



**Информация для цитирования:**

Алимурадов О. А. Функциональный потенциал поликодового текста в городском пространстве : лингвосемиотический аспект / О. А. Алимурадов, М. А. Горбунова // Научный диалог. — 2023. — Т. 12. — № 10. — С. 142—165. — DOI: 10.24224/2227-1295-2023-12-10-142-165.

Alimuradov, O. A., Gorbunova, M. A. (2023). Functional Potential of Multilingual Text in Urban Space: a Linguistic-Semiotic Perspective. *Nauchnyi dialog*, 12 (10): 142-165. DOI: 10.24224/2227-1295-2023-12-10-142-165. (In Russ.).



Журнал включен в Перечень ВАК

DOI: 10.24224/2227-1295-2023-12-10-142-165

**Функциональный  
потенциал  
поликодового текста  
в городском пространстве:  
лингвосемиотический  
аспект**

**Алимурадов Олег Алимурадович**  
orcid.org/0000-0002-8686-8374  
доктор филологических наук, доцент,  
кафедра западноевропейских  
языков и культур  
alimuole@mail.ru

**Горбунова Мирослава Александровна**  
orcid.org/0000-0002-6963-0030  
кандидат политических наук, кафедра  
профессионально-ориентированного  
английского языка  
gorbunova-ma@pgu.ru

Пятигорский  
государственный университет  
(Пятигорск, Россия)

**Functional Potential  
of Multilingual Text  
in Urban Space:  
a Linguistic-Semiotic  
Perspective**

**Oleg A. Alimuradov**  
orcid.org/0000-0002-8686-8374  
Doctor of Philology, Associate Professor,  
Department of Western European  
Languages and Cultures  
alimuole@mail.ru

**Miroslava A. Gorbunova**  
orcid.org/0000-0002-6963-0030  
PhD in Political Science,  
Department of English  
for Specific Purposes  
gorbunova-ma@pgu.ru

Pyatigorsk State University  
(Pyatigorsk, Russia)

## ОРИГИНАЛЬНЫЕ СТАТЬИ

**Аннотация:**

Проведен анализ функционального потенциала поликодовых текстов в рамках городского пространства. В качестве материала послужили поликодовые тексты — картотека фотографий граффити-объектов общим объемом 1590 единиц, найденных в четырех городах Юга России: Нальчике, Новороссийской агломерации (г. Новороссийск и г. Мысхако), Пятигорске и Ростове-на-Дону. Используются метод сплошной выборки поликодовых текстов, метод контент-анализа их вербальных элементов, метод семиотического анализа их графических элементов, сравнительный метод, сопоставительный метод, а также методики количественной обработки данных. Феномен граффити анализируется с лингвистических и лингвесемиотических позиций. Проводится различие между граффити и стрит-артом. Подсчитывается количество граффити в разных городах. Авторы описывают онтологию граффити в городской среде через ряд важных для понимания этого явления дихотомий: заметность / незаметность; перформанс / риск / искусство; санкционированность / несанкционированность. Подробно изучаются функции граффити, такие как: интегрирующе-идентифицирующая функция, функция самопрезентации, протестная функция, субверсивная функция, рекламная / пропагандистская функция. Сделан вывод о значительном функциональном потенциале поликодового текста, представленного в виде граффити в рамках городского пространства.

**Ключевые слова:**

поликодовый текст; лингвесемиотика; городское пространство; граффити; стрит-арт.

## ORIGINAL ARTICLES

**Abstract:**

This article analyzes the functional potential of multilingual texts within urban spaces from a linguistic-semiotic perspective. The study uses a sample of 1590 multilingual texts, consisting of photographs of graffiti objects found in four cities in Southern Russia: Nalchik, the Novorossiysk agglomeration (Novorossiysk and Myskhako), Pyatigorsk, and Rostov-on-Don. The methods used include continuous sampling of multilingual texts, content analysis of their verbal elements, semiotic analysis of their graphic elements, comparative and contrastive methods, and quantitative data processing techniques. The phenomenon of graffiti is analyzed from linguistic and linguo-semiotic perspectives, with a distinction made between graffiti and street art. The authors describe the ontology of graffiti in the urban environment through a series of important dichotomies: visibility / invisibility, performance / risk / art, and sanction/unsanction. The functions of graffiti are also examined in detail, including their integrative-identifying function, self-presentation function, protest function, subversive function, and advertising / propaganda function. The study concludes that multilingual texts, represented in the form of graffiti within urban spaces, have significant functional potential.

**Key words:**

multilingual text; linguistic-semiotic perspective; urban space; graffiti; street art.



