

СИМВОЛІКА ГРАФІТІ ЯК СЕМАНТИЧНИЙ ЗАСІБ МІСЬКОГО ЖИТТЯ

З.В. Красовська

аспірантка кафедри філософії

Національного технічного університету України

«Київський політехнічний інститут»

В статті досліджується урбаністичний світ з семіологічного ракурсу, місто розглядається як континуум комунікантів та повідомлень. Графіті розглядається як текст. Символіка графіті визначається як семантичний засіб міського простору.

Ключові слова: графіті, символіка графіті, семантика, урбаністичний світ, місто, комунікація, знаки, символи, повідомлення.

Урбанізація як складний соціокультурний процес функціонування суспільства інтенсифікувала залучення практично всіх життєвих ресурсів. Людина, не залежно від власного волевиявлення, змушена вступати у дедалі більшу кількість соціальних зв'язків та контактів, все глибше занурюючись у багатоманітних мережах урбаністичного символічно-знакового простору. Таким чином, окреслена нами соціокультурна тенденція ускладнення соціального життя потребує глибшого дослідження семантичного аспекту життєвого середовища людини. Урбаністична семантика – це потоки знаків та символів, що, маючи соціальні механізми і форми трансляції, пов'язують людей між собою в комунікативні зв'язки. Проблема конвенціональності мови урбаністики, смислоутворюючих елементів міського життя визначає необхідність розгляду міста з залученням семіотичного інструментарію. Невід'ємною рисою сучасних міст є існування графіті, які ми розглядаємо як текст. Отже, задача інтенціонального аналізу текстів графіті полягає в тому, щоб дослідження виникнення, латентних мотивів, усвідомлених цілей і різноманітних форм графіті, а також символічних складових цього соціального феномена, здійснювалося в рамках комунікативно-пізнавальної парадигми.

На початку ХХ ст. розроблялись соціально-філософські концепції символічного інтеракціонізму та феноменології (Ч.Морріс, Дж.Мід, А.Щюц, П.Бергер та Т.Лукман). Проблеми значень та смислів символів вивчалися лінгвістами (Л.Ельмслев, Ф.де Соссюр), а також семіологами та дослідниками комунікації (У.Еко, Р.Барт, Ч.Пірс, Г.Бейтсон, К.Огден, Г.Річардс). Серед сучасних дослідників урбанантропології – Т.М.Дрідзе, Н.А.Хренов, О.Запорожець, Є.Лавринцев, А.Карпов т.ін. - виділяється семіосоціопсихологічний підхід до вивчення міста.

Досліджень соціального феномена графіті на сьогоднішній день замало. Серед зарубіжних праць можна виділити Дж.Бушнела,

Дж.М.Гедсбі, П.Ковальські т.ін. Серед російських дослідників необхідно згадати Т.Щепанську, М.Лур'є, А.Скороходову, серед українських – І.Головаху. Здебільшого, дослідники звертаються до класифікацій графіті або розгляду цього явища з певного аспекту: антропологічного, фольклористичного, превентивного, естетичного, мотиваційного т.ін. І хоча, більша частина з них зголосилася щодо комунікативної природи цього явища, фундаментальних досліджень символіки графіті як смислоутворюючої частини мови урбаністики досі не існує. Популяризація практики графіті, а також невиявленість його соціального значення, дискусії щодо естетичного статусу цього явища вимагають теоретичного обґрунтування та систематизації знань щодо існування цього соціального феномена.

В даній статті автор ставить за **мету** визначення місця символіки графіті в сучасному урбаністичному просторі, винайдення тих символічних форм, за допомогою яких графіті існує як семантичний засіб міського життя.

Предметом семантики як складової частини семіотики, науки про знаки, є знакові системи як засоби вираження смислу. Результати семіотичних досліджень демонструють паралелізм семантики мови та усіх інших знакових систем. Своїм поняттям знака семіотика охоплює не лише слова природних мов, а й всі матеріальні утворення, які що-небудь значать або щось визначають. Дослідники семантики займаються проблемою інтерпретації, аналізом відношень знаків до об'єктів, які вони визначають, зв'язками між символами та відповідними до них референціями, відношенням між значеннями простих знаків та значеннями складних, утворених з простих знаків. В нашому дослідженні за основу береться семантичний

аспект аналізу знаків комунікації та знакових систем урбаністичного світу.

