

УДК 316

Д. В. Несвитайло, М. А. Козлова

**Стрит-арт на улицах и в галереях: трансформации мотивации, стратегий
социальной мобильности и миссии уличных художников³**

Аннотация:

Исследование посвящено профессионализации творческой деятельности уличных художников, а именно: систематизации и анализу актуальных для субкультуры уличных художников представлений об успешных стратегиях социальной мобильности, трактовках миссии, системы мотивации, позволяющих судить об особенностях профессионализации занятий стрит-артом. Вписывание стрит-арта в рамки официального искусства нарушает базовые послышки его существования, изменяя тем самым понимание роли и значения уличного искусства, мотивацию и выбор путей развития и реализации художественного потенциала членов сообщества, создающих его. На основе данных, полученных с применением ряда качественных и количественных методов (экспертные интервью и контент-анализ СМИ), демонстрируется специфика профессионализации практик уличного искусства. Профессионализация стрит-арта происходит через присоединение элитарной части сообщества уличных художников к профессиональному сообществу современных художников. Это сопровождается трансформацией мотивов деятельности, смещением фокуса интересов и понимания миссии стрит-арта и влечет изменение стратегий социальной мобильности.

Ключевые слова: стрит-арт, профессионализация, сообщество, социальная мобильность, мотивация, карьерная стратегия

Об авторах: Несвитайло Дария Вадимовна, магистр программы «Социология публичной и деловой сферы» НИУ ВШЭ; эл. почта: darya.ned@yandex.com

³ Работа выполнена при поддержке РФФИ, проект [20-011-00870](#) «Социальная инклюзия в системе оснований интеграции российского общества: сравнительный анализ ценностей и практик в институциональных и неформальных контекстах»

Козлова Мария Андреевна, кандидат исторических наук, главный научный сотрудник Международной лаборатории Исследований социальной интеграции, НИУ ВШЭ; эл. почта: makozlova@yandex.ru

Введение. Стрит-арт как феномен городской среды и предмет социологического исследования. Стрит-арт представляет собой одновременно и аутентичный пласт городской культуры, и важный компонент современного искусства. Если в начале века границы между уличным искусством и искусством в пространстве галерей были четко определены, создавались и поддерживались самими художниками и их творческими стратегиями, то сейчас уличное искусство перемещается в пространство «белого куба» и органично там существует. Новая ситуация репрезентации уличного искусства свидетельствует об изменении роли стрит-арта в обществе, его легализации и социальном одобрении, что позволяет предположить возможность его профессионализации и трансформации субкультуры «уличной волны» в профессиональное сообщество.

Проблемная ситуация, на которой сфокусировано представляемое исследование, обусловлена диссонансом между сложившейся системой взглядов на феномен стрит-арта и представлений о миссии уличных художников, с одной стороны, и институционализацией, коммерциализацией и последующей профессионализацией стрит-арта, с другой. Фактически общественные изменения задают новые условия существования для уличного искусства, что заставляет его адаптироваться и становиться профессией. Поэтому основной вопрос исследования: как в процессе институционализации уличного искусства трансформируются система мотивации, стратегии социальной мобильности и представления о миссии уличных художников? Этот вопрос ориентирован на выявление тенденции к профессионализации стрит-арта и сопутствующих ей практик.

Для социологического анализа стрит-арта и понимания сущности таких художественных практик важна тесная связь и причастность их создателей к особому сообществу уличных художников. Причиной для начала создания уличных высказываний молодежи послужили изменения, произошедшие в культурных и политических основах общества, и экономические трудности, постигшие Нью-Йорк в 1970-х гг. [5, с. 33-40]. Творческие практики стали теми средствами коммуникации, которые позволили молодежи объединиться и объявить о цели своих движений. На этом базисе возникло

сообщество уличных художников, объединенное определённым мировоззрением и системой ценностей.

Сообщество представляет собой систему, в которой существуют различные команды или индивидуальные художники, вовлеченные в одни и те же практики: совместное времяпрепровождение на граффити-тусовках, изучение специальных печатных изданий тематики граффити, их обсуждение и дискуссии об уличном искусстве, и совместная практика – рисование [17, с. 130]. С этой точки зрения, они принадлежат к сообществу уличных художников и на локальном, и на глобальном уровне, поскольку оперируют одной ценностной системой. Обозначенные аспекты позволяют определить стрит-арт как деятельность индивида (группы), включающую творческую активность, направленную на создание эстетических объектов, имеющих яркий социально-критический посыл.

