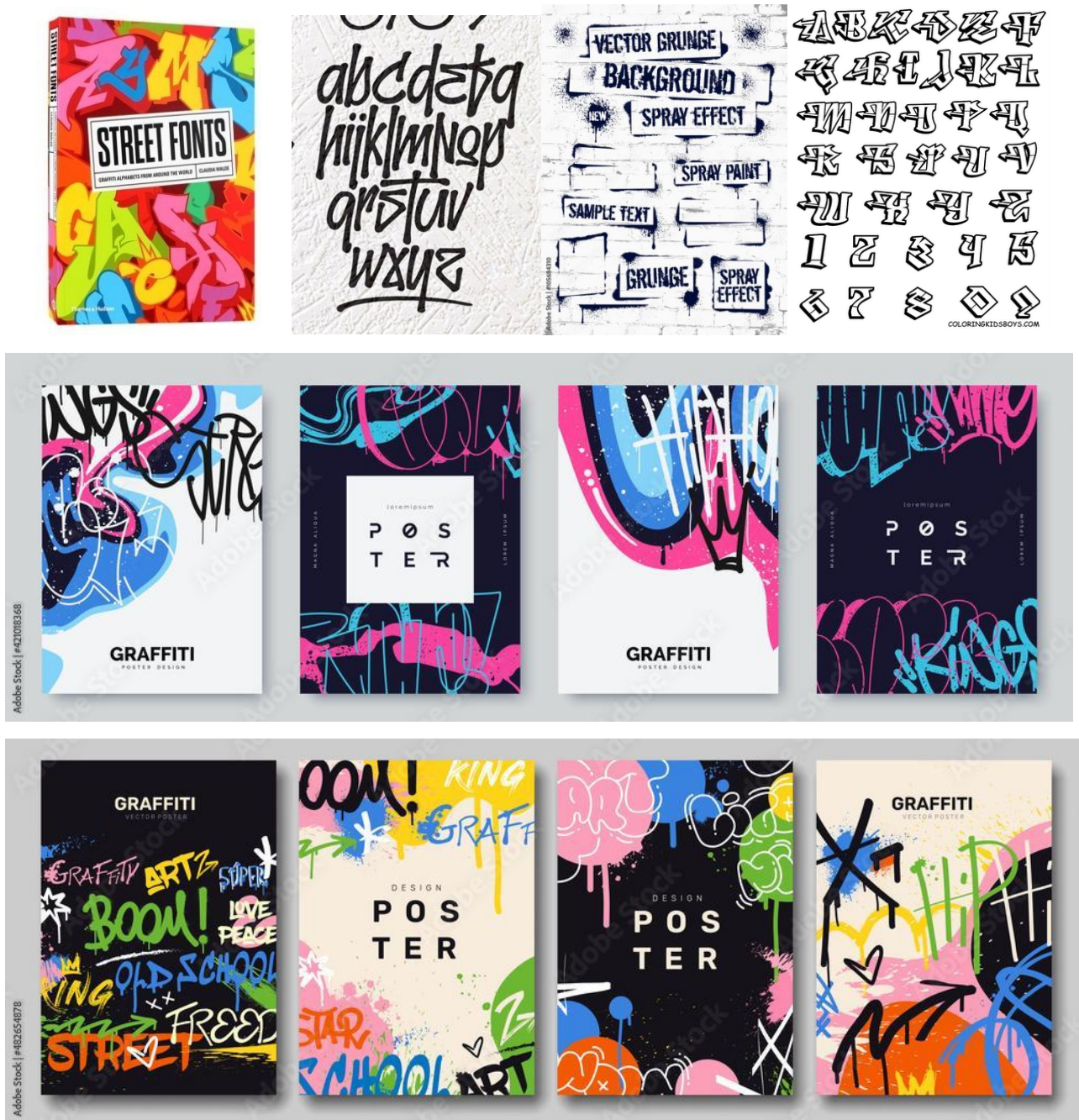


Рисунок 41 – Стрит-арт стилистика в современном леттеринге

На популярных ресурсах и в программах, таких как Adobe Stock, Adobe Illustrator, Adobe InDesign и Microsoft Word, Coral Draw и 3D Max в распоряжение пользователя предоставляется большое количество плагинов и шрифтов в стрит-арт стилистике. При этом имеется возможность не только воспроизводить соответствующее каждому стилю написание букв, но имитировать именно уличную технику – спрей-арт, трафарет и другие (рис.

42). Примеры доступных плагинов для программ Adobe на официальном ресурсе) [80].

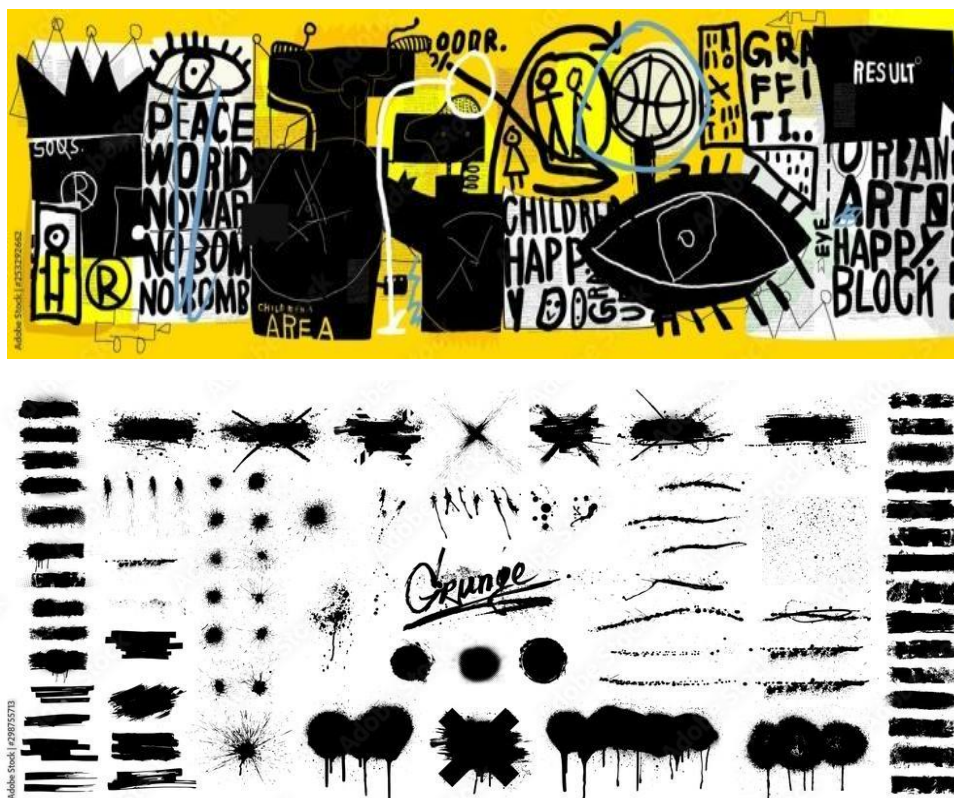


Рисунок 42 – Примеры доступных плагинов для программ Adobe на официальном ресурсе

Отдельная тема – выпускаемые большими тиражами предназначенные для релаксации так называемые «книги-раскраски» (“coloring book”) для подростков и взрослых. Эти издания выпускаются массовыми тиражами и продаются в книжных магазинах по всему миру. Они содержат стилизованные граффити шрифты, представленные отдельно или в соответствующих городских локациях, характерных для уличного искусства (рис. 42). Представляется, что целевая аудитория этих изданий, знакомая с граффити-культурой, но не имеющая возможности заняться реальным граффити компенсирует данное желание раскрашиванием готовых композиций.



Рисунок 42 – Обложки раскрасок со стрит-артом

В наши дни многие стрит-арт художники, занимающиеся леттерингом, предпринимают попытки создать авторские шрифты и новые буквенно-символические алфавиты, которые бы служили международному общению и коммуникации. К их числу принадлежит самый известный российский стрит-арт художник Покрас Лампас, который успешно воплощает свой авторский стиль в графическом дизайне. Следует признать, что для Покраса Лампаса, получившего образование по направлению «реклама и PR» изначально не существовало разделения между его стрит-арт творчеством и графическим дизайном, играющим важнейшую роль в рекламе и визуальной коммуникации. Этот автор стремится к публичности и максимальному проникновению своего творчества практически во все сферы дизайна.

В 2018 году в Москве, в имиджевой галерее Хёндэ Моторстудио (“Hyundai Motorstudio”) при поддержке Музея русского импрессионизма прошла выставка Покраса Лампаса – “Line. Fusion. Future” («Линия. Синтез. Будущее») (рис. 43). Витрина выставочного зала и его интерьер, а также автомобиль фирмы-спонсора были оформлены авторской каллиграфией Покраса Лампаса, нанесенной как вручную, так и воспроизводимой в цифровом формате на ЖК экранах.

