



ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО КУЛЬТУРЕ  
И КИНЕМАТОГРАФИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК  
Государственный институт искусствознания

# ОПЫТ ПОВСЕДНЕВНОСТИ

Памяти Сергея Юрьевича Румянцева

ДБ

Москва—С.-Петербург  
2005

## Михаил Лурье Графферы

Граффити – разрисовка и роспись городских стен – как особое направление художественного творчества и одновременно основа самостоятельного молодежного движения появилось в 1970-е годы. Легендарным родоначальником этого направления в молодежной культуре был нью-йоркский подросток по имени Таки с 183-й улицы Манхэттена, работавший рассыльным и во время своих бесконечных перемещений по городу оставлявший в подземке и на стенах домов знак ТАКИ 183. Таки стал известен всему городу, и ему стали подражать другие нью-йоркские тинэйджеры. Постепенно вырабатывались определенные шрифты, которыми пользовались пишущие, впоследствии помимо надписей-автографов на стенах стали появляться и рисунки, также выполненные в особом стиле. Движение быстро распространялось, охватывая другие города США и Европы, одна за другой возникали группировки тинэйджеров, для которых нерегламентированное и преследуемое полицией разукрашивание городских стен, вестибюлей и поездов метро стало основным занятием, определяющим их культурное кредо и специфическое место в социуме. Наряду с брейк-дансом, рэпом, скейтбордингом граффити является одним из направлений хип-хоп-культуры.

В России первые надписи и рисунки, выполненные в стиле западных «профессиональных» граффити, начали появляться в крупных городах в начале 1990-х годов. С конца 1990-х это направление, распространенное уже достаточно широко, неуклонно наращивает свою популярность в подростко-

вой среде. Сейчас группы рисующих на стенах существуют не только в Москве, Петербурге и таких крупных центрах, как Барнаул, Екатеринбург, Липецк, Тверь и пр., но и в небольших городах уровня райцентров. Надо отметить, что российская редакция граффити-культуры практически без каких-либо отклонений калькирует западную традицию на уровне идеологии, стиля, структуры, лексики. Отечественные граффитисты открыто и манифестивно ориентируются на модели поведения своих европейских собратьев, перенимают их художественную манеру, используют образцы надписей и рисунков, ставшие доступными с распространением видеопродукции и сетевых ресурсов.

Субкультурную доминанту составляет рисование и писание в публичных местах. Такие «профессиональные» граффити<sup>1</sup> выполняются обычно краской, распыляемой из баллончиков (*спрэев, канов*) в специальной художественной технике и представляют собой надписи, рисунки или сочетания одного и другого. Иногда подобные композиции достигают огромных размеров, поэтому чаще всего полем для граффити служат большие глухие стены домов, бетонные ограды и парапеты, вагоны поездов и трамваев. Стилистика граффити отличается вычурностью, надписи обычно не читаемы для непосвященных, чему способствует применение специальных шрифтов (так называемых *стайлов*), предполагающих написание букв с эффектом объемности, наклоненных под разными углами в разные стороны и т. п. Среди них особенно распространен *вайлдстайл* — все буквы изображаются переплетенными одна с другой. Из более простых для исполнения и прочтения стайлов чаще других используются *бабллеттер* (толстые, округлые, как бы «дугые» монотонные буквы) и *блокбастер* буквы (прямоугольных контуров, также со сплошной одноцветной заливкой).

У каждого более или менее серьезного *граффера*<sup>2</sup> есть собственная коллекция фотографий и перерисовок чужих работ, на которые он может ориентироваться, вырабатывая собственный стиль. Однако копировать чужие граффити на стену под своим именем считается дурным тоном и принято только среди новичков. Каждая композиция (сленговое *пиесе*, от английского *masterpiece* — шедевр) уважающего себя *граффитчика* должна быть самостоятельным произведением: на граффити, уличенных в неоригинальности, пишут уничижительное «*байтер*». Поэтому с обретением опыта и мастерства граффер обычно берет новый *стритнейм* (графферская разновидность *никнейма*, имя для *тэга* — подписи граффити), чтобы не быть идентифицированным другими как автор своих

же прежних работ: «Ну, и все там поначалу, все начинающие, они берут себе ник, ну стритнейм, как называется. Начинают хорошо писать – другой. Но поначалу же все байтерничают. Байтерничать – это значит срисовывать друг с друга. <...> Вот, и у них как бы – ну, знают, видят же люди работу чью-то и говорят: о, это байтер. Запомнили имя. А как человек понимает, что он сам, типа, уже пора свой стиль делать. Как он создал свой стиль и перестал байтерничать, он уже меняет свой стритнейм и, как новый, ходит. В основном же люди видят тэги, они не видят лицо, они не понимают, на лбу же не написано. Вот и поэтому как бы новый человек. Тот пропал, а этот – другой» (запись, М, 16).

Сложные граффити выполняются по *скетчам* – заранее подготовленным эскизам на бумаге, адекватное масштабное воспроизведение которых на стене считается делом сложным, требующим большого опыта и мастерства. К скетчам относятся чрезвычайно серьезно, часто разрабатывают их подолгу, иногда коллективно. Многие из скетчей остаются нереализованными, и этим объясняется традиция демонстрировать их друг другу как работы, имеющие самостоятельную ценность, выкладывая на сайты: «DED нарисовал (уже давно) скетч на несколько разворотов ватмана в длину и 10 см в высоту (баблы:)) w/b (т. е. черно-белый в стиле бабллеттер – М.Л.), но размещать не хочет ... *говорит забомбим, уж тогда ...уговорим*» (<http://home.ural.ru/~tndr/news.htm>).