Стрит-арт отражает и популяризирует идеи свободного высказывания или действия, направленного на переосмысление и перестройку городской среды и общества в целом, проявляющихся в низовых гражданских инициативах с максимально широким спектром изобразительных и медийных средств. Сложилась тенденция использования уличных творческих инициатив в качестве инструмента джентрификации городского пространства, а, следовательно, и легализации творчества самих уличных художников. Общественный интерес и тенденция коммерциализации способствует развитию данного направления и признанию его в качестве равноправного участника современного художественного дискурса, а значит, перехода стрит-арта из контркультурного занятия на уровень профессии.

Поскольку интерес в нашем исследовании сосредоточен на процессе профессионализации стрит-арта, в качестве теоретической рамки используем неовеберианский подход, который предполагает взгляд на саму группу и общество глазами профессионала-представителя группы, а также представителей других профессиональных сообществ, сопряженных в деятельности с исследуемой группой. В основе неовеберианского подхода лежат основные идеи М. Вебера относительно профессиональных групп: профессиональные группы включены в соперничество за власть; они объединены общим интересом, как и любые статусные группы; статус является важнейшим ресурсом для определения профессии, т.к. положение в социальной иерархии влияет на уровень дохода; позиция профессиональной группы определяется равно как социальной структурой общества, так и коллективными действиями группы [16,

с. 125]. Исходя из этих положений, формируется следующее определение профессии – это «особая историческая форма, которая устанавливает структурные связи между относительно высоким уровнем формального образования и относительно желаемыми социальными позициями и (или) вознаграждениями в рамках социальной организации труда» [14, с. 30].

Процесс профессионализации, то есть становления занятия стрит-артом не совокупностью девиантных практик, а социально одобряемым делом, приносящим доход, имеет два вектора: внешний и внутренний. С одной стороны, профессионализация предполагает вписывание практик в социальную структуру, становление их социально значимыми и необходимыми для обеспечения функционирования культурной сферы общества. Соответственно, для анализа факта перехода уличных художественных практик из публичного пространства города в пространство галерей необходимо применение концепта социальной мобильности, дополненное использованием концепта социального капитала, что позволит раскрыть стратегии, выбираемые художником для продвижения в социально-статусной системе [10, с. 302-373; 1, с. 17-33].

С другой стороны, опираясь на выбранный неовевеберийский подход, необходимо отвести ключевую роль в процессе профессионализации мотивационным аспектам деятельности уличных художников. Мотивация, как процесс, задающий направленность поведения человека и помогающий сделать выбор из множества вариантов действий, становится следующим ключевым концептом для рассмотрения процесса профессионализации стрит-арта [3, с. 235]. Профессиональные сообщества рассматриваются как группы интересов, т.е. обладающие единым стилем жизни и культурой, общей системой ценностей и схожими целями [2, с. 658]. Они осуществляют деятельность по борьбе за монополистические возможности на рынке труда для расширения своих социокультурных привилегий.

Таким образом, профессионализация может быть определена как «попытка перевести редкие ресурсы профессиональных групп одного порядка – специализированное знание и умения – в ресурсы другого порядка – социально-экономические вознаграждения» [15, с. 39]. Ключевым в этой связи становится явление мобильности профессиональных групп, которое описывается в терминах концепции социального закрытия. При этом ведущую роль играют мотивы профессионализации – и эгоистические, и альтруистические [6, с. 61-79].

Исходя из описанного понимания профессионализации, можно подытожить ключевые признаки и выделить следующие аспекты, которые могут присутствовать в процессе становления профессии: 1) определенная область знания, конвертируемая в социальный престиж; 2) публичный образ профессиональной группы, основанный на разделяемой членами группы идеологии и профессиональной этике; 3) наличие профессиональных организаций и ассоциаций; 4) практика социального закрытия, ограничение профессиональной группой входа в сообщество для повышения собственного статуса; 5) материальный доход от деятельности.

Обозначенные критерии укладываются в трехкомпонентную модель, включающую экономический, властный и культурный аспекты, которая продемонстрировала свой эвристический потенциал в исследованиях профессионализации занятий в современных российских условиях [9, с. 60-69; 8, с. 126-133]. Применимость концепта профессионализации к анализу сферы уличного искусства продемонстрирована в исследованиях Р. Лахманна. Его работы позволяют определить профессионализацию стрит-арта как становление художественных практик в общественно значимом роде деятельности, требующее определенной подготовки и являющееся источником существования [13, с. 239].