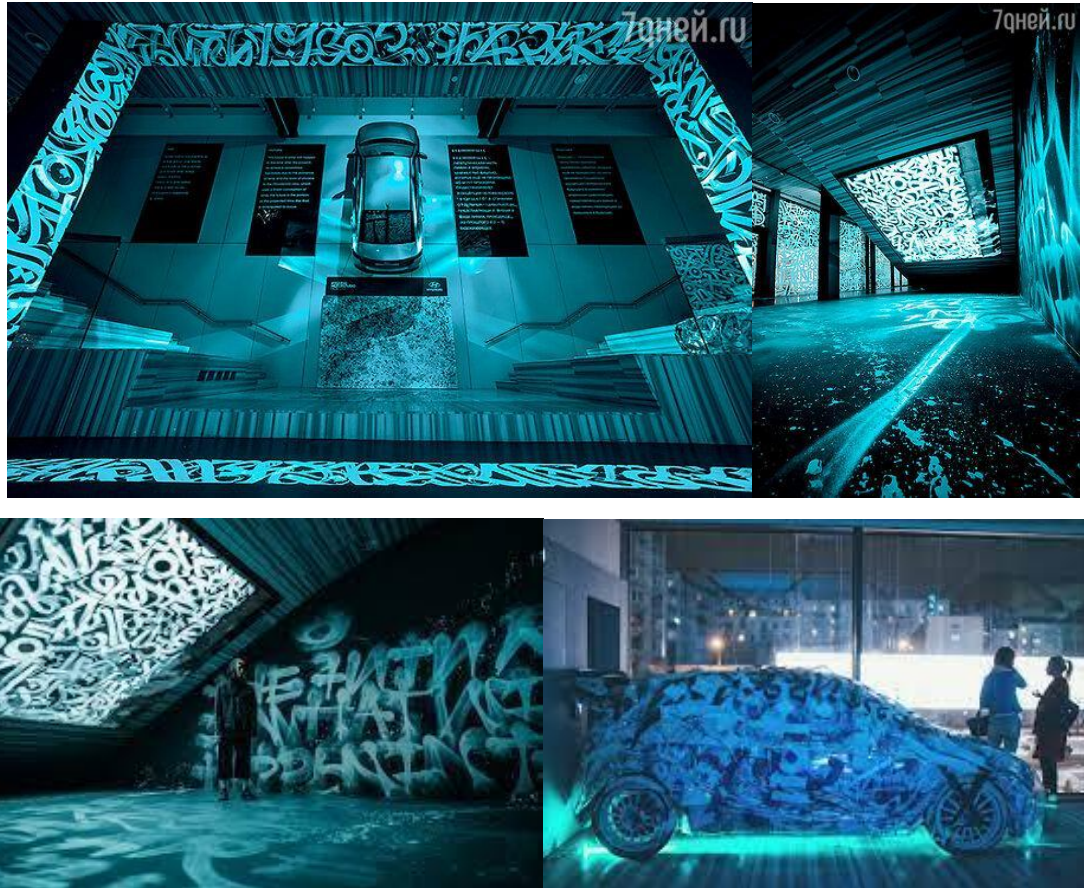


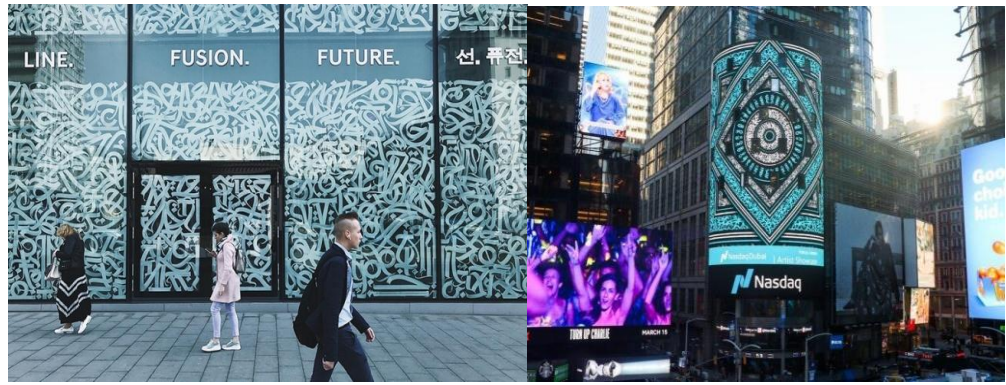
Рисунок 43 – Выставка Покраса Лампаса в имиджевой галерее Hyundai Motorstudio 2018 году в Москве

В марте 2019 года оцифрованный вариант каллиграфии Покраса можно было увидеть на одном из световых панно центральной нью-йоркской площади Таймс-Сквер. Ежегодно ее посещают около 40 миллионов туристов, а на фасадах выходящих на нее небоскребов размещаются рекламы крупнейших брендов и фондовых бирж. Его работа была представлена в рамках совместного проекта галереи Опера (“Opera Gallery”) при спонсорской поддержке высокотехнологичной биржи Nasdaq. Она представляла собой сцентрированную моно-композицию и из вписанных друг в друга кругов, колец, ромбов и многогранников, заполненных леттерингом.

В 2018 году бьюти-бренд M.A.C и Покрас Лампас представили новую совместную коллекцию, в оформлении которой были использованы соединенные в круговые композиции элементы авторской каллиграфии,

акцентированные яркими цветовыми вкраплениями (рис. 44). В рамках сотрудничества с маркой стрит-арт художник придумал лимитированную упаковку для палеток теней “Burgundy Times Nine”, “Amber Times Nine” и “Dusky Rose Times Nine”, а также разработал дизайн кисти для нанесения макияжа. «Наша новая коллаборация с M.A.C – о свободе и слиянии современного искусства, каллиграфии и макияжа. Это поток, который рождает эксперименты», – отметил Покрас.

Другая коллаборация Покраса Лампаса отражена в рекламном ролике 2018 года для коллекции домашних аксессуаров Spänst компании ИКЕА. В рекламном видео Лампас показывает свою мастерскую, которую называет своим «домом», попутно декорируя («кастомизируя») авторским леттерингом товары ИКЕА. «Коллекция отлично раскрывает отношение ИКЕА к минимализму, определенной простоте в материалах и линиях и одновременно к современной эстетике. [Мне] понравилось, что коллекция вполне разная — начиная прозрачными боксами, заканчивая скейтом, который вышел не хуже, чем стол.» (рис. 44). Коллекция Spänst была создана Крисом Стэмпом. Он разработал коробки для хранения обуви, стол, сумки, предметы декора и скейтборд. В рамках рекламной кампании Икеа (“ИКЕА”) и ÖMANKÖ сняли серию видео, посвященных местным героям уличной культуры; помимо Лампаса в проекте снялись художник, основавший диджитал студию студию ”ТНĒ” – Зорик Истомин и основатель стрит-арт фестиваля “Faces & Laces” Дмитрий Оскеc.



а

б



в

г



д

Рисунок 44 – Оформление входа на выставку Покраса Лампаса в Москве в 2018 г. (а), Таймс Сквер, каллиграфия Покраса на рекламном щите Nasdaq (б), оформление косметики М.А.С в 2018 г. (в), упаковка электрической зубной щетки Oral-В, созданная совместно с Покрасом Лампасом (г), коллаборация Покраса Лампаса и ИКЕА (д)

Оформление упаковки электрической зубной щетки компании Орал Би (“Oral-B”) – удачный пример применения каллиграфии в графическом дизайне. Стрит-арт художник творчески адаптировал отработанную им на городских поверхностях круговую каллиграфическую композицию, орнаментально подчеркивающую динамику крутящихся элементов изделия.

Представляется, что Покрас Лампас использует два основных творческих подхода: в случае, когда в его распоряжении хорошо структурированные поверхности, он заполняет их своей стрит-арт каллиграфией как орнаментом. Если возникает необходимость структурировать достаточно большие однообразные поверхности, то автор делает это, собирая из геометрических протоформ достаточно симметричные монокомпозиции, в которые он затем вписывает свою каллиграфию. Примечательно, что каллиграфия Покраса Лампаса легко масштабируется, сохраняя при этом узнаваемость авторского почерка. Есть примеры выполненных им композиций в десятки и сотни метров по площади – и другие, на миниатюрных коробочках и кредитных картах.

К техникам стрит-арта, тесно связанным с графическим дизайном, относятся **принт-арт и коллаж**. Одними из первых граффити-художников, использовавших плакаты (постеры), вместо аэрозольных баллонов с краской, были пионеры граффити Нью-Йорка Ревс («REVS») и Кост («COST»). Вместо нанесения тегов маркером или аэрозольным баллоном с краской они расклеивали плакаты со своими псевдонимами, имитирующие объявления. В дальнейшем развитие подобной идеи воплотилось в нескольких субнаправлениях стрит-арта: стикер-арт и постер-арт. Распространение «стикеров» – авторских наклеек вышло далеко за пределы стрит-арта и превратилось в часть современной печатной культуры и предмет коллекционирования. Стикер-арт стал частью рекламных кампаний производителей, ориентированных на молодежную аудиторию, и предметом профессионального интереса графических дизайнеров.

Пример использования стикер-арт стилистики можно увидеть в печатной рекламной продукции компании Кархарт (“Carhartt”), известного американского производителя рабочей и молодежной одежды. Дизайнеры этой фирмы уже много лет сопровождают собственные товары фирменными наклейками, имитирующими стилистику стикер-арта (рис. 45).



а



б

Рисунок 45 – Множество стрит-арт стикеров на городской поверхности (а), рекламные стикеры компании Carhartt (б)

Известный американский стрит-арт художник Шепард Фейри большую часть своих работ выполняет в технике принт-арта (рис. 46). Композиции он создает в специализированных графических редакторах, распечатывает в общедоступных типографиях, а затем буквально наклеивает, подобно уличной рекламе. В своих произведениях он, как и другие стрит-арт художники, смешивает различные стили и элементы, отдавая предпочтение тем, которые наиболее выгодно смотрятся в качестве плакатных изображений и легко мультиплицируются. В основе большинства его работ – выстроенная по геометрической схеме монокомпозиция-паттерн, самой известной из которых можно считать стилизованное изображение лица характерного персонажа с надписью OBEY под ним.



Рисунок 46 – Постер Шепарда Фейри – «OBEY» (а), плакат «Hope» (б),
постер «Make Art Not War» (в)

Шепард Фейри отметился своим участием в графическом оформлении избирательной кампании президента США Барака Обамы. Плакат 2008 г. с надписью «HOPE», созданный Шепардом Фейри, стал символом предвыборной кампании будущего президента. Контрастная светотень нивелирует темный цвет кожи кандидата. Лаконичная графика портрета, имитирующая технику многослойного трафарета, дополняется контекстуальной надписью «Надежда» снизу, образующей своеобразный цоколь композиции. Значок с полосами цветов американского флага в петлице, по форме повторяющий букву «O», указывает, что перед нами кандидат в президенты.

Проводя свои собственные рекламные кампании в борьбе за внимание городского зрителя, стрит-арт художники научились грамотно использовать методики графического дизайна, балансируя между постоянно совершенствующимися выразительными средствами и поиском ключевых точек и актуальных трендов социальной (преимущественно городской) жизни.

Это знание помогает им сегодня совмещать работу стрит-арт художников и графических дизайнеров, в которой, создавая что-то, отличное от уличного искусства, они применяют методы и принципы оного там, где требуется быстро работать на визуальную привлекательность и контекстуальную игру в нейтральной, неподготовленной среде [81].

Рассмотрим художественные приемы и принципы стрит-арта, используемые в современном графическом дизайне. **Принцип контекстуальной игры**, характерный для стрит-арта, стал одним из трендов современного рекламного графического дизайна. Рекламная компания концерна Тойота (Toyota) «Береги то, что позади тебя» (“Protect what’s behind you”) 2012 года создавалась в коллаборации с малазийским стрит-арт художником Эрнестом Захаревичем (рис. 47). В его произведении обыгрывается тематика дорожной безопасности; стена подземной парковки, кажущаяся незначимой, с помощью фрески и текстового посыла становится местом художественного взаимодействия. Иллюзорная реалистичность персонажа, напоминающего образы Бэнкси, дополняется контекстуальным рекламным слоганом. Превращение обычных утилитарных объектов города в место для реализации и интеграции концептуальных художественных идей – характерная черта современного стрит-арта, результат опыта нескольких поколений и десятилетий конкурентной борьбы за внимание в городской среде.

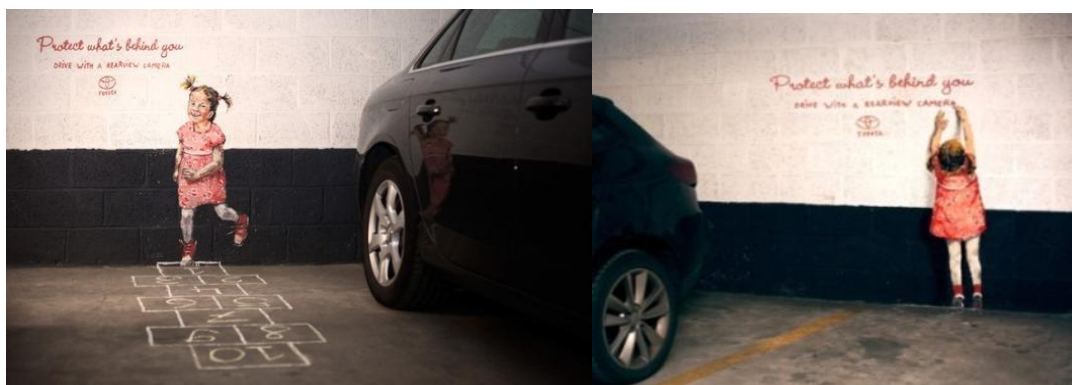


Рисунок 47 – Рекламная компания концерна Toyota «Protect what’s behind you»

Графический дизайн уличной кампании по теме экологического спасения реки Милуоке был создан рекламной компанией StirMarketing с явными отсылками к контекстуальной игре, характерной для стрит-арта (рис. 48). Отверстия сточных труб превращены в часть росписи, вся композиция и контекстуально и идейно работает в едином ключе – находчивость и активное интеграционное решение стрит-арта реализуется рекламной компанией на высоком уровне.