Подобно скинхедам и хулиганам, сообщество графферов, четко осознающее свое корпоративное единство, структурировано по командному типу. В состав каждой команды (*crew*) входит обычно от двух до семи человек. Попасть в уже сформированную команду «с улицы», по одному желанию практически невозможно, так как команды заинтересованы не в количестве, а в профессионализме своих членов. Поэтому начинающие предпочитают действовать самостоятельно, постепенно повышая свой индивидуальный уровень и, соответственно, статус в сообществе или же сразу создавать собственную команду и постепенно «двигать» ее.

Отношения между командами выстраиваются по принципу сотрудничества/соперничества. Каждая команда стремится «продвинуться», повысить свой авторитет в сообществе. Иногда при этом несколько групп (как правило, хорошо известных) объединяются для совершения крупных акций, иногда даже создают своеобразные конгломераты. Приводим отрывок из «послужного списка» петербургской команды UnDead Crew: «Весной 2000-го года UDC стали инициаторами создания FLC (First Line Crew) – объединением команд, кото-

рые действуют на первой линии питерского метро. В состав FLC входят: 4Bia, NWS, SPC, UDC» (<http://sprayzup.boom.ru/crews.htm>).

Помимо официальных, изредка устраиваются внутренние, несанкционированные турниры (*баттлы*) между двумя или несколькими командами: «Ну, например, проводится баттл. Ну, то есть собираются две команды и рисуют, и потом выбирается, кто из них лучший и проигравший или как расплачивается, или как баллоны достаёт. Вот то есть так. Узнают, кто из них лучший» (запись, М, 17).

Помимо «честного», открытого соперничества практикуются и другие методы выяснения отношений между графферами посредством порчи готовых произведений. Поверх чужого граффити рисуется собственное («Я написал, а он обиделся на то, что я написал, ну, и зашёл на его тэг. Он просто поверх моего начертил свой тэг. Потом я поверх его, то есть случайно как бы», (запись, М, 17) или же пишется формула, выражающая негативное суждение о качестве творения – «toy».

Как уже говорилось, каждый граффер имеет собственный стритнейм – имя, под которым он известен в пределах субкультурного сообщества города: Maks, Bart, Nitra, Шмель и т. п. Командное название чаще всего составляется из английских слов (например, New Heroes, Fat Caps). Чаще всего, однако, команды известны под аббревированными именами, состоящими из английских названий цифр и букв латинского алфавита: DS ([диэс]), 2TONS ([тутонс]) и т. п.<sup>3</sup> Именно сокращённые названия воспринимаются в качестве основных, первичных (а иногда таковыми и являются), тогда как полные имена команд, наоборот, получают факультативный статус, вследствие чего произвольность деаббревиации едва ли не возводится в принцип: «Ну вот, например, BF – ну, там по-разному, там или “Big Fuck”, или чё-нибудь в этом роде. Там мало кто знает, там перевод всяких команд, потому что они как – мало говорят это, мало кто спрашивает. Ну, там в принципе единицы знают, единицы расшифровки там есть, иногда просто от балды, просто там какую-нибудь букву поставил, а перевод совсем сумасшедший, например. Например, была команда 2CF ([тусиэф]), её называли “Two Clitors Fan”, то есть, ну, понятно, что-то в этом роде» (запись, М, 17);

«Поскольку нас тогда еще было двое и желудки наши были наполнены пивом мы, кроме как SPC (Slava & Pasha Crew), ничего придумать не смогли. Позже мы стали везде подписываться SPC, а про то, как это расшифровывается, мы совсем забыли. Так что нужно было придумать что-нибудь

прикольное и мощное на те же инициалы. И тут KeSSt'у пришла в голову идея – Slam Power Crew. А что, подумал я, простенько, но со вкусом. Так мы и стали называться. Теперь, если вы увидите в городе граффити с тэгами SPC, знайте – это мы!» (<http://sprayzup.boom.ru/crews.htm>).

Русские названия встречаются значительно реже, звучат вызывающе нетрадиционно, выламываясь из общего ряда, – по-видимому, и присваиваются отчасти с этим намерением. Так, одна из петербургских команд называется «Зачем»: язык именования и само значение выбранного слова в купе создают двойной эффект оригинальности, чего, по-видимому, и добивались члены группы: «Или стёбные какие-то названия. Или, там, была команда “Зачем” – зачем мы это всё делаем?» (запись, М, 17).

Мы не случайно задержались на теме названий графферских команд: вопрос имени, индивидуального и группового, является принципиально важным для самой субкультуры, что напрямую связано с одной из ее важнейших практик: оставлять под рисунками, а также просто на открытых плоскостях городских объектов именные метки пишущего или его команды. На внутреннем сленге такая метка, наносимая обычно с помощью маркера<sup>4</sup>, называется *тэг* (или *tag*), а само занятие, соответственно, обозначается глаголом *тагать*. В связи с этим, кстати, предпочтение аббревированных названий команд (а иногда и стритнеймов, например, RNK ([эрэнка])) полным получает дополнительную, внутрицеховую мотивировку: «Не, ну как бы таг должен быть такой быстрый, чтобы ты мог тагнуть за пару секунд. Ну, то есть лучше всего как бы придумать ники из трёх букв, ну, то есть самое-самое реальное – три, две буквы. Четыре уже как бы писать уже долго, то есть получится писать прописью, ну, чтоб типа маркер не отрывался от стены. Самое прикольное – это три буквы писать. Мне, то есть четыре буквы – Барт – мне, то есть я раньше тэг как писал, просто по буквам, долго. Сейчас я уже в принципе научился и могу как бы прописью написать, более пятнадцати видов своего тага могу написать» (запись, М., 17).