Эмпирическое исследование профессионализации стрит-арта. Организация и методы исследования. Проводимое исследование ставит перед собой задачу анализа профессионализации уличного искусства через рассмотрение феноменов и явлений, которые носят субъективный характер: мотивация, восприятие миссии и производные от них стратегии социальной мобильности. Особенность предмета и неовеберрианская парадигма определяют необходимость использования качественных методов сбора информации: экспертных интервью с галеристами и кураторами, биографических интервью с художниками и контент-анализа СМИ. Интервью с галеристами и кураторами направлены на получение данных об интерпретации миссии уличного искусства, средств деятельности, которые применяют уличные художники, а также запросах и реакции аудитории. Интервью с художниками помогли исследовать мотивы и цели художников, стратегии социальной мобильности и представление о миссии стрит-арта. Для оценки репрезентации уличного искусства в публичной сфере релевантным является метод контент-анализа материалов СМИ.

Для экспертных интервью сформирован пул экспертов в количестве 3 человек, что представляется достаточным, поскольку экспертные интервью обладают особым

качеством полученной информации [11, с. 45]. Выборка формировалась методом «снежного кома» [11, с. 51]. Критерии, по которым осуществлялся отбор экспертов, следующие: формальный статус – институциональное признание в качестве экспертов, т.е. обладание статусом куратора, галериста, искусствоведа и т.д.; самооценка – определение самого себя в качестве носителя экспертного знания; взаимооценка – оценка информанта коллегами, обладающими статусом эксперта, признание его экспертного статуса.

Выборка для интервью с уличными художниками была построена аналогичным способом и составила 5 респондентов. Респондентами стали художники стрит-арта, которые реализовались в сфере искусства и работают как в галерее, так и на улице. Критерии, по которым отбирались информанты, следующие: род занятий – практика стрит-арта; самооценка компетентности – информант сам причисляет себя к категории уличных художников, которые сделали карьеру; стаж работы по профилю – занимается уличным искусством на серьезном уровне более 5 лет и (или) же достиг институционального признания. Информанты были собраны методом «снежного кома», а география выборки построена относительно локализации центров развития уличного искусства (Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург). Характеристики информантов представлены в таблице 1.

Таблица 1. Описание выборки исследования

№	Код	Статус	Город	Пол	Возраст	«Стаж»
1	P1	Эксперт (куратор, организатор фестиваля уличного искусства)	Екатеринбург	Мужской	27	8
2	P2	Эксперт (исследователь стрит-арта, фотограф, журналист, блогер)	Москва	Мужской	29	5
3	P3	Эксперт (исследователь, организатор)	Санкт-Петербург	Женский	23	3
4	P4	Художник	Москва	Мужской	37	22
5	P5	Художник	Санкт-Петербург	Женский	22	3

6	P6	Художник	Москва/ Екатеринбург	Мужской	21	7
7	P7	Художник	Москва	Мужской	23	8
8	P8	Художник	Екатеринбург	Мужской	35	5

Вторым этапом исследования стал анализ контекста освещения стрит-арта в СМИ и публичной репрезентации уличных художников с помощью метода контент-анализа отобранных материалов СМИ. Для отбора массива документов – материалов СМИ – применены качественные и количественные процедуры построения выборки [3, с. 17]. Материалы были отобраны с помощью информационно-аналитической системы «Медialogия». Так как задачи подразумевали долгосрочный временной период, рассматривались материалы, опубликованные в 2019-2020 гг.

Для отбора материалов был определен ключевой набор слов, по которым отбирались статьи. Исходной категорией была комбинация слов «уличн* художн*». Такая комбинация слов позволила включить наиболее релевантный массив данных, поскольку выражение описывает феномен, который нас интересует. Синонимичные понятия «стрит-арт» и «граффити» имеют другой оттенок значений, сужая поиск до узкоспециализированного направления. Запрос «уличное искусство» расширяет массив данных нерелевантными материалами, описывающими все события улицы, в т.ч. не подразумевающие практики стрит-арта. Для уменьшения выборки было применено требование, чтобы комбинация «уличный художник» в различных склонениях была упомянута в тексте не менее 3 раз. Материалы должны быть опубликованы на федеральном и региональном уровнях и без перепечаток, т.к. нас интересовал уникальный российский контент.