Рисунок 48 – Стрит-арт на тему экологического спасения реки Милуоке

Рассмотрим применение в графическом дизайне **принципа визуальной и смысловой альтернативности** на примере эволюции айдентики бренда российского оператора сотовой связи ТЕЛЕ2 (“TELE2”). В 2015 году российское брендинговое агентство Plenum обновило визуальную систему компании и предложило собственную библиотеку графики для создания рекламных материалов в единой стилистике (рис. 49). Агентство отказалось от графических редакторов – каждое изображение было отрисовано вручную – на их основе были вырезаны трафареты, и с помощью баллона краски рисунок наносился на поверхность и затем сканировался. Все рисунки создавались в нескольких вариантах, отличавшихся детализацией и размерами для того,

чтобы их можно было использовать на носителях любых форматов. В основу стилистики легли уже существующие графические идеи компании «ставка на черное» и «стрит-арт», сочетающие рекламные слоганы и сюжетные изображения в трафаретно-аэрозольной стилистике, призванные транслировать идеологию бренда TELE2 (рис. 49). Цитата агентства Plenum: «Чёрный – цвет бунтарей-одиночек, которые берут на себя смелость противопоставить себя дизайн-стереотипам категории. Стрит-арт – живое искусство улиц» [101]. Тексты рекламных слоганов и конструктивистская архитектура изображений отсылали к важному отечественному художественно-культурному первоисточнику – русскому авангарду первой четверти XX века [82, 104]. В целом корпоративно-рекламный дизайн TELE2 2015 года – реклама, логотипы и брендинг, упаковка продукции, наружная реклама – отличный пример того, как грамотно имитировать многие стрит-арт техники и его идеологию, создавая эстетику «альтернативной» рекламы. Отметим, что рынок сотовой связи в 2015 году контролировался тремя крупными игроками, противопоставить себя которым, продемонстрировав свою «альтернативность», в том числе с помощью визуальной графической айдентики, и было целью бренда TELE2. Важно отметить, что, помимо непосредственного заимствования визуальных элементов стрит-арта, компания проводила множество фестивалей уличного искусства по всей стране, тем самым пытаясь привлечь молодежную аудиторию стрит-арта, создать впечатление компании, опирающейся на мнение городских масс и ее неформальных лидеров.



Рисунок 49 – Графический дизайн рекламной кампании оператора сотовой связи TELE 2

Приоритет коммуникативного аспекта – важная отличительная черта стрит-арта. Текстовое или смысловое послание являются сутью уличного искусства. Установка на ясность сообщения сильно отличает стрит-арт от современного институционального концептуального искусства, в основной своей массе малодоступного для восприятия простыми гражданами. Стрит-арт полон отсылок к отечественным или интернациональным художественно-культурным первоисточникам, кодам и архетипам – в этом его сходство с современным графическим дизайном.

В 2015 году известный производитель спортивной одежды и аксессуаров Найк (“Nike”) провел масштабную рекламную кампанию «Я только лучше». Довольно редко локальные адаптации глобальных рекламных кампаний получаются на уровне, равном оригиналу. Именно такая история произошла с новой компанией Найк (“Nike”). Спортивный бренд вместе с агентством «Виден + Кеннеди Амстердам» (“Wieden + Kennedy Amsterdam”) запустил масштабный мотивационный маркетинговый проект «Better for It» («Я только лучше» – не оригинальный, но адаптированный слоган кампании), и именно российскую версию особо отметили ведущие мировые эксперты и профильные медиа. Интегрированная рекламная кампания включала рекламные ролики, которые транслировались на федеральных каналах и в интернете, наружную рекламу, которая включает в себя как привычные форматы размещения на носителях наружной рекламы, так и нестандартное размещение граффити и муралов на стенах московских домов, которое ставило целью во всей полноте задействовать коммуникативный аспект (рис. 50).

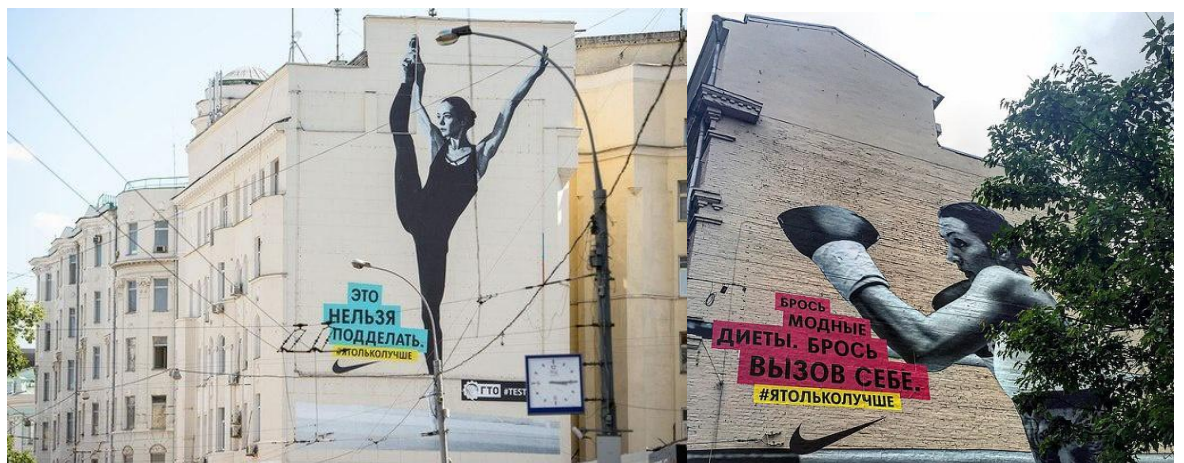


Рисунок 50 – Графический дизайн уличной рекламной кампании “Nike”
«Я только лучше»

В наши дни происходит активная **интервенция известных стрит-арт персоналий на профессиональное поле графического дизайна**. Известны многочисленные случаи успешного создания графической продукции как авторскими брендами стрит-арт художников (Шепард Фейри тиражирует собственную авторскую продукцию в практически промышленных масштабах), так и графического оформления ими продукции известных мировых брендов и торговых марок. Многие стрит-арт художники за счет своего опыта и широкого охвата аудитории сегодня становятся трендсеттерами, ключевыми фигурами и визионерами современного графического дизайна.

Представляется, что в графическом дизайне задействуются те элементы стрит-арта, которые являются его визуальными маркерами, определяют его сущностную айдентику и контекстуальную парадигму. Приоритет коммуникативного аспекта, нацеленность на быструю считываемость «визуального месседжа», обеспечивающие широкий охват аудитории, являются важными преимуществами стрит-арта. В отличие от классического монументального искусства, которое создавалось с расчетом на бытование в течение жизни нескольких поколений, стрит-арт ориентирован на динамичную смену городских декораций [96]. Он нацелен на быстрый отклик на мировые и локальные события и художественные тренды. Именно это качество стрит-арта, созвучное современной эпохе, объединяет его с графическим дизайном [81].

3.2 Стилистика стрит-арта в современном графическом дизайне

На рис. 37 представлены основные визуальные и идейно-смысловые компоненты, посредством которых осуществляется влияние стрит-арта на современный графический дизайн [83]. Среди них: воспроизведение

присущих стрит-арту техник, использование стилеобразующих элементов стрит-арта, заимствование характерных для стрит-арта художественных приемов и композиционных принципов. Элементы этого перечня по отдельности или их сочетания и формируют, по нашему мнению, стилистику стрит-арта. Эта стилистика, помимо графического дизайна, активно используется в дизайне одежды и текстиля, оформлении объектов предметного дизайна и городской среды.

Стилистика стрит-арта в дизайне – это характерные технические, композиционно-изобразительные и коммуникативно-смысловые компоненты уличного искусства, которые задействуются в различных формах и сочетаниях при создании или оформлении дизайнерского продукта. (рис. 51)



Рисунок 51 – Стилистика стрит-арта в дизайне

Проникновение стилистики стрит-арта в дизайн осуществляется за счет:

1. Интервенции известных стрит-арт персоналий на профессиональное поле дизайна (Авторские бренды и коллаборации с известными торговыми марками)

2. Использование произведений классиков стрит-арта (Баския, Кит Харинг) в графическом оформлении дизайнерских продуктов, (разрешение на это получается у соответствующих правообладателей).

3. Посредством целенаправленной проектной деятельности дизайнерских отделов крупных корпораций, производящих продукцию для потребительской аудитории адептов стрит-арта.

Рассмотрим проекты, в которых эта стилистика получила наиболее яркое воплощение. Один из самых узнаваемых образов стрит-арта – полотно из тегов или текстура с фрагментами шрифтового граффити. Такие фактуры зачастую используются в дизайне спортивного инвентаря для экстремальных видов спорта, когда лицевая часть изделия покрывается текстурой, будто бы взятой напрямиком с расписанной уличными художниками стены. Чередование тегов и классического граффити, трафаретов и стикеров – все это своеобразный паттерн стрит-арта «камуфляж» урбанистической среды, несущий в себе уличную энергетику и субкультурный подтекст (рис. 52).



Рисунок 52 – Стрит-арт стилистика в дизайне спортивных досок (скейтбордов и сноубордов)

Графический дизайн этикеток и подарочных упаковок – довольно частая область творчества приглашенных стрит-арт художников. Так, проект «Искусство с улиц» (“Art From The Streets”) от бренда Хеннесси (“Hennessy”) –

это многолетняя история сотрудничества с самыми известными стрит-арт художниками нашего времени, такими как Джон Уан (“Jon One”), Кавс (“KAWS”), Футура 2000 (“Futura 2000”), Вилс (“Vhils”) и Фелипе Пант Уан (“Felipe Pantone”). Последний из перечисленных авторов демонстрирует подход к оформлению, который можно отнести к разновидности суперграфики. Его геометризированно-иллюзорные композиции, как бы проецируемые на плоские или округлые поверхности создают иллюзию видоизменения формы (рис. 53).

Для рекламной кампании Хеннесси (Hennessy) были отобраны художники с характерным стилем, новаторски переосмысляющие идеи уличного искусства в коллаборациях. Подобная концепция витализации бренда за счет актуального уличного искусства – один из важных трендов 2010-20-х годов – времени активного влияния стрит-арта на графический дизайн [91].



Рисунок 53 – Оформление фасада здания в Лас Вегасе (а), Дизайн этикетки и упаковки продуктов Hennessy серии Art from the Streets (б)

Для авторской манеры Джона Уана (“Jon One”) характерны многослойные наложения горизонтальных разноцветных полос из тегов, образующих плотную цветографическую орнаментальную фактуру. Этот автор с помощью данного приема оформил множество разномасштабных

изделий – флаконов духов, чемоданов и сумок, музыкальных колонок и даже фюзеляж самолет компании Эйр Франс (AirFrance) (рис. 55).

Известный шведский алкогольный бренд Абсолют (“Absolut”) также как и Хеннеси привлекает популярных художников для оформления этикеток и упаковок. Компания каждый год устраивает конкурс лучшего рекламного плаката, к которому приглашает наиболее известных и актуальных трендсеттеров эпохи.