УДК 811.161.1'42:316.334.56

Научная специальность ВАК  
5.9.5. Русский язык. Языки народов России  
5.9.8. Теоретическая, прикладная и  
сравнительно-сопоставительная лингвистика

## Функциональный потенциал поликодового текста в городском пространстве: лингвосемиотический аспект

© Алимуратов О. А., Горбунова М. А., 2023

### 1. Введение = Introduction

Настоящая статья посвящена анализу некоторых онтологических и функциональных характеристик граффити как поликодового текста, выступающего важнейшим элементом, индивидуализирующим фрагменты привычного и потому зачастую безликого городского пространства и параллельно преобразующим локацию, в которых нанесены граффити, в коллективное достояние.

Эту закономерность впервые подметил Ж. Бодрийяр в классическом исследовании роли граффити в эротизации облика города: «... через них та или иная улица, стена, квартал обретают жизнь, вновь становятся коллективной территорией» [Бодрийяр, 2000, с. 161], а город становится как бы единым телом, покрытым в некоторых местах граффити, словно татуировками. Как семиотически неоднородный компонент, входящий в структуру «текста города», граффити наследует три важнейшие характеристики, присущие городскому тексту в целом и описанные Ю. М. Лотманом, А. М. Пятигорским и В. Н. Топоровым. Это *выраженность* (то есть зафиксированность в той или иной материальной знаковой форме), *отграниченность* от любых знаковых последовательностей, не входящих в состав граффити, и *структурность* (то есть наличие определенной внутренней организации) [Лотман, 1984; Пятигорский, 1962; Топоров, 1984].

Одной из важнейших черт текста как системы (в поликодовом граффити-тексте эта закономерность проступает еще более рельефно) является то, что в нем на стадии продуцирования всегда отсутствует полная экспликация всех элементов, необходимых для интерпретации; никогда полностью не конкретизировано то, каким образом взаимосвязаны семиотически гетерогенные текстовые элементы [Kress et al., 2001].

### 2. Материал, методы, обзор = Material, Methods, Review

Исследование онтологии и функций граффити в рамках городского пространства предполагает использование метода сплошной выборки,

в результате использования которого осуществлен отбор эмпирического материала — составлена картотека фотографий граффити-объектов общим объемом 1590 единиц, обнаруженных в четырех городах Юга России — Нальчике, Новороссийской агломерации (г. Новороссийск и г. Мысхако), Пятигорске и Ростове-на-Дону — в период с ноября 2022 года по март 2023 года. Данная картотека была бы значительно беднее, если бы не активная помощь студентов магистратуры Пятигорского государственного университета и студентов бакалавриата Новороссийского филиала ФГБОУ ВО «ПГУ».

Для обработки эмпирического материала использовались методы контент-анализа, метод семиотического анализа графических элементов поликодового текста граффити, сравнительный метод, сопоставительный метод, а также методики количественной обработки данных.

### 3. Результаты и обсуждение = Results and Discussion

Прежде чем перейти к анализу эмпирического материала, остановимся на некоторых теоретических вопросах, имеющих прямое отношение к тому, как можно определить феномен граффити.

Серьезная теоретическая проблема, актуальная в рамках лингвосомиотической характеристики нашего явления, связана с соотношением понятий «граффити» и «стрит-арт» (уличное искусство). А. Ю. Заславская подчеркивает, что «понятие “уличное искусство” включает в себя разные виды деятельности: это перформанс (уличные представления), граффити, 3D-граффити и новейшее направление — видео-мэппинг (проецирование динамичных изображений на фасады зданий)» [Заславская и др., 2012, с. 11]. Соответственно, есть определенная логика в том, чтобы признать граффити разновидностью стрит-арта, представляющего собой, очевидно, феномен более широкий и разноплановый.

Сложнее всего разграничить с теоретической точки зрения граффити и визуальный стрит-арт. Существуют четыре основных параметра, согласно которым можно попытаться дефинировать и исследовать два эти явления: 1) легальность / нелегальность, то есть санкционированность / несанкционированность, 2) содержательная структура / глубина и художественная ценность, 3) личность автора и, наконец, 4) локация, в которой располагается объект граффити [Ross, 2016, p. 2].

В работах последних лет как теоретики, так и практики стрит-арта все чаще утверждают, что провести четкую демаркационную линию между уличным искусством и граффити невозможно и непродуктивно: «Как в общественном, так и в медийном представлении граффити и уличное искусство устойчиво соотносятся с набором бинарных оппозиций, которые ско-

рее сужают, чем расширяют наше понимание этих сложных форм (перевод наш. — О. А., М. Г.)» [Schacter, 2016, p. 141].

