

УДК 316.6

*А.И. Белкин**

**СОЦИАЛЬНАЯ ПЕРЦЕПЦИЯ ГРАФФИТИ
И ОЦЕНКА НЕИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АВТОРОВ ГРАФФИТИ**

Статья посвящена исследованию особенностей социальной перцепции граффити и оценки неинституциональной изобразительной деятельности авторов граффити. Выявлена специфика социальной установки по отношению к авторам граффити, ее составляющие – эстетический и смысловой компоненты социального оценивания граффити. Представлены результаты эксперимента, в ходе которого определялась специфика эмоциональной оценки окружающего социального пространства в зависимости от наличия или отсутствия семантического контекста и степени его осознанности респондентами.

Ключевые слова: граффити, авторы граффити, социальная перцепция, семантический контекст, восприятие.

Данная статья посвящена исследованию особенностей социальной перцепции неинституциональной изобразительной деятельности авторов граффити и содержит результаты двух исследовательских проектов. Граффити – это неинституциональные надписи и рисунки, выполненные от руки.

На первом этапе определялись типы социально-психологических установок субъектов по отношению к авторам граффити. Для формирования выборки использовалась стратегия случайного (рандомизированного) отбора [1; 2]. Выявились четыре типа социальных установок: позитивная, негативная, нейтральная и дифференциальная (эстетическая, содержательно-смысловая и содержательно-эстетическая). Всего было обследовано 524 испытуемых, из которых 446 занимались неинституциональной изобразительной деятельностью, а 78 никогда не создавали граффити. Выборку составили студенты 2–4-х курсов психологического факультета Самарского государственного педагогического университета, студенты 5-го и 6-го курсов заочного отделения Тольяттинского филиала Самарского государственного педагогического университета, студенты 1-го и 4-го курсов Самарской государственной архитектурно-строительной академии, учащиеся Самарского муниципального университета

* © Белкин А.И., 2011

Белкин Антон Игоревич (rotati@mail.ru), кафедра общей и прикладной психологии Поволжской государственной социально-гуманитарной академии, 443099, Российская Федерация, г. Самара, ул. М. Горького, 65/67.

Наяновой и профессионального технического училища № 11. Испытуемым предлагалось ответить на вопрос о том, занимаются ли они изобразительной деятельностью данного типа, привести примеры продуктов своего изобразительного творчества и описать, что они собой представляют, а также определить свое отношение к авторам граффити.

При определении аттитюда по отношению к авторам граффити оказалось, что среди самих авторов граффити 51,5 % относятся к другим авторам граффити позитивно, 6,1 % – отрицательно, 32,7 % – нейтрально. У 5,5 % то или иное отношение связано с эстетическими характеристиками граффити и их пространственной локализацией, у 1,9 % главным критерием установки служит смысловое содержание надписей, а для 1,3 % значение имеют как эстетические, так и содержательно-смысловые параметры. Среди авторов граффити также 0,97 % испытуемых указали на взаимосвязь аттитюда и характера своего эмоционального состояния в определенное время. Среди испытуемых контрольной группы 18,8 % респондентов характеризуются положительной установкой в отношении авторов граффити, 34,4 % относятся к ним отрицательно, 28,1 % характеризуются нейтральной установкой, эстетическая установка присутствует у 6,3 % испытуемых, содержательно-смысловая – у 3,1 %, а содержательно-эстетическая – у 9,4 %, эмоционально-эгоцентрическая установка в контрольной группе не представлена.

Сравнительный анализ экспериментальной и контрольной выборок показал, что существуют различия по позитивной ($p < 0,01$), негативной ($p < 0,01$), дифференциальной содержательно-эстетической установке ($p < 0,01$).

Таким образом, среди авторов граффити в большей степени представлена позитивная и в меньшей – негативная установка по отношению к лицам, занимающимся данным видом изобразительной деятельности. В контрольной выборке больше испытуемых, обладающих наиболее дифференцированной установкой по отношению к авторам граффити.

Среди авторов граффити доминирует позитивная, а среди испытуемых контрольной группы – негативная установка по отношению к авторам граффити ($p < 0,01$).

Изучение специфики восприятия неинституционального изобразительного творчества проходило в несколько этапов.

На первом этапе испытуемым предъявлялся видеоролик, который они должны были оценить с помощью метода семантического дифференциала (использовался вариант личностного дифференциала). Испытуемые просматривали два сюжета, каждый из которых включал в себя прохождение видеооператором городского пространства в различных ракурсах: в первом варианте испытуемые видели городское пространство впереди себя, а сбоку на уровне периферийного зрения находилась обычная городская стена; во втором варианте на уровне периферийного зрения предъявлялась та же самая стена с граффити. Таким образом, на этом этапе исследования оценки испытуемых должны были показать влияние граффити, выступавших неосознаваемым семантическим фоном восприятия, на оценку городского пространства.

На втором этапе испытуемым предъявлялся стимульный материал, который включал 21 фотографию граффити. Фотографии были собраны методом случайного отбора и сгруппированы по характеристикам письменной ментальности в 3 группы: граффити идентификационно-изобразительного типа (тип 1); идентификационно-дискурсивного типа (тип 2); экзистенциального типа (тип 3). Рандомизация показала преобладание граффити идентификационного типа. Испытуемые оценивали дескрипторы-фотографии с помощью семантического дифференциала.

На третьем этапе испытуемые должны были оценить характеристики городского пространства с граффити. Им предъявлялось изображение стены с граффити, которую испытуемые оценивали с помощью свободного ассоциативного эксперимента.