а



б



в



г

Рисунок 55 – Дизайн флакона туалетной воды Гирлен (“Guerlain”) (а), авторский дизайн самолета Эйр Франс (б), авторские теги Джона Уана в дизайне туристических сумок (в), дизайн в оформлении звуковой колонки (г)

Известный своей тематической графикой и выразительным авторским стилем классик стрит-арта Кит Харинг создал один из наиболее запоминающихся образов бренда (рис. 56)

В 2015 г. прошла выставка ИКЕА Арт Ивент (“IKEA Art Event”) под слоганом «Принесите уличное искусство домой». Шведский производитель мебели ИКЕА ставил своей целью с помощью данного мероприятия сделать уличное искусство более доступным, принести его с улиц и галерей в дома и квартиры. “IKEA Art Event 2015” собрала работы 12 уличных художников со всего мира, каждый из которых создал уникальные стрит-арт постеры.



а

б

в

Рисунок 56 – Рекламный плакат для компании Абсолют (а), плакат «Сомнем крэк» (“Crack Down”) (б), плакат для джазового фестиваля в Монтрё 1983 г. (в)

Ограниченная коллекция плакатов уличного искусства охватывает самый широкий спектр художественных стилей. Особое внимание было уделено методам печати отдельных работ уличных художников, а также различным эффектам, используемым на плакатах, таких как сочетания

глянцевых и матовых поверхностей, эффектам свечения в темноте и 3Д (“3D”) (рис. 57).



а



б

Рисунок 57 – Постер для ИКЕА 2015 от стрит арт художника Кораля Супаткича (а), постер для ИКЕА 2015 от коллектива стрит-арт художников Неверкрю (“NEVERCREW”) (б)

В графическом дизайне запущенной в декабре 2019 года рекламной кампании модели электроавтомобилей Кибертрак (“Cybertruck”) фирмы Тесла (“Tesla”) также имело место использование стилистики стрит-арта. Шрифт, задействованный для презентации модели пикапа, был создан по эскизам супруги владельца Тесла Илона Маска канадской певицы и художницы Клэр Элис Бушэ, известной под сценическим псевдонимом «Граймс» (“Grimes”). Стильный шрифт нарочито-небрежного и агрессивного тега-логотипа органично сочетается с футуристичным, геометризованным дизайном автомобиля, создавая живой образ продукта и работая на поддержание идеи альтернативности и новаторства бренда (рис. 58).



а



б

Рисунок 58 – Граймс на фоне граффити и шрифт “Cybertruck”(а), тот же шрифт на презентации автомобиля “Cybertruck”(б)

Стрит-арт каллиграфия в графическом дизайне получила широкое распространение и зарекомендовала себя как одна из наиболее узнаваемых и легко масштабируемых практик уличного искусства. Стрит-арт каллиграфия – это сочетание выразительности каллиграфических шрифтов и знаковых систем различных культур, гармонии орнаментов и динамики ритмов. Помимо уже упоминавшегося нами выше Покраса Лампаса, приведем примеры других известных стрит-арт каллиграфов, активно работающих в области графического дизайна.

Футура 2000 (“Futura 2000”) – один из тех представителей стрит-арта, которые уже с 1990-х успешно коммерциализируют свое творчество. Он

создал свою собственную марку одежды, много занимался дизайном и разработкой авторского стиля, где обязательно присутствует подпись эстетика граффити. Его авторский стиль характеризуется пластической экспрессией и выразительными динамично-острыми линиями. Его авторству принадлежат характерные антропоморфные персонажи-маскоты (отсылающие к граффити 1980-х годов) (рис. 59)



а



б

Рисунок 59 – Антропоморфные персонажи Футуры 2000 – в графике (а), в виде сувенирной продукции (б)

Стрит-арт художнику Эль Сиду (“el Seed”), работающему в традициях туниской культуры удалось придать леттерингу новые формы и черты. Работы этого автора представляют из себя своеобразные зашифрованные каллиграфические послания, в которых он, по его словам, активно пропагандирует гуманистические идеалы. Его стрит-арт композициям свойственны сложноструктурированные переплетения волнообразных и округлых каллиграфических элементов, зачастую выходящих за пределы плоскости стены (рис. 60). Помимо масштабных работ в области публич-арта Эль Сид работает в оформлении предметов малых форм для рекламных

кампаний и повторяет элементы своего авторского стиля, адаптируя их под конкретные дизайн-проекты (рис. 60).



а



б

Рисунок 60 – Стрит-арт мурал Эль Сиды (“el Seed”) в Дубае (а), авторское оформление лимитированной серии граффити-краски MTN originals (б)

Бывший граффитчик, а ныне успешный графический дизайнер Энди Ясгар (известный в граффити-субкультуре под псевдонимом Sket One) так описывает алгоритм дизайнерской деятельности автора, имеющего опыт в области уличного искусства: «Граффити или его философия, составляющая суть стрит-арта, лежат в основе всего, что я делаю в наши дни. Взять идею или проект и довести элементы дизайна до совершенства, при этом учитывая опыт всего того, чему меня ранее учили улицы. Каждый раз, когда вы рисуете граффити, вы подсознательно проходите через процесс проектирования и исполнения этого произведения... Визуальные дизайнеры и граффити-художники являются создателями изображений – они несут ответственность за сообщения, которые передают через свои изображения» [84].

Энди Ясгар разработал дизайн упаковки для соусов HEINZ в форме собственного стрит-арт персонажа. Это интересный пример актуализации

классического бренда за счет придания антропоморфного характера форме емкости без изменения дизайна этикетки (рис. 61).



а



б

Рисунок 61 – Стрит-арт персонаж Энди Ясгар в станковой графике (а), дизайн упаковки соусов Heinz (б)

Представляется, что полностью раскрыть потенциал стрит-арт стилистики в области графического дизайна можно лишь имея за плечами большое количество «полевой» практики уличного искусства. Графическому дизайнеру крайне сложно без соответствующей подготовки создать (оформить) объект в стиле стрит-арта. Вероятнее всего, это имеет место потому, что все графические дизайнеры долгое время учатся работать «по правилам», в то время как новаторство и смелый эксперимент крайне важны в мире уличного искусства [97]. Когда стрит-арт выходит на поле дизайн-проектирования – то здесь в наибольшей степени проявляются такие его качества, как зрительская эмпатия и работа на отклик. Графические дизайнеры получают специализированное образование, в то время как стрит-арт художники учатся самостоятельно или в формате наставничества. Однако, и те и другие оттачивают свои индивидуальные навыки на протяжении многих лет практики, чтобы максимально повысить качество и продуктивность своей

работы. «Как визуальный дизайнер, вы можете легко создавать изображения и визуальные эффекты, но может оказаться крайне трудным писать текстовые послания на улице, если вы не стрит-арт художник» – говорит Энди Ясгар в своем интервью в 2016 году. [84].

Несмотря на то, что в целом стрит-арт адресован широкой аудитории, иногда посыл и контекст некоторых произведений стрит-арт художников оказывается понятен только для небольшого круга адептов. Представляется, что в графическом дизайне такое невозможно, так как для основной его принцип – максимально четко и однозначно донести сообщение о визуальном образе продукта до как можно большего числа потребителей [95]. Стрит-арт же участвует в дизайне современной жизни посредством усилий художников, относящихся к городской среде как к «творческому полигону».

3.3. Художественное проектирование изделий текстильного дизайна в стилистике стрит-арта

Уличная мода (*street style*), являющаяся одним из главенствующих направлений современного текстильного дизайна, построена на контрастном взаимодействии художественных приемов и образов нонконформистских субкультур и авангардных направлений современного искусства, к числу которых относится стрит-арт. Стрит-арт включает элементы граффити, каллиграфии, абстрактного искусства, поп-арта и иллюзорного фотореализма. Этот контекстуальный вид монументально-декоративного искусства был всегда на переднем крае поисков актуальных форм художественной выразительности, созвучных своей эпохе. В 1990-х-2000-х годах практики граффити становятся более осмысленными, и из недр граффити рождается стрит-арт. Это более художественное и многоплановое явление. Хотя стрит-арт был интегрирован в современное искусство и стал признанным

общественно (например, паблик-арт), он сохраняет присущую ему уличную “энергетику” и антиэлитарность.

Текстильный дизайн, чуткий к изменениям общественных вкусов и моды, закономерно воплощает в своих изделиях передовые для своего времени тренды. Бренды одежды и аксессуаров, особенно спортивно-молодежного ассортимента, выпускают изделия с элементами стрит-арт стилистики, а также приглашают к коллаборации известных стрит-арт-художников. Известен также ряд случаев успешного запуска собственных брендов одежды стрит-арт знаменитостями.

Известный российский стрит-арт художник Покрас Лампас, помимо своей основной деятельности запустил собственную линию одежды (рис. 62), в которой используются авторские мотивы его каллиграфии. Характерный для этого художника изобразительный прием, состоящий в структурировании рукописного текста в форме геометрических раппортных модулей, а также их «трехмерных» наложений, был воспроизведен им в уменьшенном масштабе на текстиле. Следует отметить, что этот же прием используется Покрасом Лампасом в оформлении разного рода объектов предметного дизайна – кузовов автомобилей, витрин бутиков, коробочек для парфюмерии и др. Таким образом, отработанный в стрит-арте художественный прием становится «авторским маркером» различных объектов дизайна, придавая им дополнительную актуальную ценностную составляющую.



Рисунок 62 – Стрит-арт каллиграфия Покраса Лампаса в текстильном дизайне

К основным элементам стилистики стрит-арта, который воспроизводит современный текстильный дизайн, следует отнести имитацию техники трафарета, спрей-арта, ручной каллиграфии и многослойного коллажа, выполненные в как бы небрежной манере с потеками краски, непрокрашенными участками, разрывами и наложениями изображений. Вышеуказанные элементы используются в качестве декора на текстиле либо в виде монорапортных крупноформатных сюжетно-шрифтовых композиций, либо в случае их многократного повторения – в виде специфической фактуры,

которая может быть использована при создании раппортных печатных орнаментов. Кроме того, элементы стилистики стрит-арта размещаются на разного рода вставках, аппликациях, кайме, как правило, в местах традиционного расположения орнаментальных элементов костюма, знаковых элементах спортивной одежды и униформы. Среди элементов наиболее часто используются:

- Буквенно-шрифтовые монокомпозиции-теги
- Авторские логотипы и персонажи (маскоты) стрит-арт художников
- Стрит-арт каллиграфия

Отдельно отметим частое использование визуальных маркеров техник стрит-арта (спрей-арта, трафарета, принт-арта).

Нужно отметить, что применение творческих методов стрит-арта предоставляет возможности актуализировать традиционные образно-художественные решения и подходы, а также усилить коммуникативный аспект при проектировании изделий как графического, так и текстильного дизайна.

Стилистика стрит-арта получила широкое распространение в современном текстильном дизайне по ряду причин, среди которых: широкая молодежная целевая аудитория, восприимчивая к стрит-арту, доступность и доходчивость послания, нацеленность на быстрый отклик и коммуникацию.

Основные этапы художественного проектирования изделий текстильного дизайна в стилистике стрит-арта представлены на рис. 63.



Рисунок 63 – Схема “Основные этапы художественного проектирования изделий текстильного дизайна в стилистике стрит-арта”

Количественный рост проникновения элементов стрит-арта в дизайнерские разработки создателей текстиля, одежды, обуви и аксессуаров шел параллельно росту популярности и востребованности стрит-арта как искусства и, в соответствии со степенью освещения этого явления в средствах массовой информации и коммуникации (или параллельно росту его значения в медийном пространстве). Закономерность представляется следующей – чем большее освещение тот, или иной вид, стиль, автор стрит-арта получает в новостной ленте, социальных сетях и масс-культурном контенте – тем более он становится востребованным в текстильном дизайне и индустрии моды. Ведущие стрит-арт художники становятся молодежными кумирами, хедлайнерами новостных лент – важными трендсеттерами молодежной и уличной моды, инфлюенсерами высокой моды. Элементами стрит-арта, получившими наибольшее распространения в текстильном дизайне, являются те из них, которые в наибольшей степени отражают характерные для этого вида искусства технические приемы и образно-графический язык [85].