Граффити перетекает в стрит-арт, и история современных граффити XX—XXI веков, работы выдающихся авторов — от Katsu и Momo до Бэнкси и Калеба Нилона — убедительно подтверждают этот тезис [Schacter, 2013] (рис. 1). Граффити не внеположены уличному искусству, их корректнее рассматривать как одну из форм творческого самовыражения представителей стрит-арта.



Рис. 1. Граффити как разновидность стрит-арта [Schacter, 2013, p. 52].

Столь же малопродуктивной для лингвосомиотического анализа граффити (хотя и не совсем беспочвенной) нам представляется дискуссия о том, является ли граффити проявлением вандализма или же формой искусства; см., например, [Пенетова, 2016] и многие другие работы на эту тему. Если принять, что граффити есть форма коммуникации (а именно из этого посыла мы исходим в настоящей статье), то совершенно очевидной становится параллель между граффити и более привычными нам форматами коммуникативного взаимодействия, в которых предсказуемо варьируется уровень креативности самовыражения участников коммуникации. Так же обстоит дело и с граффити: не все райтеры (создатели граффити-объектов) одинаково креативны, не все из них обладают достаточным запасом времени и / или художественным даром для создания полноценного арт-объекта; помимо этого, далеко не всякая локация позволяет создать высокохудожественный арт-объект. Располагающиеся рядом, но, тем не менее, совершенно различные по стилю исполнения, цветовой насыщенности и шрифтовой стилизации авторские подписи (в профессиональном

сообществе создателей граффити такие подписи именуется тэгами — это крайне распространенная разновидность граффити) на приведенной ниже фотографии из г. Новороссийска, на наш взгляд, в достаточной степени иллюстрируют сказанное.



Рис. 2. Граффити-объект на заборе дома в г. Новороссийске

Обращаясь к анализируемому нами эмпирическому материалу, отметим, что в количественном отношении обнаруженные нами граффити географически распределились неравномерно (рис. 3).

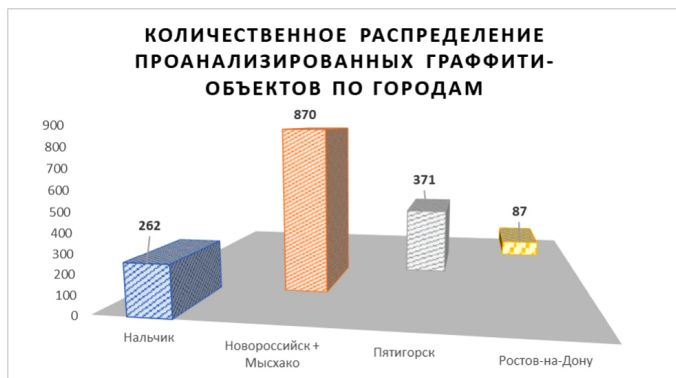


Рис. 3. Количественное распределение проанализированных граффити-объектов по городам

Как видно из рисунка, безоговорочным лидером по количеству граффити-объектов являются г. Новороссийск и его сателлит Мысхако, в то время как в г. Пятигорске подобных объектов обнаружено уже в два раза меньше. Значительное отставание г. Пятигорска и г. Нальчика по количеству граффити, вероятно, можно объяснить позицией городских властей в отношении несанкционированных графических объектов: в обоих городах удалось обнаружить десятки закрашенных или счищенных рисунков. Малое количество граффити-объектов в г. Ростове-на-Дону объясняется тем, что поиск в этом городе начался сравнительно недавно и проводился в течение всего двух недель; безусловно, реальное количество граффити в этом городе намного больше того, что отражено на диаграмме.

Любопытно, что при сопоставлении граффити-объектов по специфике поликодности заметно единообразие по всем четырем исследуемым городским пространствам (рис. 4).

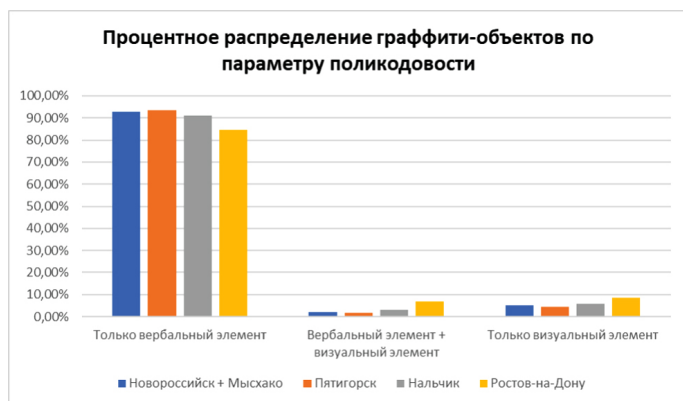


Рис. 4. Процентное соотношение граффити-объектов по параметру поликодности

Интересные данные получаются, если сопоставить граффити-объекты из первых двух категорий (то есть содержащие вербальные элементы) по тому, на каких языках выполнены вербальные элементы (хотя точнее будет поставить вопрос несколько иначе: как соотносятся граффити-объекты, вербальные элементы которых выполнены на кириллице и на латинице?). Количественные данные представлены далее (рис. 5), проанализируем их несколько подробнее.