Как видно из последнего фрагмента, умение быстро и грамотно тагать является важным фактором самоуважения граффера – и, соответственно, его авторитетности в глазах других («Не знаю, кайф, когда тебя город знает. Что ты идёшь, например, и видишь свой тэг»). Вообще, тэг – минимальный и основной знак существования члена сообщества. Появление нового тэга не может остаться незамеченным остальными и служит для них гораздо более существенным проявлением субкультурного бытия его носителя (или целой команды), чем

личное знакомство с последним. «Ну, по идее, если человек та- гает, то его уже весь город знает. Например, вот если с кем-ни- будь просто знакомишься, например, вот в том же самом “Кон- тейнере” — ну, там, магазине модном. Говорю: вот, типа, я Барт. Он такой: “Вот, я знаю, типа, тебя, там, по тэгам, всё типа”. Всё там рисовал, всё, уже знают, уже Барта знают. А так по идее я раньше мало знал, я познакомился — меня уже знали: и там, и там, и там знали». Характерно, что для общественного рено- ме *тэгалщика* или его команды значимым является не только качество, но и количество оставляемых им в городе настенных автографов.

Важной и престижной формой субкультурной дея- тельности является *бомбинг*. «Бомбить» — значит оставлять надписи и рисунки в запрещенных для этого публичных мес- тах: на стенах домов и ограждений, особенно престижен *трэй- новый бомбинг* — на вагонах трамваев, поездов метро или приго- родных электричек. В отличие от тэгов, *бомбы* должны быть большими и красочными, они, как полноценные граффити, вы- полняются уже не маркером, а баллончиками с краской. Значе- ние имеет и художественное качество, и размер бомбы. Особен- но ценятся так называемые *холкары* — бомберские композиции, заполняющие целиком поверхность стены вагона.

Бомбить, как правило, ходят не поодиночке: это заня- тие, в силу его нелегитимности, требует не только большого профессионализма, но и расторопности: «Если действительно команда слаженная, могут бомбу делать в течение минуты. То есть один, например, подходит, делает фон, то есть одним баллоном, ну, там, фон наводит, ну, там элемент букв, там про- сто одним баллоном. А в это время второй который — ну, начи- нает фонить, то есть закрашивать все буквы. И, например, тот первый, ну [или] третий просто подходит, начинает обводить их, — то есть можно вообще всё быстро делать» (запись, М, 17).

Точнее будет сказать, что для бомбинга требуется профессионализм особого рода, совмещающий мастерство ху- дожника с навыками рецидивиста. На сайтах публикуются да- же специальные инструкции для бомберов, совмещающие со- веты и по художественной, и по конспиративной части. Приведем несколько фрагментов из такого текста:

«Как сделать хороший нелегальный ріесе и чтоб тебя не поймали

1. Скетч (outline, набросок). Для начала необходимо решить, на чем, где и как ты будешь спрэить. К примеру, делая ріесе на поезде, шрифт должен стелиться на плоскости, что даст ему особый колорит; кроме того, он должен ложиться

и растекаться по низу поезда. Неплохо будут смотреться две стрелки по бокам шрифта — ваш шрифт станет мобильным и, при движении поезда, будет смотреться куда прикольнее. <...> Не надо особенно заморачиваться со шрифтами: здесь главное качество выполнения, место и скорость.

2. Место. Самыми интересными местами во все вре- мена было и будет депо (авто- или троллейбусный парк), а так- же какая-нибудь экстремальная стеночка в центре города или около автобана. Перед тем, как подбегать к стене и херачить “ку- сок”, сначала продумай все пути отступления, стороны, откуда может выехать ментовская машина или выбежать “лисичка” (железнодорожник). <...> После этого можешь лезть на стену!

3. Cans & caps ( баллоны и насадки ). Идеал — это се- ребряный fill-in (внутренняя заливка ) и черные outlines (кон- туры ). <...>

4. Тонкости. Не стоит нацеплять на себя всевозмож- ные клубные шмотки. Надень что-нибудь, не вызывающее по- дозрения: в меру широкие темные (черные) штаны, такую же куртку или кофту и шапку. Главное — это мобильность, лег- кость движения и возможность остаться незамеченным. <...>

5. Техника. Сначала набросай общий контур цветом заливки, не бойся работать фристайлом. Затем залей буквы этим же цветом. <...> Поставь тэг, сфотай и медленно, спокой- но отправляйся в кусты покурить, после чего — домой спать. <...> Для начала попробуй свои силы на стеночке у ближайшей дороги, где каждые 20 минут проезжает патруль или на трол- лейбусе, большинство из которых стоят ночью на улице. Иде- альным временем для бомбинга считается 3-4 часа ночи» (<http://www.zmogk.newmail.ru>).

Чтобы обрести внутри сообщества авторитет серьез- ного *бомбера*, необходимо составить своего рода портфолио, включающий несколько десятков реально сделанных бомб. «Например, RNK, у него там было, ну, раньше, например, там, по-моему, 30, 20, он так ходил. А теперь у него более 150 бомб, он как бы лучший в команде бомбер и в Петербурге...» (запись, М, 17). Около бомб обязательно ставятся тэги, по которым другие графферы легко узнают авторов, многие бомберы кол- лекционируют фотографии собственных произведений («...там, просто люди фотографируют, считают, там, всем пока- зывают...»), которые в больших количествах представлены как выставки достижений на командных и межкомандных сайтах, там же публикуются и отчеты о новых «бомбежках». Приво- дим большой фрагмент одного из них: «Собрание 3-х команд в одно и то же время на бомбинг уже само по себе событие, а трэйновый — это полный угар. Собрались AFC, CBS, COS.