Таким образом, отработанный в стрит-арте художественный прием становится «авторским маркером» различных объектов дизайна, придавая им дополнительную актуальную ценностную составляющую. Проектирование изделий, несущих отпечаток стилистики стрит-арта, практикуется как дизайн-бюро фирм-изготовителей, так и приглашенными для этой цели популярными стрит-арт художниками. Широко задействуется творческое наследие ушедших основоположников стрит-арта, таких, например, как Кит Харинг (рис. 64). Известен также целый ряд случаев, успешного запуска собственных брендов одежды знаменитыми стрит-арт художниками [86].



Рисунок 64 – Ботинки фирмы Доктор Мартинс с декором в стилистике стрит-арта Кита Харинга

В последнее время имеет место широкое проникновение элементов стилистики стрит-арта в высокую моду. В коллекциях знаменитых модных домов, таких как Москино (“Moschino”, Роберто Кавалли (“Roberto Cavalli”), Диор (“Dior”) нехарактерные для высокой моды элементы стрит-арт декора выступают как бы антитезой (эстетическим контрапунктом) гламурной роскоши (рис. 65).



Рисунок 65. Платья Москино в стилистике стрит-арта, 2015 г.

При этом характерные для высокой моды сложные техники и дорогостоящие материалы воспроизводят элементы по своей природе широкодоступного стрит-арт стиля с его грубоватой незаконченностью, интеллектуальной игрой и саркастической брутальностью.

На протяжении своей истории индустрия роскоши черпала вдохновение в высоком искусстве, однако в последние десятилетия наметился культурный сдвиг: смешение жанров и — как следствие — все более частое взаимодействие люксовых брендов и стрит-арта с его пульсирующим ритмом и бунтарским настроением.

Первым европейским брендом, организовавшим творческую коллаборацию с деятелем уличного искусства, считается модный дом Луи Виттон (“Louis Vuitton”). В 2001 году креативным директором бренда Марком Джейкобсом была создана совместная коллекция с граффити-художником Стивеном Спраузом. Созданные для этой коллекции сумки и шарфы с принтом в виде граффити стали настоящей сенсацией в мире моды и добавили Луи Виттон поклонников молодого поколения, которые до этого не были частыми гостями в бутиках бренда (рис. 66).



Рисунок 66 – Коллекция сумок Луи Виттон и Стивена Спрауза 2001 г.

Британский модельер и художник Вирджил Абло был первым чернокожим, возглавившим крупный модный дом. Он занимал должность художественного руководителя мужской линии бренда Луи Виттон (“Louis Vuitton”) с марта 2018 года до своей смерти в 2021 году. В 2013 году Вирджилом Абло был основан Офф Уайт (“Off-White”) – популярный бренд уличной одежды, известный своим минималистичным дизайном и сардонической остротой (рис. 67). Абло считал, что даже небольшие изменения в классике считаются нововведением в искусстве и дизайне, это позволяет развеять вечные опасения моды по поводу оригинальности. Инвесторам и критикам Абло описывал стилистику своего бренда как «серую область между белым и чёрным» или как цвета «оттенки белого» (англ. “Shades of white”) - Офф Уайт (“Off-White”). Получить развитие и выделиться среди конкурентов бренду удалось за счет привлечения к сотрудничеству большого числа персоналий из мира современного искусства и хип-хопа, но прежде всего за счет активного использования мотивов и образного строя стрит-арта. Можно сказать, что в сегменте «стрит вир» “street wear” бренд Офф Вайт при жизни его создателя в наибольшей степени воплощал стилистику стрит-арта. Изделия, изготовленные из ткани и трикотажа с рисунками, имитирующими граффити дополнялись аппликациями-принтами, а также наносимыми вручную при помощи трафарета печатным декором и каллиграфией в технике спрей-арта. Примечательно использование в качестве декора элементов утилитарных объектов городской среды – полосатых ограничительных лент, дорожных указателей и разметки, и предупреждающих надписей (рис. 67).

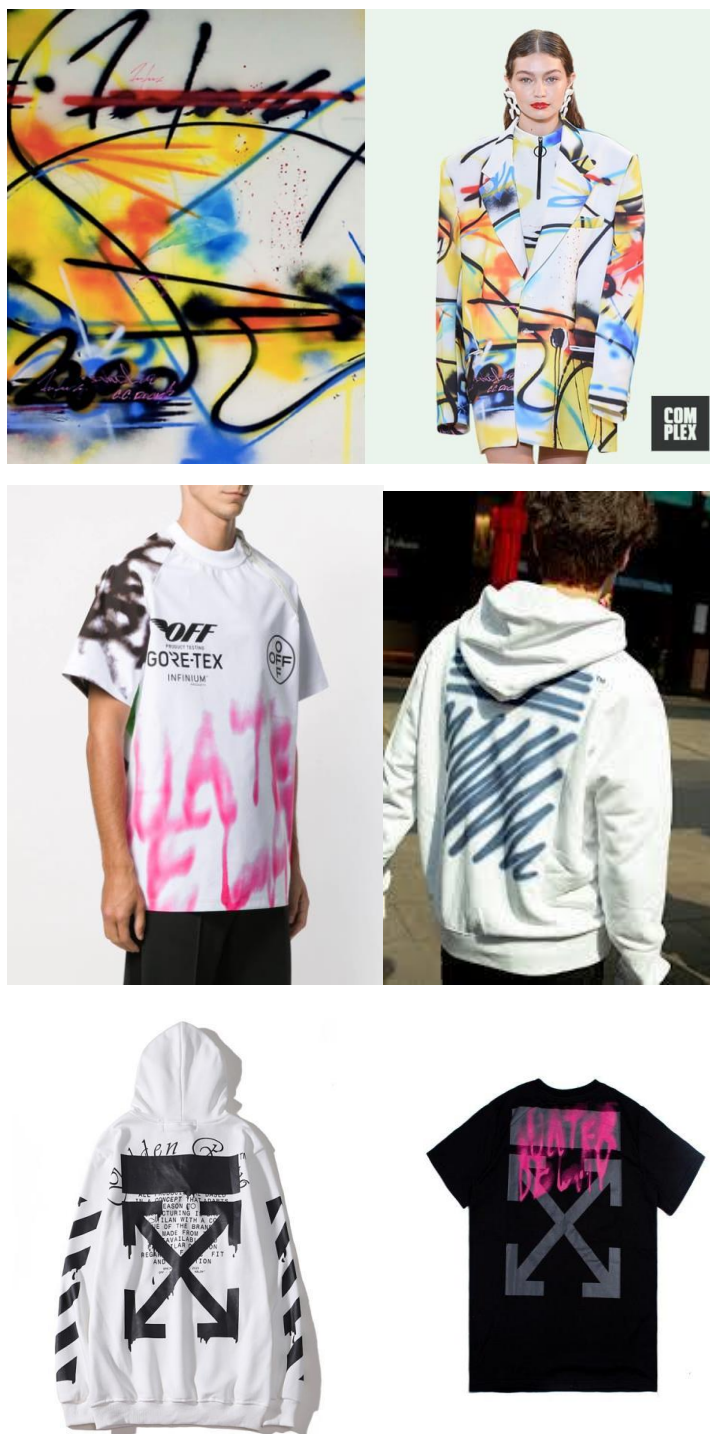


Рисунок 67 – Одежда бренда Офф Уайт (“Off White”) с характерным дизайном в стилистике стрит-арта

Знаменитый европейский модельер – Карл Лагерфельд (1933-2019), для показа весенне-летней коллекции Шанель (“Chanel”) 2014-го года создал целую инсталляцию произведений стрит-арта. Макияж моделей, и рисунки на

тканях коллекции напоминали художников граффитистов. Отдельно можно выделить представленный Шанель (“Chanel”) рюкзак, выполненный из холщовой ткани и украшенный рисунком логотипа бренда, исполненным в виде трафарет-граффити (рис. 68).



Рисунок 68 – Рюкзак от Шанель (“Chanel”) в стрит-арт стилистике, Париж 2014 г.

Одной из самых красочных коллекций 2014 года стала капсульная коллекция «Прада Спринг Граффити» (“Prada Spring Graffiti”). Модный дом представил целый арт-проект, посвященный стрит-арту, под названием «Сердце толпы» “Heart of Multitud”. Миучча Прада, вдохновившись произведениями современных художников, иллюстраторов и граффитчиков, сначала пригласила их, чтобы оформить пространство и декорации, а затем перенесла эти работы на одежду и аксессуары.

В том же году в рамках показа в честь двадцатипятилетия бренда Ди Кей Эн Уай (“DKNY”) Донна Каран воссоздала арт-проект «Мастерские Ди Кей Эн Уай» (“DKNY Artworks”), пригласив к сотрудничеству стрит-арт художников из десяти разных стран. Уличные художники расписали большие буквы аббревиатуры бренда, а также создали инсталляции (рис. 69). Пятна краски, размазанные надписи и отдельные буквы, наложенные друг на друга,

рисунки и трафаретные изображения, граффити со стен метро и студенческих кварталов органично сочетались с фасонами в стиле рокабилли и оригинальными шляпами.

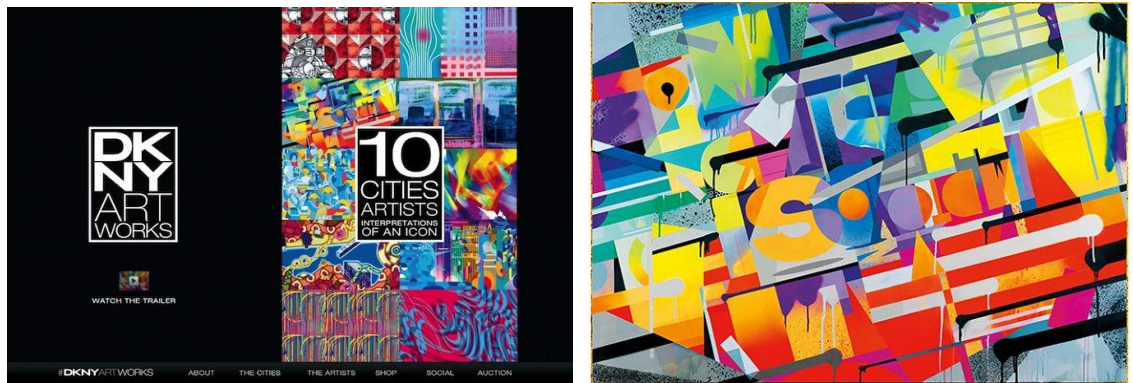


Рисунок 69 – Графическое оформление проекта «Мастерские Ди Кей Эн Уай» (“DKNY Artworks”)

Следует отметить, что не всегда создание модных коллекций европейских дизайнеров с использованием стрит-арта основывается на сотрудничестве дизайнера с художником. Известно несколько случаев, когда модные дома использовали работы стрит-райтеров без их согласия. Так, например, в 2014 году модный дом Роберто Кавалли (“Roberto Cavalli”) был уличен в копировании работ уличных художников - Джейсона Уильямса, Виктора Чапа и Джеффри Рубина. Они подали заявление в калифорнийский суд, увидев произведения, которые собственноручно рисовали на улицах Сан-Франциско, на вещах из коллекции линии «Просто Кавалли» (“Just Cavalli”). В коллекции были представлены одежда, сумки, рюкзаки и обувь, покрытые граффити-рисунками данной группы художников. Стрит-арт художники также были возмущены тем, что на некоторых вещах из коллекции дизайнер поверх их работ нанес свои логотипы в таком же граффити-стиле, как будто они являются частью оригинального творения (рис. 70).