В контексте шрифтового исполнения вербальные компоненты наших поликодовых текстов могут представлять собой:

1) иноязычный текст на латинице (превалирующими языками в исследуемом нами массиве являются английский, испанский и французский);

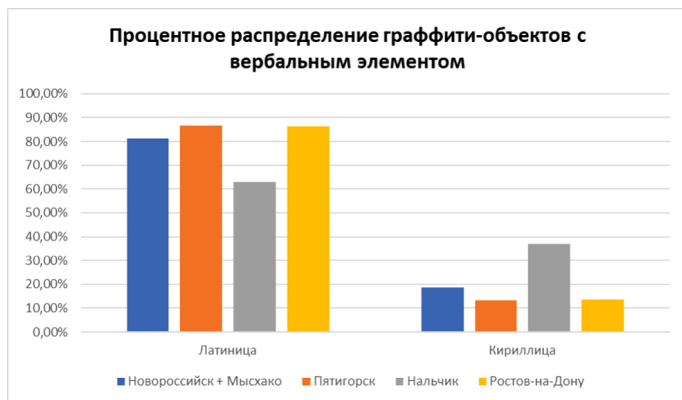


Рис. 5. Процентное распределение граффити-объектов с вербальным элементом

2) русскоязычный текст, оформленный на латинице (как правило, это авторские тэги — русскоязычные имена);

3) русскоязычный текст, написанный кириллицей.

Как показано на рис. 6, граффити в Новороссийской агломерации, в г. Пятигорске и г. Ростове-на-Дону, выполненные на латинице и кириллице, показывают примерно схожее процентное распределение (в среднем 1:4,5 в пользу объектов, выполненных на латинице). Граффити-объекты г. Нальчика являются в этом отношении исключением, так как в их массиве объекты с надписями на латинице также преобладают, но уже в отношении чуть менее чем 1:2 (рис. 6, рис. 7). Два примера таких граффити, оформленных кириллицей, приведены ниже.



Рис. 6. Граффити-объект в г. Нальчике, оформленный на кириллице (визуальный и вербальный компоненты)



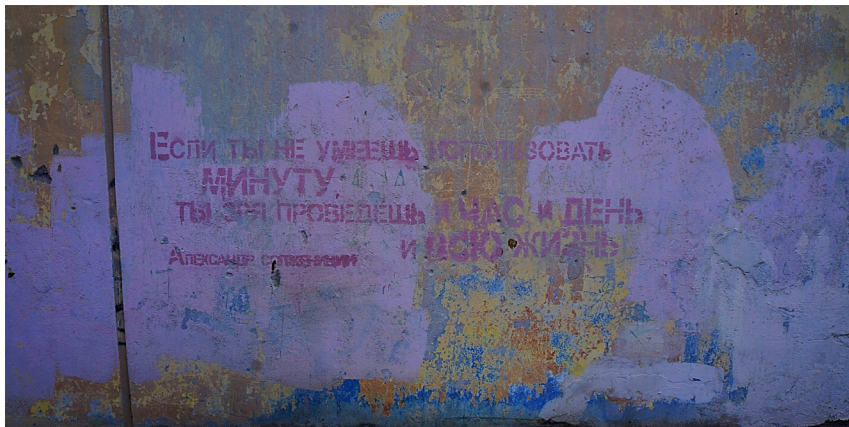


Рис. 7. Граффити-объект в г. Нальчике, оформленный на кириллице (только вербальный компонент)

Могут быть различные объяснения тенденции к превалированию латиницы над кириллицей в анализируемом массиве, а также специфики граффити-объектов г. Нальчика. В рамках настоящей статьи приведем лишь одно объяснение, к которому мы склоняемся, однако оно, безусловно, нуждается в дальнейшей верификации. Граффити как коммуникативное средство, которое, как считается, нарушает каноны комфортной и безопасной городской среды (об этом речь пойдет далее), вероятно, строится таким образом, чтобы заодно нарушить или, как минимум, поколебать устои вербальной коммуникации, основным средством которой в нашей стране является русский язык и, соответственно, кириллический алфавит. Использование латиницы в данном случае — это своеобразный сдвиг от полюса «своего» языка в направлении полюса языка «чужого». Можно предположить, что в городском пространстве Нальчика русский язык играет примерно похожую роль в сравнении с кабардинским и / или карачаево-балкарским языками.