рые действуют на первой линии питерского метро. В состав FLC входят: 4Bia, NWS, SPC, UDC» (<http://sprayzup.boom.ru/crews.htm>).

Помимо официальных, изредка устраиваются внутренние, несанкционированные турниры (*баттлы*) между двумя или несколькими командами: «Ну, например, проводится баттл. Ну, то есть собираются две команды и рисуют, и потом выбирается, кто из них лучший и проигравший или как расплачивается, или как баллоны достаёт. Вот то есть так. Узнают, кто из них лучший» (запись, М, 17).

Помимо «честного», открытого соперничества практикуются и другие методы выяснения отношений между графферами посредством порчи готовых произведений. Поверх чужого граффити рисуется собственное («Я написал, а он обиделся на то, что я написал, ну, и зашёл на его тэг. Он просто поверх моего начирикал свой тэг. Потом я поверх его, то есть случайно как бы», (запись, М, 17) или же пишется формула, выражающая негативное суждение о качестве творения – «toy».

Как уже говорилось, каждый граффер имеет собственный стритнейм – имя, под которым он известен в пределах субкультурного сообщества города: Maks, Bart, Nitra, Шмель и т. п. Командное название чаще всего составляется из английских слов (например, New Heroes, Fat Caps). Чаще всего, однако, команды известны под аббревированными именами, состоящими из английских названий цифр и букв латинского алфавита: DS ([диэс]), 2TONS ([тутонс]) и т. п.<sup>3</sup> Именно сокращённые названия воспринимаются в качестве основных, первичных (а иногда таковыми и являются), тогда как полные имена команд, наоборот, получают факультативный статус, вследствие чего произвольность деаббревиации едва ли не возводится в принцип: «Ну вот, например, BF – ну, там по-разному, там или “Big Fuck”, или чё-нибудь в этом роде. Там мало кто знает, там перевод всяких команд, потому что они как – мало говорят это, мало кто спрашивает. Ну, там в принципе единицы знают, единицы расшифровки там есть, иногда просто от балды, просто там какую-нибудь букву поставил, а перевод совсем сумасшедший, например. Например, была команда 2CF ([тусиэф]), её называли “Two Clitors Fan”, то есть, ну, понятно, что-то в этом роде» (запись, М, 17);

«Поскольку нас тогда еще было двое и желудки наши были наполнены пивом мы, кроме как SPC (Slava & Pasha Crew), ничего придумать не смогли. Позже мы стали везде подписываться SPC, а про то, как это расшифровывается, мы совсем забыли. Так что нужно было придумать что-нибудь

прикольное и мощное на те же инициалы. И тут KeSSt'у пришла в голову идея – Slam Power Crew. А что, подумал я, простенько, но со вкусом. Так мы и стали называться. Теперь, если вы увидите в городе граффити с тэгами SPC, знайте – это мы!» (<http://sprayzup.boom.ru/crews.htm>).

Русские названия встречаются значительно реже, звучат вызывающе нетрадиционно, выламываясь из общего ряда, – по-видимому, и присваиваются отчасти с этим намерением. Так, одна из петербургских команд называется «Зачем»: язык именованья и само значение выбранного слова вкупе создают двойной эффект оригинальности, чего, по-видимому, и добивались члены группы: «Или стёбные какие-то названия. Или, там, была команда “Зачем” – зачем мы это всё делаем?» (запись, М, 17).

Мы не случайно задержались на теме названий графферских команд: вопрос имени, индивидуального и группового, является принципиально важным для самой субкультуры, что напрямую связано с одной из ее важнейших практик: оставлять под рисунками, а также просто на открытых плоскостях городских объектов именные метки пишущего или его команды. На внутреннем сленге такая метка, наносимая обычно с помощью маркера<sup>4</sup>, называется *тэг* (или *tag*), а само занятие, соответственно, обозначается глаголом *тагать*. В связи с этим, кстати, предпочтение аббревированных названий команд (а иногда и стритнеймов, например, RNK ([эрэнка])) полным получает дополнительную, внутрицеховую мотивировку: «Не, ну как бы таг должен быть такой быстрый, чтобы ты мог тагнуть за пару секунд. Ну, то есть лучше всего как бы придумать ники из трёх букв, ну, то есть самое-самое реальное – три, две буквы. Четыре уже как бы писать уже долго, то есть получится писать прописью, ну, чтоб типа маркер не отрывался от стены. Самое прикольное – это три буквы писать. Мне, то есть четыре буквы – Барт – мне, то есть я раньше тэг как писал, просто по буквам, долго. Сейчас я уже в принципе научился и могу как бы прописью написать, более пятнадцати видов своего тага могу написать» (запись, М., 17).

Как видно из последнего фрагмента, умение быстро и грамотно тагать является важным фактором самоуважения граффера – и, соответственно, его авторитетности в глазах других («Не знаю, кайф, когда тебя город знает. Что ты идёшь, например, и видишь свой тэг»). Вообще, тэг – минимальный и основной знак существования члена сообщества. Появление нового тэга не может остаться незамеченным остальными и служит для них гораздо более существенным проявлением субкультурного бытия его носителя (или целой команды), чем

личное знакомство с последним. «Ну, по идее, если человек та- гает, то его уже весь город знает. Например, вот если с кем-ни- будь просто познакомишься, например, вот в том же самом “Кон- тейнере” — ну, там, магазине модном. Говорю: вот, типа, я Барт. Он такой: “Вот, я знаю, типа, тебя, там, по тэгам, всё типа”. Всё там рисовал, всё, уже знают, уже Барта знают. А так по идее я раньше мало знал, я познакомился — меня уже знали: и там, и там, и там знали». Характерно, что для общественного рено- ме *тэгалыщика* или его команды значимым является не только качество, но и количество оставляемых им в городе настенных автографов.