Рисунок 70 – Работы уличных художников - Джейсона Уильямса, Виктора Чапа и Джеффри Рубина на вещах из коллекции линии «Просто Кавалли» (“Just Cavall”), 2014 г.

Другим громким случаем плагиата стало использование работы американского уличного художника Райма (“Rime”) в осенне-зимней коллекции Москино (“Moschino”) 2015-2016 года. Граффити «Глаза вандала» (“Vandal Eyes”) было сделано уличным художником еще в 2012-м году (рис. 71). Райм потребовал снять платье с данным принтом с продажи, а также подал в суд на Москино с целью получения денежной компенсации. Нужно отметить, что ранее в 2013-м году арт-директор Москино Джереми Скотт уже был обвинен в плагиате.



Рисунок 71 – Граффити Райма «Глаза вандала» (“Vandal Eyes”), 2015 г. (а), платье осенне-зимней коллекции Москино, 2015 г. (б)

Подводя итог, можно сделать вывод, что проникновение стрит-арта в европейскую индустрию моды можно считать свершившимся фактом. Еще 10 лет назад сложно было представить, что андеграундное искусство стрит-арт художников может попасть на подиумы, однако сегодня все больше и больше известных модных дизайнеров Европы и всего мира обращают свои взгляды в сторону уличного искусства. При этом процесс интеграции в моду стиля стрит-арт является двусторонним. С одной стороны, модные дизайнеры черпают вдохновение в работах уличных художников, а с другой стороны – многие художники стрит-арта успешно воплощают в одежде и аксессуарах дух, стилистику и энергетику уличного искусства [87].

3.4. Выводы по третьей главе

В наши дни стрит-арт является неотъемлемой частью визуального образа современной городской среды, в которой графический дизайн в различных его формах играет ведущую роль. Стрит-арт и графический дизайн в значительной степени «работают» на одном изобразительном поле и используют сходный художественно-образный язык.

Во второй половине 1980-х годов развитие стрит-арта происходило под мощным воздействием графического дизайна городской среды крупных мегаполисов. Графический дизайн уличных и журнальных плакатов, рекламы, логотипов и торговых знаков – это стало своеобразной энциклопедией мотивов и образно-графических приемов для уличных художников.

Если на начальном этапе развития стрит-арта уличные художники вдохновлялись графическим дизайном, то в настоящее время отмечается обратный процесс – с ростом своей популярности стрит-арт все активнее проникает в различные области графического дизайна.

Влияние стрит-арта на графический дизайн осуществляется посредством воспроизведения присущих стрит-арту техник (трафарет, спрей-арт, принт-арт

и коллаж), использования его стилеобразующих и структурных элементов (теги, граффити-шрифты, стрит-арт каллиграфия), заимствования характерных художественных приемов и принципов уличного искусства (принципа контекстуальной игры, визуальной и смысловой альтернативности), а также посредством интервенции известных стрит-арт персоналий на профессиональное поле графического дизайна.

В графическом дизайне задействуются те элементы стрит-арта, которые являются его визуальными маркерами, определяют его сущностную идентичку и контекстуальную парадигму.

Стилистика стрит-арта в графическом и текстильных дизайнах – это характерные технические, композиционно-изобразительные и коммуникативно-смысловые компоненты уличного искусства, которые задействуются в различных формах и сочетаниях при создании или оформлении изделия.

Уличная мода, являющаяся одним из главенствующих направлений современного текстильного дизайна, построена на контрастном взаимодействии художественных приемов и образов нонконформистских субкультур и авангардных направлений современного искусства, к числу которых относится стрит-арт.

Текстильный дизайн, чуткий к изменениям общественных вкусов и моды, закономерно воплощает в своих изделиях передовые для своего времени тренды. Бренды одежды и аксессуаров, особенно спортивно-молодежного ассортимента, выпускают изделия с элементами стрит-арт стилистики, а также приглашают к коллаборации известных стрит-арт-художников.

К основным элементам стилистики стрит-арта, который воспроизводит современный текстильный дизайн, следует отнести имитацию техники трафарета, спрей-арта, ручной каллиграфии и многослойного коллажа, выполненные в как бы небрежной манере с потеками краски, непрокрашенными участками, разрывами и наложениями изображений.

Вышеуказанные элементы используются в качестве декора на текстиле либо в виде монораппортных крупноформатных сюжетно-шрифтовых композиций, либо, в случае их многократного повторения – в виде специфической фактуры, которая может быть использована при создании раппортных печатных орнаментов. Кроме того, элементы стилистики стрит-арта размещаются на разного рода вставках, аппликациях, кайме, как правило, в местах традиционного расположения орнаментальных элементов костюма, знаковых элементах спортивной одежды и униформы. Среди элементов стрит-арта в текстильном дизайне наиболее часто используются:

- Буквенно-шрифтовые монокомпозиции-теги
- Авторские логотипы и персонажи (маскоты) стрит-арт художников
- Стрит-арт каллиграфия

Еще одним важным элементом, присутствующим в разработках текстильных дизайнеров следует признать моно-раппортные, крупноформатные (на всю площадь изделия) сюжетно-шрифтовые композиции, обычно выполненные в манере, имитирующие трафаретно-аэрозольную технику. Вышеуказанные «спецэффекты» в случае их многократного повторения и (или) наложения формируют специфические для стилистики стрит-арта фактуры, стилизация под которые также широко практикуется в дизайне текстиля в том числе при создании раппортных печатных орнаментов.

Стилистика стрит-арта получила широкое распространение в современном текстильном дизайне по ряду причин, среди которых: широкая молодежная целевая аудитория, восприимчивая к стрит-арту, доступность и доходчивость послания, нацеленность на быстрый отклик и коммуникацию.

Художественное проектирование изделий текстильного дизайна в стилистике стрит-арта представляется возможным разделить на следующие основные этапы:

1. Подготовительный этап. Отбор и адаптация проектного материала;

2. Разработка композиционной схемы, на основе принципов и методов стрит-арта и (или) традиционной включающей мотивы стрит-арта;
3. Доработка окончательного варианта композиции. Масштабирование, мультиплицирование и гармонизация стилистических элементов стрит-арта;
4. Выбор цветографического решения;
5. Выполнение в материале.

В проектном процессе задействуется личный творческий опыт исполнителя, а также элементы стилистики стрит-арта из внешних источников. Успешное достижение поставленной цели невозможно без учета рекомендаций текстильных дизайнеров и стилистов, а также технологических возможностей производства.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

Современный стрит-арт является одним из наиболее динамично развивающихся и относительно новых для нашей страны видов монументально-декоративного искусства, роль и востребованность которого неуклонно возрастает в современную эпоху доминирования информационной-коммуникативной составляющей общественно-культурной жизни урбанистического социума.

Граффити и стрит-арт являются обособленными направлениями, различными по своей природе; граффити – это субкультура, основанная на повторении авторской сигнатуры в публичном пространстве с целью привлечения внимания граффити-райтеров, и только после – широкого зрителя; в основе стрит-арта – диалог с массовым неподготовленным зрителем, что обуславливает более широкие возможности для визуальной репрезентации и контекстуального посыла.

Современный стрит-арт за последние десятилетия прошел три основных этапа становления, в ходе которых совершенствовались его технические приемы и творческие методы, из способа самовыражения маргинальных групп он стал признанным видом искусства, объектом собирательства, музеефикации и успешных продаж.

Представляется возможным выделить шесть поколений художников, каждое из которых приносило новые технические методы и приемы в создание произведений стрит-арта. Ключевую роль в развитии стрит-арта сыграли классики этого вида искусства – Ж.М. Баския, К. Харинг, Ш. Фейри и Бэнкси.

Истоки мотивов и образов стрит-арта как синтетического вида искусства разнообразны, они включают городскую рекламно-коммуникативную графику, газетно-журнальную и плакатную типографику, фото-графику и видео-арт, а также графический лексикон городских неформальных

художественных практик и образный язык современного станкового и монументального искусства.

Современный стрит-арт представляется возможным классифицировать на виды по художественно-проектным принципам. Основными видами современного стрит-арта являются: публик-арт, пост-граффити, принт-арт, инсталляции и перформансы. К наиболее распространенным стилям современного стрит-арта относятся следующие: стиль оп-арт, стиль поп-арт, реалистический стиль (мурализм), абстрактный стиль (цветопись и графика), трафаретный стиль (стенсил-арт), каллиграфические стрит-арт стили (леттеринг).

В ходе эволюции стрит-арта сформировался ряд характерных проектных принципов этого вида искусства, обусловленных, прежде всего его контекстуальностью. Среди проектных принципов современного стрит-арта выделяются следующие:

1. Принцип новизны, привносимого в городскую среду смыслового, коммуникативного и эстетического контента;
2. Принцип сюжетно-композиционной актуальности;
3. Принцип доступности и узнаваемости для массового зрителя применяемого художественно-образного языка;
4. Принцип художественно-стилевого разнообразия;
5. Принцип контекстуальности, учет особенностей архитектоники и семантики городской среды, для которой проектируется произведение.

Методы создания композиций современного стрит-арта имеют свою специфику, обусловленную необходимостью адаптации композиционных решений к существующей архитектонике и семантике объекта размещения и окружающей его среды. Выделяются следующие методы создания композиций современного стрит-арта:

1. Метод адаптации композиционных решений к нехарактерным для традиционного монументального искусства нерегулярным полям

изображения, смежным разнородным поверхностям и объемным элементам городской среды;

2. Метод включения функционально-утилитарных элементов городской среды в образный строй композиции;

3. Метод мультиплицирования идентичных изображений для заполнения больших плоскостей;

4. Метод соединения в одной композиции плоских и объемно-пространственных изобразительных элементов;

5. Метод наложения однородных и (или) разнородных изобразительных элементов;

6. Метод заимствования для последующего микширования изобразительных элементов из различных первоисточников.

Суперграфика – актуальный тренд в современном стрит-арте, позволяющий радикальным образом видоизменять структурно-пластический образ как отдельных элементов городской среды, так и целых кварталов. Главная особенность суперграфики стрит-арта заключается в зрительном преобразовании графическими средствами объемной формы, в атектоничности цветографического решения.

Для оценки художественного уровня стрит-арт композиций основными являются следующие специфические и общие критерии:

1. Степень адаптированности стрит-арт композиции к среде (объекту) размещения.

2. Уровень эстетической обусловленности взаимодействия стрит-арт композиции с архитектурой (объектам) городской среды.

3. Уровень исполнения, степень владения техниками стрит-арта и артистизм.

4. Гармоничность взаимодействия разнородных элементов стрит-арта (плоскостных, рельефных, объемно-пространственных) в рамках одного проекта.

5. Убедительность ритмико-пластической организации стрит-арт композиции и цельность пространственного восприятия, доступность считывания с различных ракурсов.

6. Образно-художественная и коммуникативная содержательность, выраженная в оригинальной и доступной форме, способная привлечь массового зрителя.