За словами І.Мальковської, всезагальна комунікативність соціального простору робить комунікацію прерогативою не стільки людського світу, скільки соціально-технічного, інформаційного універсуму, по відношенню до якого людина, з її природною здатністю до комунікації, виступає лише частково, в залежності від того, який „фрагмент” потрібен для комунікації. Але водночас, в процесі фрагментації людської сутності (що диктується умовами і станом постіндустріального інформаційного суспільства) соціальна комунікація безперервно нарощує інформацію, втрачає контроль над нею, людина стає все більш залежною від носіїв інформації та від постійного визначення та розкриття смислів.

Семіологія розглядає всі явища культури як знакові системи, припускаючи, що в той же час вони є феноменами комунікації. Ключове поняття семіотики – знаковий процес, або семіозіс. Семіозіс визначається як певна ситуація, що включає певний набір компонентів. В основі семіозіса лежить намір особи А передати особі Б певне повідомлення В. Особа А має назву відправника повідомлення, особа Б – отримувача, або адресата. Відправник обирає певне середовище Г (або канал зв'язку), по якому буде передаватися повідомлення, та код Д. Цей код є когерентним щодо сигніфікації (між тим, що має бути позначене і тим, що позначається), тобто код задає набір знаків. Код повинен бути обраний таким чином, щоб за допомогою відповідних означників можна було скласти потрібне повідомлення. Також повинні відповідати одне одному середовище та означники кода. Код повинен бути відомий отримувачу, а середовище та означники повинні бути доступні його сприйняттю. Таким чином, сприймаючи означники, що відправлені відправником, отримувач за допомогою кода перекладає їх в означувані і тим самим приймає повідомлення.

Звертаючись до питання про значення або смисл повідомлення Умберто Еко виокремлює дві форми повідомлення: денотативне та конотативне. Так, денотативним є повідомлення, що містить у собі первісне значення, воно є формою повідомлення і читається в початковому вигляді, а конотативним таке, якому надається додаткове значення чи співзначення. Денотації та конотації У.Еко називає „семантичним, асоціативним полем”, „спектром асоціацій” [11,56]. На думку Р.Барта, смисл є завершеним, в ньому присутній постулат певного знання, певного минулого та пам'яті [1,242]

Для того, щоб розкрити поняття значення, необхідно звернутися до таких понять, як річ та образ речі, якими оперує семіологія, коли мова йде про смисл.

Засновник структурної лінгвістики, один з фундаторів семіотики Ф.Соссюр визначає знак як нерозривну єдність означника та означуваного. На його думку, знак поєднує не річ та назву, а поняття та образ звукового ряду [10, 99].

Засновник прагматизму, американський дослідник Чарльз Пірс в роботі “Начала прагматизму” ввів поняття інтерпретанти [9, 40-97]. Інтерпретантою є те, завдяки чому знак щось означає, навіть за відсутності інтерпретатора, тобто того, хто отримує та тлумачить знак. Це те, що знак породжує в свідомості інтерпретатора.

Трикутник К.Огдена та І.Ричардса розкладає будь-яку мовну одиницю на референцію та референт [13].

Символом може виступати знак природної мови, поняття, об'єкт або явище, в залежності від того, що саме аналізується. Референція або та інформація, яку повідомляє ім'я, є співвідношенням між символом та річчю. Співвідношення ж між символом та референтом (або знаком і тією річчю, на яку він вказує) не є точним. Деякий символ може не мати референта, але мати референцію, тобто породжувати в свідомості певний образ речі, якої не існує в природі. Наявність або відсутність референта не є суттєвою для дослідження знаків. Компетенцією семіології є співвідношення символу та його значення, а саме референція як той образ, який породжується в свідомості звуковим рядом певного символу. Отже, можна казати про те, що в семіотиці поняття референції, означника та інтерпретанти є комплементарними (доповнювальними).

Говорячи про семантичні системи, необхідно приділити увагу семантичній впорядкованості, відповідності ієрархії означуваного, знакових систем та їхнього референту. Стейкі закономірності такої впорядкованості пов'язані із приналежністю міського ландшафту до певних культурно-історичних спільнот та до ієрархії їх в системі більш загальної спільноти [5,59]. Наприклад, співвідношення жителів міста та міських субкультур. Так, територія спільного проживання забезпечує індивіду відчуття ідентичності, а це означає, що місто є тим ареалом, який, забезпечуючи таку ідентичність, часто редукує сферу соціальних взаємодій до зовнішньо встановлених правил організації міського життя, породжуючи, таким чином, форми легального панування і заборони щодо їхнього недотримання. Оскільки, як ми продемонстрували раніше, людина є суб'єктом комунікації, завжди перебуває в ситуації здатності до творення повідомлення, остільки зовнішній міський порядок в її сприй-

нятті не є тотальністю. Людина дозволяє собі змінити урбаністичну символіку через графіті. Отже, графіті демонструють значущість символічного навантаження урбаністичного простору. Віднесення символіки графіті до феноменів комунікації дозволяє віднайти у пошуках семантичних засобів міського життя універсальну знакову систему, структуру, що поєднує персональну історію людини та спільноти у єдиний простір – місто.