Важной и престижной формой субкультурной дея- тельности является *бомбинг*. «*Бомбить*» — значит оставлять надписи и рисунки в запрещенных для этого публичных мес- тах: на стенах домов и ограждений, особенно престижен *трэй- новый бомбинг* — на вагонах трамваев, поездов метро или приго- родных электричек. В отличие от тэгов, *бомбы* должны быть большими и красочными, они, как полноценные граффити, вы- полняются уже не маркером, а баллончиками с краской. Значе- ние имеет и художественное качество, и размер бомбы. Особен- но ценятся так называемые *холкары* — бомберские композиции, заполняющие целиком поверхность стены вагона.

Бомбить, как правило, ходят не поодиночке: это заня- тие, в силу его нелегитимности, требует не только большого профессионализма, но и расторопности: «Если действительно команда слаженная, могут бомбу делать в течение минуты. То есть один, например, подходит, делает фон, то есть одним баллоном, ну, там, фон наводит, ну, там элемент букв, там про- сто одним баллоном. А в это время второй который — ну, начи- нает фонить, то есть закрашивать все буквы. И, например, тот первый, ну [или] третий просто подходит, начинает обводить их, — то есть можно вообще всё быстро делать» (запись, М, 17).

Точнее будет сказать, что для бомбинга требуется профессионализм особого рода, совмещающий мастерство ху- дожника с навыками рецидивиста. На сайтах публикуются да- же специальные инструкции для бомберов, совмещающие со- веты и по художественной, и по конспиративной части. Приведем несколько фрагментов из такого текста:

«Как сделать хороший нелегальный рйесе и чтоб тебя не поймали

1. Скетч (outline, набросок). Для начала необходимо решить, на чем, где и как ты будешь спрэить. К примеру, делаю рйесе на поезде, шрифт должен стелиться на плоскости, что даст ему особый колорит; кроме того, он должен ложиться

и растекаться по низу поезда. Неплохо будут смотреться две стрелки по бокам шрифта — ваш шрифт станет мобильным и, при движении поезда, будет смотреться куда прикольнее. <...> Не надо особенно заморачиваться со шрифтами: здесь главное качество выполнения, место и скорость.

2. Место. Самыми интересными местами во все вре- мена было и будет депо (авто- или троллейбусный парк), а так- же какая-нибудь экстремальная стеночка в центре города или около автобана. Перед тем, как подбегать к стене и херачить “ку- сок”, сначала продумай все пути отступления, стороны, откуда может выехать ментовская машина или выбежать “лисичка” (железнодорожник). <...> После этого можешь лезть на стену!

3. Cans & caps ( баллоны и насадки ). Идеал — это се- ребряный fill-in (внутренняя заливка ) и черные outlines (кон- туры ). <...>

4. Тонкости. Не стоит нацеплять на себя всевозмож- ные клубные шмотки. Надень что-нибудь, не вызывающее по- дозрения: в меру широкие темные (черные) штаны, такую же куртку или кофту и шапку. Главное — это мобильность, лег- кость движения и возможность остаться незамеченным. <...>

5. Техника. Сначала набросай общий контур цветом заливки, не бойся работать фристайлом. Затем залей буквы этим же цветом. <...> Поставь тэг, сфотай и медленно, спокой- но отправляйся в кусты покурить, после чего — домой спать. <...> Для начала попробуй свои силы на стеночке у ближайшей дороги, где каждые 20 минут проезжает патруль или на трол- лейбусе, большинство из которых стоят ночью на улице. Иде- альным временем для бомбинга считается 3-4 часа ночи» (<http://www.zmogk.newmail.ru>).

Чтобы обрести внутри сообщества авторитет серьез- ного *бомбера*, необходимо составить своего рода портфолио, включающий несколько десятков реально сделанных бомб. «Например, RNK, у него там было, ну, раньше, например, там, по-моему, 30, 20, он так ходил. А теперь у него более 150 бомб, он как бы лучший в команде бомбер и в Петербурге...» (запись, М, 17). Около бомб обязательно ставятся тэги, по которым другие графферы легко узнают авторов, многие бомберы кол- лекционируют фотографии собственных произведений («...там, просто люди фотографируют, считают, там, всем пока- зывают...»), которые в больших количествах представлены как выставки достижений на командных и межкомандных сайтах, там же публикуются и отчеты о новых «бомбежках». Приво- дим большой фрагмент одного из них: «Собрание 3-х команд в одно и то же время на бомбинг уже само по себе событие, а трэйновый — это полный угар. Собрались AFC, CBS, COS.

Условия были очень жесткими, и рассчитывать на полчаса бомбёжки приходилось в лучшем случае, плюс темнота и постоянная опасность попасть в руки милиции или сторожам.