Стилистика стрит-арта в дизайне – это характерные технические, композиционно-изобразительные и коммуникативно-смысловые компоненты уличного искусства, которые задействуются в различных формах и сочетаниях при создании или оформлении изделия.

Проникновение стилистики стрит-арт в современный графический и текстильный дизайн осуществляется посредством воспроизведения присущих стрит-арту техник (трафарет, спрей-арт, принт-арт и коллаж), использования его стилеобразующих и структурных элементов (теги, граффити-шрифты, стрит-арт каллиграфия), заимствования характерных художественных приемов и принципов уличного искусства (принципа контекстуальной игры, визуальной и смысловой альтернативности), а также посредством интервенции известных стрит-арт персоналий на профессиональное поле графического и текстильного дизайна.

В графическом и текстильном дизайне задействуются те элементы стилистики стрит-арта, которые являются его визуальными маркерами, определяют его сущностную айдентику и контекстуальную парадигму.

Стрит-арт является неотъемлемой частью визуального образа современной городской среды, в которой графический дизайн в различных его формах играет ведущую роль. Стрит-арт и графический дизайн в значительной степени «работают» на одном изобразительном поле и используют сходный художественно-образный язык. Если на начальном этапе развития стрит-арта уличные художники вдохновлялись графическим дизайном, то в настоящее

время отмечается обратный процесс – с ростом своей популярности стрит-арт все активнее проникает в различные области графического дизайна.

Уличная мода, являющаяся одним из главенствующих направлений современного текстильного дизайна, построена на контрастном взаимодействии художественных приемов и образов неконформистских субкультур и художественных направлений, к числу которых, в первую очередь, относятся граффити и стрит-арт.

Текстильный дизайн, чуткий к изменениям общественных вкусов и моды, закономерно воплощает в своих изделиях востребованную стилистику стрит-арта. Бренды одежды и аксессуаров, особенно спортивно-молодежного ассортимента, выпускают изделия с элементами стрит-арт стилистики, а также приглашают к коллаборации известных стрит-арт-художников.

К основным элементам стилистики стрит-арта, которые воспроизводит современный текстильный дизайн, следует отнести имитации техники трафарета, спрей-арта, ручной каллиграфии и многослойного коллажа, выполненные в как бы небрежной манере с потеками краски, непрокрашенными участками, разрывами и наложениями изображений. Вышеуказанные элементы используются в качестве декора на текстиле либо в виде монораппортных крупноформатных сюжетно-шрифтовых композиций, либо, в случае их многократного повторения – в виде специфической фактуры, которая может быть использована при создании раппортных печатных орнаментов. Кроме того, элементы стилистики стрит-арта размещаются на разного рода вставках, аппликациях, кайме, как правило, в местах традиционного расположения орнаментальных элементов костюма, знаковых элементах спортивной одежды и униформы.

Среди элементов стрит-арта в текстильном дизайне наиболее часто используются:

- Буквенно-шрифтовые монокомпозиции-теги;
- Авторские логотипы и персонажи (маскоты) стрит-арт художников;

- Стрит-арт каллиграфия.

Художественное проектирование изделий текстильного дизайна в стилистике стрит-арта должно включать следующие основные этапы:

1. Подготовительный этап. Отбор и адаптация проектного материала – элементов и мотивов стрит-арта;
2. Разработку общего композиционного решения на основе принципов и методов стрит-арта или на основе традиционной схемы, включающей мотивы стрит-арта;
3. Доработку окончательного варианта композиции, масштабирование, мультиплицирование и гармонизацию стилистических элементов стрит-арта, ее составляющих;
4. Выбор цветографического решения.

Применение творческих методов стрит-арта предоставляет возможности актуализировать традиционные образно-художественные решения и подходы, а также усилить коммуникативный аспект при проектировании изделий как графического, так и текстильного дизайна.

Приоритет коммуникативного аспекта, нацеленность на быструю считываемость «визуального месседжа», обеспечивающие широкий охват аудитории, являются важными преимуществами стрит-арта. В отличие от классического монументального искусства, которое создавалось с расчетом на бытование в течение жизни нескольких поколений, стрит-арт ориентирован на динамичную смену городских декораций. Он нацелен на быстрый отклик на мировые и локальные события и художественные тренды.

Проектирование изделий в стилистике стрит-арта практикуется как дизайн-бюро фирм изготовителей, так и приглашенными для этой цели популярными стрит-арт художниками. В коллекциях знаменитых модных домов нехарактерные для высокой моды элементы стрит-арта выступают как бы антитезой или эстетическим контрапунктом гламурному блеску и роскоши. Элементами стрит-арта, получившими наибольшее распространения в

текстильном дизайне, являются те из них, которые в наибольшей степени отражают характерные для этого вида искусства технические приемы и образно-графический язык.

Количественный рост проникновения элементов стрит-арта в графический и текстильный дизайн шел параллельно росту популярности и востребованности стрит-арта как искусства и в соответствии со степенью освещения этого явления в средствах массовой информации и коммуникации.

Широкие перспективы для применения и необходимость повышения эстетического уровня объектов стрит-арта вызывают потребность в особой художественной подготовке специалистов для данного направления, в которой обучение профессиональным методикам стрит-арта сочеталось бы с освоением творческого наследия академического искусства и современной проектной культуры.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Цыгина Н.А. Уличное искусство в контексте современной визуальной культуры: дис. кандидата искусствоведения: 17.00.04, Москва, 2015. – 195 с.
2. Waclawek A. Graffiti and Street Art. London: Thames and Hudson, 2011. 208 p. – ISBN 978-0-5002-0407-8.
3. Вильчинская-Бутенко М. Э. Урбанистическое искусство в отечественных исследованиях // Известия высших учебных заведений. Технология легкой промышленности. 2016. Т. 33, № С. 52–73
4. Вешнев В.П., Ткач Д.Г. Современный российский стрит-арт. Становление и развитие // Вестник славянской культур. – 2021. – № 59. – С. 343-351.
5. Schacter R. The World Atlas of Street Art and Graffiti. – Yale University Press, 2013. – 400 p. – ISBN: 9780300199420.
6. Von Joel, M.: Urbane Guerrillas: street art, graffiti & other vandalism. State Art 1,4 (2006)
7. Голышко Вольфсон Д. Стрит-арт: теория и практика обживания уличной среды // Художественный электронный журнал. URL: <http://moscowartmagazine.com/issue/16/article/225> (дата обращения: 03.02.2022).
8. Эстетика стрит-арта: сборник статей / под общ. ред. К. А. Куксо-Бутенко. СПб.: Изд-во СПбГУПТД, 2017. 96 с.
9. Самутина Н., Запорожец. О. Стрит-арт и город // Laboratorium: Журнал социальных исследований. 2015. № 2. С. 5-7.
10. Ancelet Jeanine. The history of graffiti. London: London's Global University, 2006.

11. Михеев С.М. Заметки о надписях-граффити новгородского Софийского собора. Ч. I // Древняя Русь. Вопросы медиевистики, 2010, №2 (40). – С. 91- 102.
12. Михеев С. М. Заметки о надписях-граффити новгородского Софийского собора. Ч. II // Древняя Русь. Вопросы медиевистики. 2010. № 3 (41). – С.74-84.
13. Martha Cooper, Henry Chalfant. Subway Art. – Thames and Hudson, 2015. – 128 p. – ISBN: 9780500292129
14. Stowers George C. Graffiti Art: An Essay Concerning The Recognition of Some Forms of Graffiti As Art // HipHop-Network. 2009.
15. Рунге В.Ф., Сеньковский В.В. Основы теории и методологии дизайна: Учеб. пособие. – М.: МЗ Пресс, 2001. – 252 с.
16. Stewart J. Graffiti Kings: New York City Mass Transit Art of the 1970s. – Melcher Media, 2009. – 224 p.
17. Schloss, Joseph G. Foundation: B-boys, B-girls and Hip-Hop Culture in New York. Нью-Йорк, Oxford University Press, 2009.
18. Jay Edlin. Graffiti 365. – Abrams, 2011. – 744 p. – ISBN: 9780810997448.
19. Mariduena Alain. Part one / Alain Mariduena. Берлин, From here to fame, 2009.
20. Jeff Ch. Can't Stop Won't Stop: A History of the Hip Hop Generation. – St. Martin's Press, 2005. – 546 p.
21. Mcdonald Nancy. End to end: A piece covering the entire length of a train carriage. The Graffiti Subculture: Youth, Masculinity and Identity in London and New York, Нью-Йорк, Palgrave Macmillan, 2001.
22. Powers S. The Art of Getting Over. Graffiti at the Millennium. – St. Martin's Press, 1999. – 160 p.
23. Tristan Manco. Lost Art & Caleb Neelon, Graffiti Brazil. Лондон, Thames and Hudson, 2005.

24. Журнал Petrograff #3, Санкт-Петербург, 2013 с. 151. URL: <https://petrograff.ru/issues/> (дата обращения: 03.02.2022).
25. Боев А.А. Единое культурное пространство – пространство единой культуры // Социальная теория и современность. – Москва: Луч, 1993. – № 9. – 174 с.
26. Цыгина Н. А. Стрит – арт в галерейном пространстве // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПУ. – 2013. № 4. – 12 с.
27. Вешнев В.П., Ткач Д.Г. Современный стрит-арт: техники и творческие методы // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА – М., Московская государственная художественно-промышленная академия им. С.Г. Строганова 2019. – № 3 Часть 1. – с. 373-379.
28. Кудряшов И. С. Стрит-арт как феномен современной культуры: проблемы генезиса и семиотические особенности // Критика и семиотика. 2014. № 2. С. 220–233. URL: www.philology.nsc.ru/journals/kis/pdf/CS_21/cs021kudryashov.pdf (дата обращения: 03.02.2022).
29. Величковский Б.М., Зинченко В.П., Лурия А.Р. Психология восприятия. М.: МГУ, 1973.
30. Shaer Matthew. "Pixnit Was Here", The Boston Globe, 2007.
31. Паша 183. Наше дело подвиг! М.: Московский музей современного искусства, 2014.
32. Labonte, Paul. All City: The book about taking space. Торонто, ECW Press, 2003.
33. Ganz Nicolas. Graffiti World. Нью-Йорк, Abrams, 2006
34. Цыгина Н. А. Граффити – искусство рубежа веков // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПУ. – 2013. № 4. – 13 с.

35. Вешнев В.П. Эволюция техники и стиля художественных граффити в период с 1970-х по 2000-е годы // Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ-2018): сборник материалов Международной научно-технической конференции – М., ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2018. – Часть 4. – с. 37-41.
36. McCormick C. Trespass: A History of Uncommissioned Urban Art. Tashen, 2010. 310 p. – ISBN: 9783836509640.
37. Tristan Manco. Stencil Graffiti / Tristan Manco. London: Thames & Hudson, 2002. – 108 p. – ISBN: 9780500283424.
38. Sybille Prou. Blek le Rat – Getting through the Walls, Thames & Hudson, 2008.
39. Born in the streets. Париж, Fondation Cartier pour l'art contemporain, 2009.
40. Розенсон И.А. Основы теории дизайна: учебник для вузов. – Санкт-Петербург: Питер, 2007. – 219 с.
41. Чагина С. Энциклопедия российского уличного искусства. М.: Артмосфера, 2019. 312 с.
42. Котломанов А. О. Паблик-арт: страницы истории. Торжество концептуализма. Биеннале, конкурсы, арт-проекты // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2015. Сер. 15. Вып. 3. С. 5–19.
43. Ткачева Д.С. – Между искусством и обществом. К проблеме термина «паблик арт» // Культура и искусство. – 2017. – № 12. – С. 77 – 84.
44. Бхаскаран, Л. Дизайн и время: стили и направления в современном искусстве и архитектуре / Лакшми Бхаскаран; пер. с англ. И. Д. Голыбиной. – М., 2006.
45. Белошейкина, В. В. Оптические иллюзии в искусстве и дизайне / В. В. Белошейкина // Академический вестник УралНИИпроект РААСН. 2011. № 4. С. 76-79.