Термін “графіті” (від італ. “grafficare” – дряпати, дослівно “надряпані” або ж множина від іменника “graffito” – напис) вперше з’явився в археологічних працях як загальне поняття для позначення усіх випадкових написів та малюнків [7, 221]. Не роблячи акцент в даній статі на ґенезі цього явища і не зупиняючись на характеристиках давніх графіті та релігійних графіті, дамо загальний огляд тим символічним формам, які присутні в сучасних політичних, молодіжних та субкультурних графіті. Сучасні графіті є тими текстами, тією формою візуальної експресії, в яких місто та його жителі виражають свої думки. Графіті як “вислів, що зафіксований у просторі в певну мить, є комунікативним актом, незалежно від наявності адресата, до якого він звернений, оскільки адресат припускається, навіть в тому випадку, коли вислів є звичайним самовиразом, сплеском емоцій і т.ін...” [6,137].

Молодіжні графіті – еротичні, юмористичні, поп-культурні, latrinalia (графіті в громадських вбиральнях), графіті-діалоги, дописки до реклами, деталей інтер'єру або попередніх графіті – існують як засіб спонтанної, анонімної експресії певних почуттів та думок, до якого непридатний жоден з існуючих офіційно засобів масової інформації та комунікації. Виходячи з класифікації функцій повідомлень Р.Якобсона, ми можемо стверджувати, що ці написи виконують здебільшого емотивну (повідомлення має на меті викликати емоційну реакцію), естетичну (повідомлення побудоване неоднозначно та направлене саме на себе і на те, яким чином воно побудоване), та рідше фактичну (повідомлення існує для того, щоб підтвердити сам факт комунікації) функції [12,198]. Або ж, наказову функцію у випадках, коли напис є велінням певної дії, наприклад напис “Помий мене!” на пильному автомобілі, або жарт із приклеюванням паперу з фразою “Вдарь мене!” на спині однокласнику.

Така форма графіті як політичне, перетворює «сірі» стіни міста на мовчазні віщуни альтернативних ідей. Написи політичного змісту з’являються найчастіше напередодні виборчих кампаній, голосувань та референдумів. Одного разу з’явившись, вони ще надовго зберігаються та несуть у собі колективну пам’ять про минулі події або ж, являючи собою конотативне пові-

домлення та символ, відсилають до того референта, що виконує певну агітаційну функцію. Масштаб та об’єм дії політичних графіті на цільову аудиторію можна порівняти, хіба що, з повідомленням по телебаченню. Крім того, міське життя складається зі своїх законів територіального пересування, маршрутів, і це означає, що один і той самий напис зустрічається як мінімум двічі на день. Офіційні джерела інформації викликають менший ступінь довіри через політичну та соціальну заангажованість, тому анонімний напис розцінюється як авторитетна думка, адже міфологія суспільної комунікації вважає, що автором повідомлення на заборі є жителі міста. Здебільшого, графіті політичного змісту не є повідомленнями, в яких на передній план виходить фонетичний ряд, навпаки, політичні тексти міста є тими символами, що торкаються найглибших щаблів політичної ситуації, відсилають до тих референтів, що несуть в собі дійсні смисли та передумови тих подій, завдяки яким з’являються ці графіті. Варто також зауважити, що “різним графіті належить відповідне місце в сучасній соціокультурній картині світу, вони підштовхують до кращого розуміння процесів, що відбуваються в суспільстві та реакцій на них громадськості. Повідомлення на стінах не лишають без уваги жодної події, що відбувається у місті та світі та говорять голосами тих, чиї думки в іншому випадку неможливо було б почути” [3,70].