Уличное искусство является достаточно локальным феноменом, поэтому исключительно федеральным уровнем мы ограничиться не могли, хотя в фокусе нашего интереса был образ уличного искусства, сложившийся у широкой аудитории. Далее был применен фильтр топ-100 СМИ, таким образом, были отсечены локальные и менее значимые источники информации. Число статей сократилось до 343 (без перепечаток статей). Далее материалы были отсортированы по индексу заметности, и были взяты первые 100 статей. В процессе дальнейшего ручного отбора были устранены пропущенные системой перепечатки и нерелевантные статьи.

Полученные результаты. Первостепенной задачей исследования было определение особенностей и сущности практик стрит-арта в восприятии уличных художников и профессионалов сопряженных областей. Так, в качестве основных признаков, отличающих стрит-арт от других художественных практик, информанты отмечают, что стрит-арт существует только на улице. Если художник работает не на улице, то эта работа становится уже другим видом искусства: «Уличное искусство — это искусство, которое делается на улице» (P5); «Уличное искусство оно существует (выделяет голосом) только на улице» (P1). Следующими отличительными признаками становятся нелегальный характер и низовое происхождение практик; контекстуальность и ситуативность. Уличное искусство, используя специфику медиума, направлено на взаимодействие со средой и не может существовать в отрыве от нее. Эти, по мнению информантов, базовые для определения стрит-арта характеристики порождают ряд других отличительных особенностей уличного искусства:

1) Отсутствие формальных правил, регулирующих деятельность: «В этом, кстати, и прикол уличного искусства, стрит-арта, здесь нет никаких правил, тебе никто не диктует» (P2).

2) Подверженность практик быстрым изменениям, динамичность, обусловленная низовым происхождением и нерегулируемостью правилами, недолговечность произведений, которые держатся на улице от нескольких часов до нескольких дней.

В сообществе существует конкуренция, потому что художники – конкуренты по закону рынка. Тем не менее, это дружное сообщество, потому что уличное искусство объединяет и создает тесное комьюнити, которое всегда помогает своим членам. Однако вход в сообщество неформально закрыт и осуществляется «по приглашению».

Встречи и публичные мероприятия – важная часть процесса социализации художника. Близкие личные связи позволяют обмениваться опытом, что составляет основной источник обучения новых участников, у которых опыта недостаточно. Личные связи помогают стрит-артистам в продвижении по карьерной лестнице. Для сообщества уличных художников характерна и практика протезирования и помощи начинающим художникам не только знаниями, но и своим именем. Признанные сообществом художники могут помогать в продвижении тем, кто, по их мнению, талантлив, представляя их творчество коллегам. Необходимость и значимость социальных связей становится актуальной на определенном этапе развития творческих практик художника. Начать заниматься уличным искусством, выйти на улицу со своей работой, может каждый

желающий. Однако, чтобы стать полноправным участником профессиональной группы, необходимо быть включенным в коммуникацию и представленным коллегам.

Мотивы и цели, которыми руководствуются уличные художники, являются основой их творческой деятельности и выбора карьеры и стратегии социальной мобильности. Мотивы и цели необходимо разделить соответственно жизненным и карьерным этапам, т.к. они меняются в зависимости от этапа творческого развития художника. На начальном этапе, когда индивид только начинает свой творческий путь и осваивает технику, знакомится с миром граффити и стрит-арта, на первом месте для него следующие мотивы и цели: желание получить внимание и удовольствие; поиск сильных эмоций, «адреналина» (спортивный интерес); желание заявить о себе, которое находит выражение в стремлении тиражировать свое имя с сообщением «я существую»; желание быть включенным в сообщество. На последующем этапе, когда художник находит свой стиль и начинает себя осознавать как творца, предыдущие стимулы отходят на второй план, на первый выходят более осознанные и глубокие мотивы и цели: стремление получить одобрение аудитории; желание творческой реализации; возможность влиять на облик города; необходимость самовыражения; желание вызвать реакцию/ инициировать взаимодействие с аудиторией; стремление апеллировать к чувствам аудитории; возможность личностного роста и расширение кругозора; институциональное признание; доход.

Таким образом, первичные мотивы направлены преимущественно на внутренние переживания художника и получение эмоций, но в дальнейшем центр интересов смещается в сторону самовыражения, работы на аудиторию и создания карьеры художника, предполагающей получение дохода и определенного социального статуса.