В ходе анализа имеющегося материала мы приходим к выводу о том, что онтологию граффити в городской среде логично и целесообразно описывать через ряд очень важных для понимания этого явления дихотомий.

### 3.1. Заметность / незаметность

Дж. Феррелл — пожалуй, один из самых авторитетных зарубежных исследователей граффити — подчеркивает, что, с одной стороны, граффити и уличное искусство относятся к наиболее заметным формам современной городской культуры. Вместе с тем райтеры зачастую выбирают очень укромные места для создания граффити-объектов, чтобы они были

доступны лишь избранной и потому понимающей аудитории, а также для того, чтобы продлить жизнь своих произведений, максимально скрыв их от глаз городских властей [Ferrell, 2016, р. XXXII]. Обратим внимание на очень высокую плотность граффити на стенах заброшенного строения на окраине г. Пятигорска.



Рис. 8. Граффити-объект на стене заброшенного здания в г. Пятигорске

Здесь же уместен и вопрос о том, важна ли для граффити контекстуальность, то есть место того или иного образа в пространстве города? По всей видимости, ответ на этот вопрос будет разным в зависимости от того, какой именно тип поликодового текста представляет собой граффити. Для разновидностей «визуальный элемент» и «вербальный элемент + визуальный элемент» контекстуальность важна: здесь значимыми параметрами выступают высота расположения, протяженность поверхности граффити, доступность локации для городских обитателей. Следующий поликодовый объект, приведенный на рис. 9, обнаруженный в г. Ростове-на-Дону и имеющий структуру «вербальный элемент + визуальный элемент», располагается на высоте более 3 м над землей на стене ранее снесенного жилого строения. Расположение именно на такой значительной высоте, на наш взгляд, оптимально для целостного восприятия этого граффити, учитывая его размеры  $2,5 \times 1,5$  м.



Рис. 9. Граффити-объект в г. Ростове-на-Дону, оформленный на латинице (визуальный и вербальный компоненты, испанский язык)

В контексте лингвосемиотической характеристики граффити важно понимать, что при всей доступности объектов такого рода для обозрения, при всей их заметности, глубинные смыслы, интертекстуальные проекции, эмоциональные коннотации, закладываемые в них авторами, зачастую совершенно непонятны неподготовленной аудитории, какой бы широкой она ни была. Ср. несколько поликодовых объектов на следующих рисунках (все из г. Новороссийска), включающие отсылки, понятные лишь представителям определенного сообщества, объединенным любовью к компьютерным играм.



Рис. 10. Граффити-объект на набережной г. Новороссийска с отсылкой к персонажу игры Dota 2

В данном случае прецедентное имя *Pudge* в вербальной части граффити-объекта отсылает к Пуджу, персонажу игры Dota 2 — хищнику и пожирателю плоти, носящему это имя. Та же отсылка содержится и в следующем объекте, в котором интертекстуальная проекция в вербальной части усилена визуальной деталью — головным убором, который носит Пудж в Dota 2.



Рис. 11. Граффити-объект на набережной г. Новороссийска

Следующее изображение также явно несет достаточно серьезную смысловую нагрузку, тем не менее выявление этой нагрузки сопряжено с весьма серьезными затруднениями ввиду высокой сложности невербальных объектов и проблем с интерпретацией графем, располагающихся между изобразительными элементами (установлена принадлежность этих графем к кодировке Unicode, однако смысловая нагрузка данных элементов, равно как и их связь с изобразительными компонентами, остаются пока неясны).



Рис. 12. Граффити-объект на заборе дома в г. Новороссийске

### 3.2. Перформанс / риск / искусство

Создание граффити-объектов — это своего рода «балансирование на грани» (*edgework*) [Lyng, 1990], симбиоз мастерства и рисков, связанных с работой в опасных локациях. «Уличным художникам и граффити-райтерам сочетание хорошо развитых навыков позволяет добиваться успеха в рискованных ситуациях, в то время как такие ситуации, в свою очередь, далее оттачивают эти навыки (перевод наш. — *О. А., М. Г.*)» [Ferrell, 2016, р. XXXIII]. Таким образом, и перформанс, и арт-объект становятся уникальными продуктами тех рискованных ситуаций, в которых они создаются. Показательно, что эти ситуации создания граффити — это те самые риски, на элиминирование которых направлена концепция безопасного города.