На точку, ЖД депо, добирались полусогнутыми, молча и присматривая реальную «собаку» (электричку). Сначала увидели в отстойнике сгоревший вагон, но потом и ходовые. Жук с Артом отправились проверить точку на стрёмность. Осмотрели ходовой вагон. Пошли искать место для отхода. По пути Жук залез на сгоревший вагон и запас чувака с фонариком, стреманул Арта, оба присели и притихли. Потом ломанулись через забор к своим, они остались у заднего входа в депо. Думали, заметут, но, вроде, пронесло. Вернувшись к воротам, увидели на холмике кучкующуюся группку с рюкзаками.

Ломанулись на точку, но часть растерялась по пути. АФС бомбили на лицевой стороне, а другие на задней стороне «собаки», регулярно стремясь в полной темноте. Даже когда фотографировались после вспышки минуты 2 в глазах плавали звёздочки. Только успели добомбить, как внезапно вспыхнул свет от пребывающей на другой путь «собаки». Резко стреманулись. Бежать пришлось по кустам и грязи, потом через забор, который мы растагировали. Прямо перед нами проскочила ментовская девятка. За этот вечер было набомблено 6 бомб из них 3 нарисовали мы» (<http://afcrew.narod.ru/noch.html>).

В качестве критериев субкультурной престижности деятельности граффера в ипостасях тэгалщика и бомбера выступают, во-первых, уровень исполнения и, во-вторых, количество оставляемых граффити (в расширительном значении этого слова). Однако помимо мастерства работы и способности охватить ее плодами максимальное городское пространство общество оценивает еще одно качество тэгалщика/бомбера – экстремальность замысла и дерзость его исполнения. Субкультура графферов, несмотря на легитимность и даже ангажированность некоторых форм деятельности, не утратила андеграундного самосознания и продолжает культивировать те модели поведения, которые расцениваются общественным мнением и официальными институтами как антисоциальные и недопустимые.

Собственно говоря, функция бомбинга – наиболее распространенной и идеологически значимой субкультурной практики граффитчиков – и состоит в реализации статуса графферства как движения запрещенного, преследуемого властями и обществом. По-видимому, в конечном итоге, именно поддержание этой, контркультурной составляющей в идеологии и жизнедеятельности сообщества обеспечивает его живую-

честь и конкурентоспособность наряду с другими молодежными неофициальными институтами. В отличие, например, от хулиганов и скинхедов, графферы не устраивают драк, в отличие от панков, не одеваются вызывающе, не живут на улице, не питаются объедками. Зато они «гадят» – «бомбят» и «шкрябают», «тагают» в открытых, людных местах, то есть также совершают действия, оцениваемые как деструктивные (ср. сам термин «гадить»), также подвергают себя опасности быть битыми, схваченными, привлеченными к юридической или материальной ответственности: «Ну, кайф получаешь, когда на стенде стоишь, на тебя все смотрят, а ты рисуешь. Тоже есть свои плюсы. Конечно, можешь попасть офигенно – или тебя отпинают, или ещё что-нибудь. <...> Ну, в принципе могут просто тебя отпинать, какой-нибудь дядька пьяный или ещё кто-то там, пацаны там или охранники, или кто-то» (запись, М, 17).

Рискованность, экстремальность мероприятия оценивается самими бомберами и как важный психологический фактор, благодаря которому рисующий в неполюженном месте испытывает острые ощущения – иногда именно этот момент выводится на первый план: «В общем воздух вечера был полон адреналина, мы, полные впечатлениями, приехали на центр и начали всем хвастаться, они нам всем завидовали, а мы извлекли из этого один очень полезный урок: если бомбить – то только ради получения адреналина, а не для забойки стен» (<http://afcrew.narod.ru/noch.html>).

В плане престижности вызывающее, дерзкое, рискованное поведение оказывается не менее, если не более важным фактором, чем мастерство и продуктивность: «Можешь подойти прямо перед этими людьми и тэгануть, например, на стекле у водителя. Это действительно уважение сразу создаётся, что вот пацан провернул, да» (запись, М, 17).

Соответственно, в субкультурной картине мира закрепляются те же значимые оппозиции («мы – обыватели», «мы – менты, ОМОН, охранники»), а в устном репертуаре активно бытуют героические предания, построенные по тем же сюжетным схемам, что и сходные нарративы в репертуарах других альтернативных сообществ. Бомбинг в представлении и описаниях самих графферов ассоциируется с героикой опасного предприятия, рискованной вылазки, дерзкого броска (ср. субкультурный термин *прыгнуть* – совершить молниеносную бомбёжку), и рассказы-отчеты о наиболее дерзких акциях, публикуемые на сайтах граффитистов, зачастую иронически стилизованы и исполнены романтики авантюриности:

«Заговор и орудие подготовили за неделю. Собира-

лось 4 Killera (граффера-профессионала). Вышли на охоту поздним вечером. Сначала нужно было найти класный Train. Скрип ботинок по снегу, железнодорожные шпалы под ногами и жадные взгляды по сторонам. Разведка затянулась – топать пришлось около 15 км»;

«Ночь. Темно. Девять человек все в чёрном, повязывая баллонами в рюкзаках, цепляясь за колючую проволоку и шпалы, идут по железной дороге. Они оглядываются и прислушиваются к каждому шороху. “Кто это?” – спросите вы. “Самые крутые экстремалы среди граффитчиков!” – ответим мы»;

«Много лет назад прошло с того дня, когда первый бомбер вышел на поезда. Солнечная галактика, голубая планета Земля, январь 2001 года, отстойник поездов. Человекообразные существа продвигаются вдоль поезда. Цель – холодильники, оружие – cans (баллоны), средство передвижения – быстрые ноги. Сами себя они называют бомберы»;

«Бомбинг протекал в обычном режиме. Звук шипящих канов, слово шухер, отсидка под поездом. Результаты вы можете увидеть. Сейчас опять был простой пассажирский поезд, но наша наглость растёт. Что будет следующим? Посмотрим...» (<http://afcrew.narod.ru/noch.html>).