Стратегия социальной мобильности, которую для себя выбирают уличные художники, может быть схематично представлена следующим образом. Путь уличных художников в большинстве случаев начинается с увлечения граффити и хип-хоп культурой в подростковом возрасте: «В любом случае почти все уличные художники, даже которые сейчас являются художниками уличной волны, они все начинали с граффити какого-то в 14-15 лет» (Р3). Поэтому начальным этапом в процессе формирования карьерной стратегии стрит-артиста становится занятие граффити, которое включает в себя научение нанесению тегов и имени, обучение работе с материалами, оттачивание навыка рисования с помощью спрея, изучение шрифтов и копирование работ

профессионалов. Далее идет этап рефлексии и поиска собственного стиля, внедрение более глубоких и осмысленных тем в творчество.

Так, осуществляется переход от граффити, которое дает базовые навыки, к этапу осознанного творчества. Результатом этого этапа становится относительно оформившийся стиль и понимание ориентиров в творчестве. Этот период сопровождается начальным этапом монетизации занятий – оформительством. Художникам предлагают расписать фасады или интерьеры под заказ, без творчества как автора. Создание первых серьезных работ становится важной точкой в карьерном пути художников, обычно они создают первые работы на фестивалях или делают фасады. Работа с коллегами – значимый этап, который помогает продвинуться в творчестве, о чем подробнее говорилось ранее.

Важный элемент в стратегии развития карьеры художника – позиционирование себя перед аудиторией в социальных сетях, где автор показывает свои работы и собирает собственное «портфолио»: «Можно зайти в инстаграм художника, посмотреть там на фоточки, потому что, так как многие работы живут очень мало времени, то ты можешь у творческого художника только на фотодокументацию посмотреть» (РЗ).

Далее стрит-артист приходит к коммерческим заказам, когда организаторы фестивалей, кураторы, галеристы и заказчики проявляют интерес непосредственно к художнику как автору, стимулируют к занятию искусством на серьезном уровне и оказывают материальную поддержку. Это обращает художника в сторону работы с галереями. Автор становится перед вопросом того, как адаптировать свое искусство для выставочного пространства. Существуют несколько типов поведения художников для адаптации в сфере современного искусства: коммерческие работы на заказ (под запрос галереи, аукциона или куратора), адаптация своих работ для галерей (перенос кусков стен, фотодокументация); создание отдельных работ для галерей (выбор другого медиума); создание работы без ориентации на рынок (творческие поиски без ориентации на коммерческие запросы).

Работа с галереей становится важным этапом карьеры уличного художника, участие сначала в групповых, а потом и в индивидуальных выставках в галерее дает новый статус стрит-художникам. В зависимости от характера деятельности и бэкграунда художника можно выделить следующие статусы:

1) искусство уличной волны – художники, которые создают работы как на улице, так и адаптируют свое искусство для галерей;

2) художник с уличным бэкграундом – художники, которые работали на улице, но полностью перенесли свое искусство в галерею;

3) уличное искусство новой волны – художники, работающие на улице, но не имеющие специального бэкграунда;

4) исчезает со сцены – художники, которые заканчивают карьеру на улице и не продолжают ее в галерее.

Переход в галерею становится логичным развитием и развёртыванием карьерной стратегии уличных художников. Существуют и альтернативные способы продвижения и заработка на своем творчестве (мерч, фестивали и оформительство), однако это не позволяет строить карьеру и повышать свой социальный статус. Исключительно занятия уличным искусством малооплачиваемы, т.к. подразумевают низовые инициативы и нелегальность и не могут претендовать на статус основной деятельности человека.

Далеко не все стрит-арт художники воспринимают свою деятельность как основное занятие. Несмотря на институциональные успехи, финансовые сложности не позволяют говорить о карьере: «Так я не зарабатываю на своем творчестве, вот сейчас я не работаю... получается, карьера должна предусматривать хотя бы какой-то, мне кажется, финансовый рост» (Р6). В галерее уличному художнику легче заработать и продвинуть свое искусство, потому что монетизация стрит-арта намного ниже уровня современного галерейного искусства. Уличный бэкграунд — это инновация в сфере современного искусства, ресурс, который позволяет выгодно выделяться среди коллег с академическим образованием, внося своеобразие в творчество. Дальнейшее свое развитие художники видят в сотрудничестве с европейскими галереями и выходом на зарубежный рынок. Также стрит-артисты нацелены на работу в диджитал-сфере.