### 3.3. Санкционированность / несанкционированность

Параметры данной дихотомии не могут актуализироваться совместно, в отличие от двух предыдущих случаев.



Рис. 13. Граффити-объект в г. Новороссийске, санкционированный городскими властями

На рис. 13 приведен именно санкционированный городскими властями граффити-объект, выполняющий типичную для такого рода произведений мемориальную функцию.

Переходя к функциям граффити в городском пространстве, важно понимать, что граффити не формируют самостоятельной субкультуры; см. анализ научных воззрений на этот счет в [Lachmann, 1988]. Мы рассматриваем граффити как *форму самопрезентации представителей самых разных субкультур*. Вместе с тем, для того чтобы создавать граффити,



— **функция самопрезентации** напрямую вытекает из предыдущей и реализуется либо через *тэггинг* (подпись собственной работы или просто нанесение «автографа» на любую пригодную поверхность — см. рис. 15), либо раскрывается в двух следующих, более частных, функциях;



Рис. 15. Граффити-объект в г. Новороссийске, выполняющий функцию самопрезентации



Рис. 16. Граффити-объект на стене здания в г. Новороссийске, выполняющий функцию самопрезентации



Безусловно, самопрезентация через граффити осуществляется не только при помощи тэггинга. На следующем изображении (г. Нальчик) представлено целое досье: автор перечисляет композиции групп «Кино», «Король и шут», «Валентин Стрыкало», исполнителя MiyaGi, которые его, по всей видимости, не оставили равнодушным, изображает явно знакомых ему Темку и девушку Сашу, а также человека, обозначенного как «офник», который, вероятно, представляет некую опасность или вызывает у автора неоднозначные эмоции. Помимо тэгов, вербальная составляющая этого объекта включает и фразу «*The game is over*», смысл которой довольно туманен.



Рис. 17. Граффити-объект на стене здания в г. Нальчике, выполняющий функцию самопрезентации

То, как реализуется функция самопрезентации в граффити, выводит на более общую оппозицию, характеризующую место личности в городской среде: противостояние анонимности и стремление к индивидуализации.

— **протестная функция**, которую очень тонко подчеркивал еще Ж. Бодрийяр, называя граффити «стихийной борьбой» и «радикальным бунтарством» [Бодрийяр, 2000, с. 159], которые могут сводиться либо

к *открытому* и зачастую не совсем цензурному выражению несогласия, презрения и категорического неприятия норм, мнений или доктрин, либо к *имплицированию* такого отношения.

Последнее проявляется через 1) *бомбинг* (нанесение изображений на движущиеся поверхности — вагоны поездов, боковые поверхности автобусов, троллейбусов или трамваев — или на поверхности, расположенные в опасных для художника локациях — опоры мостов, высокие балконы, охраняемые локации) или 2) *тэггинг санкционированных граффити*, особенно если они посвящены событиям, имеющим или имевшим политическую, религиозную или иную значимость (рис. 13 — г. Новороссийск). Подобное наложение граффити друг на друга — это своеобразный *диалог*, который в большинстве встретившихся нам случаев имеет место между санкционированными и несанкционированными (неразрешенными) объектами граффити и — косвенно — между их авторами (рис. 18 — г. Новороссийск);



Рис. 18. Трехслойный граффити-объект в г. Новороссийске

На рис. 18 мы наблюдаем три слоя граффити, самый нижний из которых явно представляет собой санкционированное и достаточно нейтральное по содержанию изображение спального городского района, поверх ко-

торого нанесен несанкционированный тэг, и оба объекта перекрываются третьим — также, скорее всего, несанкционированным — слоем, который представляет собой изображение недоброго лица, форма и цвет которого отсылают к маске убийцы из франшизы «Пила».

Диалог между авторами граффити-объектов может выражаться и эксплицитно — в форме пожеланий или констатации того, что, по мнению райтера, является фактом (рис. 19 — г. Пятигорск).



Рис. 19. «Диалогический» граффити-объект в заброшенном здании в г. Пятигорске

Доля объектов, вступающих в «диалогические» отношения, составляет 10,5 % в проанализированном массиве граффити.

— **субверсивная функция**, реализующаяся через пародийность, намеренное искажение известных рекламных плакатов, слоганов, политических лозунгов; все это имеет конечной целью либо создание юмористического эффекта, либо выражение откровенной неприязни к рекламируемому продукту или политической повестке через едкую сатиру (рис. 20);

— **рекламная / пропагандистская функция**, реализующаяся преимущественно через санкционированные (одобренные городскими властями) граффити (рис. 21).