Поскольку для убежденных бомберов принципиально позиционировать себя как «безбашенных вандалов», поэтому в публичных текстах всячески подчеркивается девиантность повседневного поведения команды и всех ее членов. Показательными в этом плане являются не только отчеты об «экстремальных» «бомбежках», но и рассказы о коллективных пьянках и т. п. похождениях, иногда конструирующие ключевые моменты истории команды. Приведем два таких текста:

«Вчера у ДЕДа был мальчишник, и мы, напившись вдрызг, бегали с баллонами по улицам ... из того, что помню, так это подъезд в густом тумане испаряющейся краски и маленькая лампочка под потолком, пытающаяся пролить свет на наши злодеяния» (<http://home.ural.ru/~tndr/news.htm>);

«Так все-таки, как же образовалось Slam Power Crew? Дело было так: как-то раз (1 декабря 1998), кося уроки в школе, решили мы пойти в Южноприморский парк и попить пивка (мы – это я (Slammer) и Teen). Попив пива и сломав, как всегда, пару лавочек в парке, обматерив старых бабушек, мы завели базар о минусах, текстах, идеях нарисовать что-нибудь типа граффити на стенах. И подумали: “Как же будет называться наша команда?» (<http://sprayzup.boom.ru/crews.htm>).

Другая сторона субкультурной идеологии и деятельности практики – так называемый *райтинг*, рисование граффити в специально отведенных для этого, официально разр-

шенных местах, исполнение рекламных и оформительских заказов. Легальная деятельность (*легал*) противопоставлена бомбингу: она требует большего художественного мастерства, долгого времени работы, выполняется в спокойной обстановке, на больших по площади плоскостях, с неограниченными техническими возможностями.

Райтеры, как правило, достаточно законопослушны и лояльны к власти (персонифицированной и в их случае фигурой милиционера), так как для них угроза быть «повязанными» не обязательное условие профессиональной деятельности, как для бомберов, а, наоборот, досадная помеха в серьезной творческой работе. Поэтому, если не представляется возможности рисовать в разрешенном месте, райтеры избирают для создания своих *pieces* укромные дворы, окраинные гаражи и т. п. Разумеется, именно графферы, тяготеющие к райтингу, участвуют в конкурсах и фестивалях граффити, все чаще и охотнее проводимых муниципальными властями, общественными организациями, домами творчества юных, коммерческими фирмами и т. п. официальными учреждениями. Победа и даже простое участие в таких мероприятиях дают райтерам возможность лишней раз порисовать в хороших условиях, повисить престиж и известность команды («засветиться») как среди своих, так и перед организаторами конкурса и, возможно, впоследствии получить денежный заказ. Приведем фрагмент повествования одной из барнаульских команд об этапах своего карьерного продвижения как райтеров:

«Прошло немного времени, и наметился первый городской фестиваль граффити г. Барнаула. “Молодые журналисты Алтая”, Комитет по делам молодежи, а также краевая газета “Молодежь Алтая” приняли участие в организации фестиваля.

В день Ивана Купалы (07.07.2000) у бетонного забора возле Дворца спорта собралось много народу. У каждого граффитчика была своя цель: кому-то хотелось просто порисовать, кому-то только попробовать свои силы в граффити, кому-то что-нибудь доказать себе или окружающим, ну, а кто-то вообще не понял, зачем он туда пришёл. Так как это был не конкурс, а фестиваль, то победителей не было, но всё равно этот день останется в памяти как первое массовое сражение всех граффитчиков города. Как оказалось впоследствии, скетч велосипедиста (by 5NAKY) потом непонятным образом оказался на обложке аудиокассеты бездарного сборника рэп-музыки.

Второе сентября того же года проводится масштабный конкурс, в котором принимают участие 10 команд. Плохое место проведения (около Меланжевого парка), отсутствие му-

зыкального сопровождения и остатки луж вокруг немного портят общую картину, но всё же это был праздник, и удачная работа длиной метров в 10 поднимала настроение. Все по достоинству заценили творение, и в итоге: команда **2Spray** – 1 место. Диплом, приз и вся хрень... Команда **2S** становится более известной в райтерских кругах» (<http://www.mterra.ru/underground/graffiti/guest/index.shtml>).

Коммерческий заказ на граффити приносит доход и известность, баллончики с краской – основная «валюта» для графферов – в необходимом количестве предоставляются заказчиком, и потому практически каждый тинэйджер-бомбер мечтает получить его. Нередко рейтингом занимаются графферы более старшего возраста, имеющие некоторое художественное образование, прошедшие через конкурсы граффити, и в целом этот путь может расцениваться как полноценная карьера.

Статус хороших *райтеров* в сообществе чрезвычайно высок, это своего рода небожители, многие из которых свысока смотрят на бомбящих подростков, что вызывает соответствующую реакцию зависти/отторжения. Тем больший авторитет имеют те немногие команды, которые на высоком уровне совмещают в своей деятельности обе практики, экстремальную и легальную. «Ну, есть люди, которым там за 20, некоторые тоже – например, Fat Caps команда, они вот, как называют, “гангстеры”. Ну, то есть они тоже пробитые, они как, там, анашу курят, действительно обкуриваются, чтобы совсем голова ехала, и тоже, там, тагают, значит. Могут кого-нибудь избить просто, там, в электричке, там, кто-нибудь восстанет, у них, там, как стволы есть. То есть их “гангстеры” называют, они уже совсем как пробитые, знает весь город. Fat Caps – типа это сила. Только две команды – Fat Caps (и WF – В.Г., Е.К., М.Л.) – они легально рисуют. То есть они и бомбят, и рисуют» (запись, М, 17).