Серед субкультурних графіті виокремлюються графіті футбольних фанів. Головним елементом фанівських графіті є емблема футбольної команди, що використовується як символ підтримки тієї команди і як маркер цього угруповання фанатів. Емблема може бути введена в позитивний чи негативний контекст. Існує універсальний набір інструментів, який дозволяє надати емблемі будь-якого футбольного клубу як позитивного, так і негативного змісту. Позитивна оцінка, наприклад, виявляється через «коронацію» емблеми. Позитивні й негативні конотації виражаються також за допомогою слів, і, врешті, ворожі угруповання просто перекреслюють чужі емблеми й малюють зверху свою [8].

Нарешті, графіті у звичному розумінні, а саме графіті субкультури «райтерів» (або графіті-артистів), які стають певною формою візуальної експресії, являють собою повідомлення закритого каналу комунікації, які несуть змістовне наповнення лише для вузького кола посвячених, які користуються власними кодами для розшифрування повідомлень. В цьому типі графіті за символічними формами вираження виділяються два

напрямки – сюжетні та шрифтові графіті. Одним з головних символів графіті-мови є “tag” – унікальне ім'я, псевдонім графіті-артиста, що каліграфічно виконується та поширюється як знак, що є свого роду відміткою території. Часто поруч із тегом розміщується назва команди, угруповання графіті-райтерів, що використовують свій оригінальний стиль та за допомогою власних неповторних елементів виокремлюють себе таким чином в субкультурі.

Візерунки графіті стали невід'ємною частиною міст в найрозвинутіших країнах світу. Зображення, що поєднують складні літерні орнаменти, декоративні композиції та традиційні жанри образотворчого мистецтва виражають протест до маскування сірих бетонних стін усталеного міського ландшафту, сумного сучасного архітектурного дизайну та являють собою акт відволікання від одноманітності урбаністичного середовища. Графіті в такому розумінні завжди містить в собі елемент анонімної самоманіфестації, “виклик знакам домінуючої культури, яким протиставляється псевдонім, як анонімний знак” [2].

Отже, виходячи з вищевикладеного, можна зробити наступні узагальнюючі висновки, що корелюються із поставленою в даній статті метою. Місто являє собою текст, континуум спільнот та субкультур. Тому предмету дослідження, а саме символіці графіті в сучасному урбаністичному просторі відводиться місце релевантного (суб'єктно виокремлюваного, значущого) семантичного засобу для ідентифікації жителів міста як продуцентів, суб'єктів, носіїв та трансляторів різноманітних смислів урбаністичного простору. Графіті як семантичний засіб функціонує через різні символічні форми, а саме написи-повідомлення виконують різні функції та можуть водночас бути тими конотаціями, символами, що відсилають до свого референта або малюнків, які здебільшого покликані урізноманітнювати урбаністичний ландшафт. Тому графіті є тим знаком міського життя, який функціонує в контексті семантики урбаністичного світу водночас і як мова, і як канал комунікації, і як семіозис.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Барт Р.* Мифологии. – М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2004.
2. *Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть. – М.: Лабиринт, 2000.
3. *Головаха И.* Социальное значение асоциальных граффити (Бытование и функции современных киевских граффити) // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2004. – № 2.
4. *Демин А.А., Кашин В.Б.* Взаимодействие языка и среды в текстах граффити // Язык, коммуникация, социальная среда. – №1. – 2001.
5. *Карпов А.Е.* Различение. Пространство в городе // Социологическое обозрение. – 2001. – Т.1. – №2.
6. *Крымский С., Парахонский Б., Мейзерский В.* Эпистемология культуры. – К., 1993.
7. *Крысин Л.П.* Современный толковый словарь иноязычных слов. – М.: Эксмо, 2005.
8. *Лурье М.Л.* Слово и рисунок на городских схемах // Рисунки писателей / Сост. С.В. Денисенко. Под. ред. С.Н. Фомичева. – СПб., 2000.
9. *Пирс Ч.С.* Начала прагматизма. – СПб, 2000.
10. *Соссюр Ф.* Труды по языкознанию. – М., 1977.
11. *Эко У.* «Отсутствующая структура. Введение в семиологию». – ТОО ТК «Петрополис», 1998.
12. *Якобсон Р.* Лингвистика и поэтика // Структурализм: “за” и “против”. – М., 1975.
13. *Ogden C.K., Richards I.A.* The meaning of meaning: A study of the influence of language upon thought and of the science of symbolism. – 2nd ed-n, rev. – N.Y.; L.: Routledge & Kegan Paul, 1927.

Стаття надійшла до редакції 18.05.2007 р.