Рис. 20. Граффити-объект с субверсивной функцией [Schacter, 2013, p. 38].



Рис. 21. Граффити-объект с пропагандистской функцией на здании в г. Новороссийске



Рис. 22. Граффити-объект с рекламной функцией в г. Новороссийске

В рекламе граффити стали использовать совсем недавно — с 2000-х годов, и первые попытки не были по достоинству оценены местными властями, был наложен штраф. Арт-реклама нацелена на поддержание имиджа компании, создание эстетического удовольствия у реципиента, а также преобразование непривлекательных городских объектов. Рекламное граффити может становиться вирусным, если в связи с его необычностью им в виде фото массово делятся в социальных сетях. Кроме того, присутствует скрытая граффити-реклама, при котором роспись объектов выполняется в фирменном стиле заказчика с использованием определенных цветов, элементов, аллюзий, при этом без указания какой-либо коммерческой информации. Граффити-реклама создает положительный имидж компании,

отличается креативностью и широкоформатностью, она невольно привлекает и концентрирует на себе внимание аудитории, так как оживляет серый городской пейзаж.

#### 4. Заключение = Conclusions

Таким образом, проанализировав поликодовые тексты, представленные в форме граффити-объектов в рамках городского пространства, мы приходим к выводу о значительном функциональном потенциале данного типа поликодового текста. Нами устанавливается корреляция между понятиями граффити и стрит-арт как между видовым и родовым понятиями, то есть граффити-объекты являются разновидностью стрит-арта, но не каждый объект стрит-арт представляет собой граффити.

В ходе работы было подсчитано количество проанализированных граффити-объектов по разным городам Юга России — в Новороссийской агломерации (г. Новороссийск и г. Мысхако) (870 единиц), Пятигорске (371 единица), Нальчике (262 единицы) и Ростове-на-Дону (87+ единиц). Подчеркивается популярность использования граффити в г. Новороссийске и г. Мысхако. В плане процентного соотношения граффити-объектов по параметру поликодовости определено преобладание данных объектов с только вербальным элементом во всех четырех рассматриваемых городах. В рамках вербального элемента обозначено преимущественное использование латиницы по сравнению с кириллицей.

Онтология граффити в городской среде описывается через ряд важных для понимания этого явления дихотомий, таких как: заметность / незаметность; перформанс / риск / искусство; санкционированность / несанкционированность. В рамках исследования выделены и подробно изучены функции граффити-объектов: интегрирующе-идентифицирующая функция (в рамках данной функции автор граффити-объекта заявляет о себе как об индивидууме и интегрируется в определенную субкультуру или профессиональное сообщество), функция самопрезентации (вытекает из предыдущей и реализуется через тэггинг, то есть подпись собственной работы), протестная функция (реализуется через бомбинг, то есть нанесение изображений на движущиеся поверхности или на поверхности, расположенные в опасных для художника локациях, а также тэггинг санкционированных граффити), субверсивная функция (подразумевает пародийность, намеренное искажение известных рекламных плакатов, слоганов, политических лозунгов с юмористической / сатирической целью, выражения неприязни к чему-либо), рекламная / пропагандистская функция (функции рекламирования товара или услуги, пропаганды какой-либо идеи, реализуется через санкционированные граффити-объекты).



В перспективе исследования входит дальнейшее изучение поликодовых текстов, представленных в виде граффити в рамках городского пространства, с позиций соотношения лингвистической и графической частей, выделения фигуры и фона, подключение материала из других регионов и стран.

<b>Заявленный вклад авторов:</b> все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.	<b>Contribution of the authors:</b> the authors contributed equally to this article.
<b>Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.</b>	<b>The authors declare no conflicts of interests.</b>