Строго говоря, не многие граффитисты считают себя чистыми бомберами или чистыми райтерами. Бомбинг и рейтинг составляют как бы два равноценных и равно необходимых полюса субкультуры. Философия рейтинга в целом сводится к двум идеям: украшения («оживления») окружающего пространства и творческого самовыражения. Установка на оттачивание мастерства, выработку собственного стиля, поиск новых форм сближает рейтинг с привычными стереотипными характеристиками профессионального искусства, и когда граффитчики говорят о своем субкультурном кредо, в ход идут такие далеко не андеграундные клише, как «выплеснуть идеи», «вложить душу», «совершенство в мире» и т. п. С другой стороны, райтеры, вообще более склонные к рефлексии и теорети-

зированию, отдают себе отчет в том, что ангажированность их деятельности смертоносна для граффити как неформального направления и что только бомбинг с его девиантностью и принципиальной нелегитимностью может удержать движение на субкультурном плаву.

В подтверждение сказанного приведем, на наш взгляд, чрезвычайно содержательный и показательный фрагмент из интервью с пятью петербургскими графферами «либерального» толка (возраст – 16–17 лет) из команды NE (New Energy), которым и завершим свой очерк данной субкультуры.

«– И обычно более известные – это те, кто бомбят. Поэтому что они, так сказать, в безбашенных местах везде тэгают.

– То есть вы едете в метро и вы везде видите их имя, оно сразу вам на мозги давит.

– Они, там, типа того, что не боятся. Ну, как, не то что не боятся, как бы, ну, в общем, вандализм. Вот. И поэтому они больше известны, а райтеры – они... Вот мы больше в сторону райтеров.

– Нам важно качество.

– Качество работы, то есть качество своего совершенства в мире.

– Вложить душу в это всё, чтобы кому-то нравилось, а не просто бабушка вышла: “Господи, что это?”

– Да, вот не вандализм, чтобы ни машины, ни метро не бомбить, а вот чисто именно идеи эти выплескивать на стену. <...>

– Если кто-то хочет адреналинчика, немного острых ощущений, он идёт и бомбит.

– Молодёжь.

– Как бы бомбинг – это неотъемлемая часть, я считаю.

– Ну, да, это актуальное состояние культуры.

– Любая работа превращается в коммерцию.

– Да-да-да.

– Это нельзя, чтобы чистый легал был, тогда бы это неинтересно было бы. Я говорю, это как у всех видов искусства – есть легальная сторона, а есть нелегальная. Так и в граффити. Так что постоянно будет бомбинг, вот, и вандализм. <...>

– Нет, или допустим вот, рейтинг – это же как бы, на это достаточно большая сумма нужна, чтобы купить себе краску. И вот на рейтинг – туда не пойдёт именно плохая краска, нужна только хорошая.

– Она очень дорогая в России.

– Которая не будет, так сказать, ну, течь, там всякие как бы изьяны. Как бы и для рейтинга нужно большое количество бабок. А тот же бомбинг – купил там два баллона...

– Чёрный и белый, самая дешёвая краска, и иди, сколько тебе надо, бомби.

– Ну, как бы лозунгом у вандалов считается “Долой инкубаторский транспорт, да здравствуют разные цвета!” Вот такая вот, такая вещь».

### Примечания

<sup>1</sup> Вопреки кодифицированной акцентологической норме, сами члены сообщества произносят это слово с ударением на первый слог.

<sup>2</sup> Используемое нами здесь и далее обозначения «графферы» (также «граффитисты», «графитчики») известно в подростково-молодежной среде, однако внутри самого сообщества используется редко и преимущественно в текстах и заголовках Интернет-сайтов, то есть в сообщениях, адресованных широкой внешней аудитории. В устном повседневном общении между собой граффитисты избегают употреблять слово «граффер» в качестве самоназвания, придавая ему тем самым статус экзонима, использование которого маркирует субкультурную чуждость говорящего, его непринадлежность к кругу посвященных: «Галимо звучит: “графферы”. Графферы, граффитчики – мало кто, ну, то есть слово такое неинтересное, то есть когда начинают: “Ой, видел граффити”. Думаешь: ну, пацан сразу не врубается, чё он говорит: “Видел граффити”. Такого даже слова нет... А вот он идёт, там, “рисунок” – вот, видно, там, что чувак действительно понимает. А когда говорит: “Видел граффити”, там, и: “Видел граффитчика” – то уже видно, что это просто пацан ниоткуда» (запись, М, 17; здесь и далее при цитировании материалов интервью (аудиозаписи) указывается пол и возраст информанта, при цитировании сетевых публикаций – адрес сайта).

<sup>3</sup> Ср. необычайную продуктивность данной модели в современной культуре: в названиях фирм (LG, TDK), музыкальных групп (Би2, СТДК, ), клубов (Б2), сортов продуктов и фирменных блюд (J7, B52), а также хулиганских и скинхедских команд и т. д.

<sup>4</sup> Маркер может быть заменен специальным многоцветным приспособлением (мазилкой). Один из способов изготовления: в баллончик из-под обувного крема заливается краска, а сверху прикрепляется кусочек поролона. «Люди из всего делают, некоторые даже из коробки “Тик-така” умудряются сделать» (запись, М, 16).