Профессиональная группа должна стремиться ограничить вход в сообщество для повышения статуса. Обычно это происходит в точке входа. Для нетворческих профессий это этап получения необходимых знаний: например, чтобы получить статус врача, необходимо иметь определенный уровень образования [9, с. 60-69]. Однако сообщество уличных художников, наоборот, передает знания и поддерживает новичков. То есть точка закрытия существует, но не со стороны монополии на знания и возможность заниматься практикой, а со стороны социальных связей и заработка: «В основном это какие-то тусовки, фестивали, вот там да, там основные знакомства, после них коллабов бывает огромное количество. И это способ познакомиться, затусить, что-то сделать. Карт-бланш, это так и возникал, как большая тусовка» (Р1).

Стрит-арт в понимании художников – это площадка для создания высказывания, своеобразный медиум, который открывает новые возможности для художника. Прежде всего, он помогает реализовать желание сообщить свои идеи широкой аудитории: «стрит-арт — это просто площадка... просто уличное искусство, потому что там такой прямой диалог со зрителем» (РЗ).

Уличное искусство – единственный инструмент, позволяющий вести прямой и открытый диалог с аудиторией, который ничем не опосредован, и иметь возможность говорить с самой широкой аудиторией, в том числе и не подготовленной, которая сталкивается с искусством, а не приходит за ним. Это позволяет говорить о миссии стрит-арта как о свободном выражении своих переживаний и мыслей на своем языке, любыми методами, которые доступны, без цензуры и необходимости встроиться в рамки социальных норм. Именно эти особенности позволяют звучать протестному голосу стрит-арта, но это лишь одна из его возможностей, и она не является самоцелью.

Важным аспектом в понимании миссии стрит-арта и возможности как медиума для высказывания, является встраивание в контекст. Это определяет еще одну задачу, которую художники видят в качестве ключевой – взаимодействие и развертывание диалога с окружающей средой. Стрит-артисты в качестве миссии уличного искусства понимают возможность влиять на облик города. Аудитория уличного искусства разделяется на две группы. Первая – неподготовленная аудитория, которая самостоятельно не инициирует знакомство со стрит-артом, а сталкивается с ним случайно в городе. Вторая часть – заинтересованная публика, которая совпадает с публикой современного искусства.

Аудиторию мотивирует к знакомству с уличным искусством возможность сравнить внешний вид городов, прочувствовать их культуру; желание купить работу и создать некий архив; расширить свой кругозор и узнать что-то новое; взглянуть по-новому на собственное жизненное пространство; чувство андеграунда; есть и фанаты уличного искусства. Зрители прибегают к следующим вариантам знакомства с работами: посещение фестивалей; экскурсии, сфокусированные на стрит-арте; сайты художников; музей стрит-арта; галерея; инстаграм художника; сама улица. Знакомство на улице остается самым простым способом: «Например, в тот же музей стрит-арта билет стоит денег, или там в галерею, часто билет стоит денег, то... как бы уличное искусство (говорит смеясь) оно на улице бесплатное, пока что» (РЗ).

В качестве дополнительного метода был использован контент-анализ статей федеральных СМИ об уличном искусстве. В результате было определено, что большинство публикаций имеет позитивный характер репрезентации образа уличного искусства и позитивно отражает миссию уличного искусства. Большое внимание уделяется рассмотрению уличного искусства в качестве элемента современного искусства. Это позволяет говорить о том, что уличное искусство становится частью института современного искусства.

Из событий в сфере уличного искусства внимание поровну разделено на практики появления и нелегальных работ, и выставок. Число публикаций примерно равно, что может свидетельствовать о двояком оттенке образа стрит-арта: как институционализированной практики, так и феномена, сохраняющего свою андеграундную и протестную сущность. Преобладают сообщения, которые транслируют идею легализации стрит-арта. Освещаются в основном те работы, которые существуют в качестве нелегального и легального рисунка, что также свидетельствует о двойственном образе уличного искусства. Образ самих художников при этом детально не раскрывается, художники либо не упоминаются, либо неизвестны публике, для которой пишутся статьи, но большинство материалов упоминает нескольких широко известных персон.

Обсуждение полученных результатов. В рамках теоретического анализа были выяснены характеристики профессиональной группы: выделение определенной области социально-значимого знания; создание в публичном пространстве образа профессиональной группы, основанного на общей идеологии и профессиональной этике; существование профессиональных организаций и ассоциаций; практика социального закрытия; наличие дохода от деятельности [7, с. 36-46]. В отношении стрит-арта и сообщества уличных художников эти критерии получают специфическое выражение.