### Литература

1. *Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть / Ж. Бодрийяр ; пер. с франц. — Москва : Добросвет, 2000. — 389 с. — ISBN 5-7913-0047-6.
2. *Заславская А. Ю.* «Стрит-арт» или искусство уличных интервенций / А. Ю. Заславская, М. М. Серова // Вестник СГАСУ. Серия: Градостроительство и архитектура. — 2012. — № 1. — С. 11—16.
3. *Лотман Ю. М.* Символика Петербурга и проблемы семиотики города / Ю. М. Лотман // Труды по знаковым системам. — Тарту : Тартуский государственный университет, 1984. — Выпуск 18. — С. 30—45.
4. *Пенетова Е. В.* Граффити как феномен городской культуры. Искусство или вандализм? / Е. В. Пенетова // Вестник Прикамского социального института. — 2016. — № 2 (74). — С. 89—92.
5. *Пятигорский А. М.* Материалы по истории индийской философии / А. М. Пятигорский. — Москва : Издательство восточной литературы, 1962. — 255 с.
6. *Топоров В. Н.* Петербург и «Петербургский текст русской литературы» / В. Н. Топоров // Труды по знаковым системам. — Тарту : Тартуский государственный университет, 1984. — Выпуск 18. — С. 4—29.
7. *Ferrell J.* Graffiti, Street Art and the Politics of Complexity / J. Ferrell // Routledge Handbook of Graffiti and Street Art / Edited by J. Ian Ross. — New York : Routledge, 2016. — Pp. XXX—XXXIX.
8. *Kress G.* Multimodal Discourse : The Modes and Media of Contemporary Communication / G. Kress, Th. van Leeuwen. — London : Arnold, member of the Hodder Headline Group, 2001. — 142 p. — ISBN 0340662921, 9780340662922.
9. *Lachmann R.* Graffiti as Career and Ideology / R. Lachmann // American Journal of Sociology. — 1988. — № 94 (2). — Pp. 229—250.
10. *Lyng S.* Edgework / S. Lyng // American Journal of Sociology. — 1990. — № 95 (4). — Pp. 851—886.
11. *Ross J. I.* Sorting It All Out / J. I. Ross // Routledge Handbook of Graffiti and Street Art / Edited by J. Ian Ross. — New York : Routledge, 2016. — Pp. 1—10.
12. *Schacter R.* Graffiti and Street Art as Ornament / R. Schacter // Routledge Handbook of Graffiti and Street Art / Edited by J. Ian Ross. — New York : Routledge, 2016. — Pp. 141—157.
13. *Schacter R.* The World Atlas of Street Art and Graffiti / R. Schacter ; Foreword by Ch. Johnston. — Sydney : NewSouth Publishing ; University of New South Wales Press Ltd., 2013. — 399 p. — ISBN 1742246532, 9781742246536.



Статья поступила в редакцию 31.10.2023,  
одобрена после рецензирования 02.12.2023,  
подготовлена к публикации 20.12.2023.

## References

- Baudrillard, J. (2000). *Symbolic exchange and death*. Moscow: Dobrosvet. 389 p. ISBN 5-7913-0047-6. (In Russ.).
- Ferrell, J. (2016). Graffiti, Street Art and the Politics of Complexity. In: *Routledge Handbook of Graffiti and Street Art*. New York: Routledge. XXX—XXXIX.
- Kress, G., Van Leeuwen, Th. (2001). *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. London: Arnold, member of the Hodder Headline Group. 142 p. ISBN 0340662921, 9780340662922.
- Lachmann, R. (1988). Graffiti as Career and Ideology. *American Journal of Sociology*, 94 (2): 229—250.
- Lotman, Yu. M. (1984). Symbolism of St. Petersburg and problems of semiotics of the city. In: *Proceedings on sign systems*, 18. Tartu: Tartu State University. 30—45. (In Russ.).
- Lyng, S. (1990). Edgework. *American Journal of Sociology*, 95 (4): 851—886.
- Penetova, E. V. (2016). Graffiti as a phenomenon of urban culture. Art or vandalism? *Bulletin of the Prikamsky Social Institute*, 2 (74): 89—92. (In Russ.).
- Pyatigorsky, A. M. (1962). *Materials on the history of Indian philosophy*. Moscow: Publishing House of Oriental Literature. 255 p. (In Russ.).
- Ross, J. I. (2016). Sorting It All Out. In: *Routledge Handbook of Graffiti and Street Art*. New York: Routledge. 1—10.
- Schacter, R. (2016). Graffiti and Street Art as Ornament. In: *Routledge Handbook of Graffiti and Street Art*. New York: Routledge. 141—157.
- Schacter, R. (2013). *The World Atlas of Street Art and Graffiti*. Sydney: NewSouth Publishing; University of New South Wales Press Ltd. 399 p. ISBN 1742246532, 9781742246536.
- Toporov, V. N. (1984). Petersburg and the “Petersburg text of Russian literature”. In: *Works on sign systems*, 18. Tartu: Tartu State University. 4—29. (In Russ.).
- Zaslavskaya, A. Yu., Serova, M. M. (2012). “Street art” or the art of street interventions. *The messenger of the SSASU. Series: Urban Planning and Architecture*, 1: 11—16. (In Russ.).

The article was submitted 31.10.2023;  
approved after reviewing 02.12.2023;  
accepted for publication 20.12.2023.