46. Кузьмина М. Поп-арт, оп-арт, кинетическое искусство. Модернизм. М.: Сов.художник, 1969. – 196 с. : ил.
47. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. – М.: Издательство «Прогресс», 1974. – 392 с.
48. Вешнев В.П. Оп-арт композиции современного стрит-арта как элемент дизайна пространственной среды // Актуальные проблемы монументального искусства: сборник научных трудов – СПб., ФГБОУВО «СПбГУПТД», 2020 – с. 334-338.
49. Хан-Магомедов С.О. Архитектура советского авангарда. Кн. 1. Проблемы формообразования. Мастера и течения. – М.: Стройиздат, 1996.
50. Баранов Н.В., Шквариков В.А. и др. Основы советского градостроительства. – М. : Стройиздат, 1966 -.Т. 1. 415 с.
51. Луначарский А.В. Ленин о монументальной пропаганде // Ленин и изобразительное искусство. – М., 1977, с. 318-320.
52. Аникина Н.И. Иллюзии и реальность: творчество московских монументалистов 70–90-х годов глазами заинтересованного наблюдателя. Екатеринбург. Советский художник, 2005.
53. Короткая Е.Н. План монументальной пропаганды как пример социального дизайна// Дизайн. Сборник научных трудов. Выпуск 2. М.: НИИ РАХ, 1993. – С. 109-126.
54. Рябушин А.В. Гуманизм советской архитектуры. – М.: Стройиздат, 1986. -153 с.
55. Шимко В.Т., Волков М.М. Реализация идей монументальной пропаганды в градостроительном проектировании // Учебное пособие. – М.: Издательство МАРХИ, 1983. 214 е.: ил.
56. Поносов И. Г. Искусство и город: Граффити, уличное искусство, активизм. М.: Игорь Поносов, 2016. 208 с.

57. Радя Т. Все, что я знаю об уличном искусстве // Премия Кандинского. URL: <http://www.kandinskyprize.ru/timofej-radya-2/> (дата обращения: 10.06.2021).
58. Акиндалова Т. А. Искусство XX века в поисках новой парадигмы / Т.А. Акиндалова // Вестник Санкт-Петербургского ун-та. Сер. 6. Философия, политология, психология, право, международные отношения. – Санкт – Петербург, 2003. – № 9. – 53 с.
59. Бишоп К. Социальный переворот в искусстве / К. Бишоп // Художественный журнал. – Москва : SLOVO, 1991. – №58/59. – 36 с.
60. Ващекин Н.П., М.А. Мунтян, А.Д. Урсул. Глобализация и устойчивое развитие. – М., 2002.
61. Тейлор Б. Art Today. Актуальное искусство 1970-2005 гг. / Б. Тейлор; пер. с англ. Э. Меленевская. – Москва: СЛОВО/SLOVO, 2006.
62. Вешнев В.П., Ткач Д.Г. К вопросу применимости термина «Российское уличное искусство» // Всероссийская научно-практическая конференция «ДИСК-2017» – Сборник материалов – М., ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина, 2017. – Часть 3. – с. 142-146.
63. Судакова О. Н. Урбанистическое искусство: территория социальных интересов или разговор о новой форме эстетики // Труды института бизнес-коммуникаций / под общ. ред. М. Э. Вильчинской-Бутенко. СПб.: Изд-во СПбГУПТД, 2017. Т. 2. 187 с.
64. Вешнев В.П., Ткач Д.Г. Стрит-арт в средовом дизайне (Опыт художников при создании монументальных художественных произведений) // Современные инженерные проблемы в производстве товаров народного потребления – сборник научных трудов – М., РГУ Им. А.Н. Косыгина, 2019. – Часть 3. – с. 199-202.
65. Пухов П. О проекте «Поджигателям мостов – посвящение». URL: <http://www.183art.ru/most/firemost.html> (дата обращения: 03.02.2022).

66. Паршина Е.В. Роспись стен как составляющая образно-стилистического решения интерьерного пространства // Вестн. молодых ученых С.-Петербур. гос. ун-та технологии и дизайна. – СПб., 2012. – Вып. 3: Искусствоведение и дизайн.
67. Shepard F. OBEY: Supply & Demand – The Art of Shepard Fairey. Rizzoli, 2018. 448 p.
68. Вешнев В.П., Ткач Д.Г. Принципы и методы создания сюжетных композиций современного стрит-арта // Вестник славянской культур. – 2021. – № 62. – С. 357–371.
69. Чистякова М. Г. Измени пространство – измени жизнь: социально-антропологические контексты стрит-арта / М. Г. Чистякова // Вестник Тюменского государственного университета. 2013. – №10. – 48 с
70. Хан-Магомедов С.О. У истоков суперграфики и колористики/ В кн.: Некоторые проблемы развития отечественного дизайна. М., 1983.
71. Швидковский О.А. Гармония взаимодействия (Архитектура и монументальное искусство). М.: Стройиздат, 1988.
72. Хан-Магомедов, С. О. Пионеры советского дизайна. – М.: Галарт, 1995. 424 с.
73. URL: <https://www.dezeen.com/2012/06/22/the-hive-apartment-by-itn-architects> (дата обращения: 03.02.2022).
74. Drucker, Johanna and Mc Varish, Emily. Graphic Design History: A critical Guide. – PearsonEducation, 2009.
75. Jean michel basquiat. Fondation louis vuitton Published by GMD, 2018. – 322 p. – ISBN 9782072801525.
76. Banksy. Wall and Piece. London, the Random House Group Limited, 2005.
77. Яргина З.Н. Эстетика города. М.: Стройиздат, 1991. – 366 е.: ил.

78. Успенский А. Аболон Полведерский или экспансия маргинального / А. Успенский // Искусство про искусство. Каталог выставки. – Санкт-Петербург: Palace Editions, 2009. – 91 с.
79. Кумова М. Шрифт в айдентике, рекламе, многостраничниках, упаковке, навигации и вебе. – Москва: как проект, Grey Matter, 2013. – 396 с.
80. Пурас И.Ю. Современные тренды в графическом дизайне // Бизнес и дизайн ревю. – 2016. – Том 1. – № 2. – С. 8
81. Вешнев В.П., Ткач Д.Г. Стрит-арт и графический дизайн. Влияние и взаимодействие // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. – 2021. – № 4 Часть 2. – С. 113-126.
82. Турчин В. С. По лабиринтам авангарда / Турчин В. С. – М.: Издательство МГУ, 1993.
83. Воронов Н.В. Российский дизайн. Очерки истории отечественного дизайна. М.: Союз дизайнеров России, 2001. 424 с.; Т. 2. 392 с.
84. URL: <https://medium.com/design-toast/graffiti-to-graphic-design-the-pathway-from-illicit-to-commercial-1d2b2409a230> (дата обращения: 03.02.2022).
85. Ткач Д.Г., Вешнев В.П. Элементы стрит-арта в современном текстильном дизайне. В сборнике: Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ-2020). Сборник материалов Международной научно-технической конференции. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2020. С. 212-214.
86. Sun-Young Kim. A Study on Graffiti Expressed in the Modern Fashion // Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles. 2007. № 31(5).
87. Вешнев В.П. Стрит-арт стилистика в оформлении и проектировании текстиля. В сборнике: Современные инженерные проблемы в производстве товаров народного потребления. Сборник научных трудов Международного научно-технического симпозиума; III Международного Косыгинского Форума. Москва, 2021. С. 305-309.

88. Фоменко А. Граффити: после авангарда и китча / А. Фоменко // Художественный журнал № 4, 2001. – 63 с.
89. Martha Cooper, Henry Chalfant. Subway Art. Henry Holt and Company, 1984.
90. Фрисби Д. Разрушение города: социальная теория, мегаполис и экспрессионизм. Хрестоматия по дисциплине «Современная урбанистика» / Д. Фрисби. Екатеринбург: Просвещение, 2008. – 215 с.
91. URL: <https://www.hennessy.com/en-int/stories/art-streets> (дата обращения: 03.02.2022).
92. Жердев Е.В. Художественная семантика дизайна. Метафорика. М.: Аутопан, 1994.
93. Иконников А.В. Искусство, среда, время: Эстетическая организация городской среды. – М., 1985. – 217 с.
94. Вешнев В.П., Ткач Д.Г. Возникновение и развитие стрит-арта как современного художественного явления // Проблемы и тенденции визуальных искусств в пространстве современного культуры: сборник научных трудов – М., РГУ им. А.Н. Косыгина, 2018. – с. 85-94.
95. Асс Е.В. Дизайн в контексте городской среды. Некоторые теоретические и творческие проблемы // Техническая эстетика. Проблемы дизайна городской среды. – М.: ВНИИТЭ, 1981, № 29.
96. Базазьянц С.Б. Художник, пространство, среда: монументальное искусство и его роль в формировании духовно-материального окружения человека. Художник и город. – М.: Советский художник, 1983.
97. Розенблюм Е.А. Художник в дизайне / Е.А.Розенблюм. – М.: Искусство, 1974.
98. Костарева И. Пост-граффити: как стрит-арт становится предметом музейного искусства // Design Mate. URL: <https://designmate.ru/read/megapolis/post-graffiti> (дата обращения: 03.02.2022).

99. Вейц М. Е. Проекты паблик-арта как диалог между художниками и горожанами (на примере проекта «Критическая масса») // Журнал исследований социальной политики. 2012. Т. 10, № 1. С. 95–108.

100. Смирнов А. В. Дворовое искусство как стратегия дизайна городского пространства // Вестник СПбГУПТД. Серия 3: Экономические, гуманитарные и общественные науки. 2016. № 4. С. 135.

101. URL: <https://plenum.ru/projects/tele2> (дата обращения: 03.02.2022).

102. Вешнев В.П. Что должен знать и уметь стрит-арт художник. В сборнике: Проблемы преподавания творческих дисциплин в вузах дизайна и прикладного искусства. Сборник научных трудов кафедры рисунка и живописи. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2021. С. 44-47.

103. Степанов Г.П. Композиционные проблемы синтеза искусств. – Л.: Художник РСФСР, 1984. 320 е.: ил.

104. Матюшин М. Опыт художника новой меры. Семиотика и авангард: Антология / М. Матюшин. – Москва : Академический проект, Культура, 2006. – 523 с.

105. Семенова Т.С. Цвет в городе. М.: «АртТ», 2007. -120 е.: ил.

106. Powers S. The Art of Getting Over. Graffiti at the Millennium. Нью-Йорк, 1999.

107. Лернер Л. Паблик арт – это перепланировка реальности / Л. Лернер // Theartmagazine. №3, 2013. – 32 с.

108. Невоструева Н.К. Городское культурное пространство как предмет исследования (на примере Перми) к постановке проблемы / Н.К. Невоструева // Вестник ПГТУ. Культура. История. Философия. Право. – 2010. – №3. – 48 с.

109. Цыгина Н. А. Контекстуальность как основополагающее свойство уличного искусства // Декоративное искусство и предметно- пространственная среда. Вестник МГХПУ. – 2013. №1. – 20 с.