Во-первых, существует определённая область знаний и навыков, которая необходима для успешной деятельности. Например, техника работы с краской в баллонах, умение быстро работать. Несмотря на то, что эти знания не являются уникальными, систематизированными и ценностно-окрашенными, они – необходимая часть культуры сообщества уличных художников [12, с. 25]. Можно сделать вывод о том, что группа уличных художников владеет социально-значимым знанием, монополия на которое проявляется не в формализованных ограничениях и институциональных каналах получения образования, а во включении в определенные практики и сообщество.

Идеология и этика для группы уличных художников сводится к полной свободе действий, ограниченной лишь несколькими неформальными правилами: не портить работы других и не трогать архитектурные памятники. Профессиональные организации и ассоциации существуют, однако, в небольшом числе и зачастую находятся на начальном этапе становления. Существует ряд институций, которые поддерживают практики уличных художников на официальном уровне: образовательные институции (Музей стрит-арта, Институт исследования проблем стрит-арта); творческие объединения (Артмосфера); фонды и галереи (Триумф, Ruarts и др.). Многие институции занимаются поддержкой не только уличного искусства, и не могут быть отнесены к формальным институтам, созданным для упорядочения социальных связей исключительно в сфере стрит-арта. Однако имеет место тенденция к увеличению числа проектов, которые фокусируются именно на уличном искусстве. Так, можно сказать о том, что профессиональные организации и ассоциации уличного искусства активно развиваются, имея при этом свои особенности.

Сообщество уличных художников существует и закрывается благодаря неформальным, личным связям. Работа на улице зачастую предполагает помощь коллег, т.к. нужно быстро работать в опасных условиях. Распространены практики, когда художник набирает свою команду или ему помогают друзья-художники, а затем он участвует в их проектах. Стрит-арт художники создают собственные низовые инициативы: тусовки и нелегальные фестивали. Именно эта включенность в сообщество становится точкой входа. Точкой закрытия становится этап, связанный с монетизацией деятельности, получением дохода. Важным аспектом является экономический фактор и возможность иметь доход от своей деятельности. Не существует сформированного рынка стрит-арта, где художники могли бы получать стабильный доход от своей деятельности, монетизация именно таких практик очень стихийна, поэтому уличные художники обращаются к заработку с помощью галерей.

Заключение. Перспективы профессионализации стрит-арта.

Уличные художники владеют социально-значимым знанием, монополия на которое проявляется не в формализованных ограничениях и институциональных каналах получения образования, а во включении в определенные практики и сообщество. Не существует сформированной и закрепленной на институциональном уровне системы знаний, которая бы позволяла профессионализирующейся группе контролировать процесс распространения экспертного знания и устанавливать стандарты практики, как

предполагают классики исследований профессионализации. Социальное закрытие для данной группы происходит благодаря неформальным, личным связям.

Членами сообщества часто организовываются различные мероприятия, которые помогают знакомиться и заниматься сотворчеством. Именно эта включенность становится точкой входа и одновременно частичного закрытия. Основной точкой закрытия становится этап, связанный с монетизацией деятельности, получением дохода. Существуют профессиональные объединения, которые представляют интересы уличных художников и оказывают им поддержку. Они имеют тенденцию к расширению деятельности и развитию. Уличные художники стремятся вписать свое творчество в рамки официального искусства, отходя от идеи протеста. Протест является одной из идей, которое выражает уличное искусство, и заложен, скорее, в специфике работы на улице, в нелегальности, как критерии уличного искусства. Однако художники воспринимают уличное искусство как медиум для своего высказывания, который дает неограниченную свободу творчества.

Существует легальная социальная мобильность, которая осуществляется в рамках институции современного искусства. Переход в галерею становится логичным развитием и развёртыванием карьерной стратегии уличных художников. Коммерциализация и институционализация сферы уличного искусства приводит к расширению сферы легального уличного искусства, которое является источником дохода для художника. Исключительно занятия уличным искусством (нелегальными практиками в городской среде) неоплачиваемы и поэтому не могут претендовать на статус профессии, происходящая же коммерциализация и институционализация сферы уличного искусства расширяет сферу возможной материальной реализации художника. Сформирован положительный публичный образ уличного искусства в социальном пространстве. Репрезентация стрит-арта имеет позитивный характер и поддерживает миссию уличного искусства, что позволяет говорить о том, что уличное искусство становится частью института современного искусства.

Так, можно сделать вывод о том, что имеет место тенденция к профессионализации уличного искусства, однако не в привычном формате. Не было выявлено классических признаков профессионализации, однако был обнаружен специфический процесс профессионализации через присоединение элитарной части сообщества стрит-арт художников к профессиональному сообществу современных художников. Это сопровождается трансформацией мотивов деятельности, смещением фокуса интересов и

понимания миссии стрит-арта, а также выбираемых вследствие этого стратегий социальной мобильности. Мотивы художников лежат в плоскости выражения своих эмоций, мыслей и переживаний, желания творческой самореализации и понимания стрит-арта как медиума, который позволяет наиболее честно и открыто разговаривать с широкой аудиторией. В рамках такого понимания уличного искусства и его целей переход в пространство галереи становится логичным продолжением карьеры уличного художника.

Библиографический список:

1. Бурдые П. Социальное пространство и символическая власть // Альманах THESIS. 1993. №2. С. 137-150.
2. Вебер М. Политика как призвание и профессия // Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. С. 644-706.
3. Горшков М. К. Прикладная социология: методология и методы: Учебное пособие / Горшков М. К., Шереги Ф. Э. М.: Институт социологии РАН, 2011. 372 с.
4. Занковский А. П. Организационная психология: учебное пособие для вузов. М.: Флинта; МПСИ, 2000. 647 с.
5. Кузовенкова Ю. А. «Право на город»: практики легитимации граффити и стрит-арта // Культура и цивилизация. 2015. № 4-5. С. 31-46.
6. Лукша О. В. Социология профессиональных групп: Определение понятий // Профессиональные группы интеллигенции. М.: Изд-во ИСРАН, 2003. С. 61–79.
7. Мансуров В. А. Социология профессий: История, методология и практика исследований / Мансуров В. А., Юрченко О. В. // Социологические исследования. 2009. №8. С. 36–46.
8. Мельникова Е. А. Карьерные траектории граффити-райтеров: трансформируя давление в удовольствие и признание // Журнал социологии и социальной антропологии. 2016. №1. С. 125-136.
9. Романов П. В. Социальная работа в современной России: анализ статуса профессиональной группы / Романов П. В., Ярская-Смирнова Е. Р. // Социологические исследования. 2014. №10. С. 60-69.
10. Сорокин П. Социальная стратификация и мобильность. // Человек. Цивилизация. Общество. М.: Политиздат, 1992. С. 295-424.
11. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. М.: Наука, 1987. 245 с.

12. Abbott A. *The System of Professions: an Essay on the Division of Expert Labour*. Chicago: University of Chicago Press, 1988. 435 p.
13. Lachmann R. *Graffiti as Career and Ideology* // *American Journal of Sociology*. 1988. №94 (2). Pp. 229–250.
14. Larson M. *In the Matter of Experts and Professionals, or How Impossible it is to Leave Nothing Unsaid* // M. Larson, M. Burrage, R. Torstendahl // *The Formation of Professions: Knowledge, state and strategy*. London: Sage publications, 1990. Pp. 24-50.
15. Larson M. *The Rise of Professionalism: a Sociological Analysis*. London: University of California Press, 1977. 309 p.
16. Macdonald K. *The Sociology of Professions*. London: Sage publications, 1995. 240 p.
17. Valle I. *Participation in the figured world of graffiti* / I. Valle, E. Weiss // *Teaching and Teacher Education*. 2010. №26 (1). Pp. 128–135.

Nesvitaylo D. V., Kozlova M. A. **Street art on the streets and in galleries: transformations of motivation, social mobility strategies and the mission of street artists**

The work is devoted to the study of the professionalization of the creative activity of the community of street artists, the systematization and analysis of the ideas of social mobility strategies, mission interpretations, motivation systems that allow us to judge the features of the professionalization of street arts. The inclusion of street art in the framework of official art violates the basic premises of its existence, thereby changing the understanding of the role and meaning of street art, the motivation and choice of ways to develop and realize the artistic potential of the community members who create it. Analyzing the data obtained using a number of qualitative and quantitative methods of data collection (expert interviews and media content analysis), the author shows that it is possible to draw a conclusion about the professionalization of street art practices, which has its own specifics. The professionalization of street art takes place through the joining of the elite part of the community of street artists to the professional community of contemporary artists. This is accompanied by a transformation of the motives of activity, a shift in the focus of interests and understanding of the mission of street art and entails a change in social mobility strategies.

Keywords: street art, professional group, professionalization, profession, social mobility, motivation, career strategy

Nesvitaylo Daria Vadimovna, master of the program «Sociology of the public and business sphere» HSE, e-mail: darya.ned@yandex.com

Kozlova Maria Andreevna, candidate of historical sciences, chief researcher of International Laboratory for Social Integration Research, HSE; e-mail: makozlova@yandex.ru