На первом этапе при просмотре видеоролика с граффити у испытуемых наблюдались положительные эмоции. Испытуемые, просматривая ролик, не фиксировали свое внимание на граффити, а следили за движением камеры, наблюдая за пространством перед собой, которое представляло собой дорогу без каких-то дополнительных объектов, на которых можно было бы заострить внимание.

Таблица 1

Результаты оценки видеопродукции с помощью метода семантического дифференциала. Ролик с граффити, %

| Уровень выраженности | <i>Низкий</i> | <i>Средний</i> | <i>Высокий</i> |
|----------------------|---------------|----------------|----------------|
| Параметры | | | |
| Оценка | 6 | 12 | 82 |
| Сила | 23 | 47 | 30 |
| Активность | 11 | 46 | 43 |

Таблица 2

Результаты оценки видеопродукции с помощью метода семантического дифференциала. Ролик без граффити, %

| Уровень выраженности | <i>Низкий</i> | <i>Средний</i> | <i>Высокий</i> |
|----------------------|---------------|----------------|----------------|
| Параметры | | | |
| Оценка | 9 | 23 | 67 |
| Сила | 20 | 25 | 55 |
| Активность | 7 | 19 | 74 |

Как видно из табл. 1, испытуемые в целом положительно оценивают социальное пространство с граффити, о чем говорит преобладание высоких оценок по параметру «оценка». Также испытуемые склонны оценивать окружающее пространство с граффити как активное, наполненное жизнью. При этом не наблюдается преобладание оценок по параметру «сила», что говорит о том, что наличие граффити не влияет на оценку пространства как более или менее доминантного, «захватывающего» восприятие испытуемого.

Как видно из табл. 2, при оценке пространства без неосознаваемого фона граффити оценка продолжает сохранять более высокие показатели по параметрам «оценка» и «активность», при этом положительная оценка социального пространства выражена в несколько меньшей степени, а оценка его активности – в большей. Более высокие показатели наблюдаются по параметру «сила».

Статистический анализ показал, что существуют значимые различия в оценке социального пространства с граффити и без граффити по параметрам «оценка» ($c < 0,05$), «сила» ($c < 0,01$) и «активность» ($c < 0,01$).

Таким образом, наличие неосознанного семантического контекста – граффити – при восприятии городского пространства влияет на специфику его социальной пер-

цепции. Социальное пространство с неосознаваемым семантическим контекстом граффити оценивается эмоционально как более позитивное, но при этом снижается его восприятие как более активного и сильного.

Таблица 3

**Результаты ассоциативного эксперимента.
Ролик с граффити и без граффити, %**

| Ассоциация | Ролик | |
|----------------------|------------|--------------|
| | с граффити | без граффити |
| Агрессивность | 3,3 | - |
| Страх | 3,3 | - |
| Любовь | 26,6 | - |
| Угроза | 6,6 | - |
| Безразличие | 23,3 | 56,7 |
| Радость | 23,3 | - |
| Знакомая местность | - | 20 |
| Незнакомая местность | | 20 |
| Девочка | 13,2 | |
| Недовольство | - | 3,3 |

Следовательно, неинституциональная изобразительная деятельность позволяет воспринимать пространство более дистанцированно, как часть реальности, находящуюся в более пассивном отношении к субъекту.

Также был проведен ассоциативный эксперимент, по результатам которого испытуемые оценивали стену с граффити и без граффити.

Оказалось, что у испытуемых в основном расходится качественная оценка характеристик социального пространства, при этом социальное пространство с граффити в основном оценивается с помощью эмоциональных оценок, в то время как стена без граффити – с помощью пространственных. Лишь по категории «безразличие» испытуемые в большей степени оценили характеристики пространства без граффити ($p < 0,01$), то есть социальное пространство без граффити оценивается как более безразличное. Таким образом, наличие граффити служит фактором формирования эмоционального отношения к окружающему пространству по оценкам самих респондентов.

На втором этапе испытуемые оценивали по семантическому дифференциалу фотографии с граффити.

Как видно из табл. 4, идентификационно-изобразительные граффити оцениваются как менее сильные и активные, преобладает нейтральная эмоциональная оценка.

Результаты оценки испытуемыми фотографий с граффити различного типа, %

| Параметры | Уровень выраженности признака | | | | | | | | |
|-------------------|-------------------------------|-------|-------|---------|-------|-------|---------|-------|-------|
| | Низкий | | | Средний | | | Высокий | | |
| | 1 тип | 2 тип | 3 тип | 1 тип | 2 тип | 3 тип | 1 тип | 2 тип | 3 тип |
| <i>Оценка</i> | 12 | 24 | 8 | 54 | 28 | 28 | 34 | 48 | 64 |
| <i>Сила</i> | 53 | 11 | 20 | 24 | 29 | 53 | 23 | 60 | 47 |
| <i>Активность</i> | 32 | 12 | 20 | 30 | 24 | 27 | 19 | 64 | 53 |

Идентификационно-дискурсивные и экзистенциальные граффити оцениваются эмоционально положительно, а также воспринимаются как более сильные и активные. При этом данная тенденция наиболее выражена у дискурсивных граффити.

Статистический анализ показал наличие значимых различий между идентификационно-изобразительными и идентификационно-дискурсивными граффити по параметрам: «оценка» ($c < 0,05$), «сила» ($c < 0,01$) и «активность» ($c < 0,01$).

Существуют различия между идентификационно-изобразительными граффити и экзистенциальными граффити по параметрам «оценка» ($c < 0,01$), «сила» ($c < 0,01$) и «активность» ($c < 0,01$).

Существуют различия между идентификационно-дискурсивными и экзистенциальными граффити по параметру «оценка» ($c < 0,05$), то есть экзистенциальные граффити оцениваются в большей степени положительно по сравнению с идентификационно-дискурсивными.

Таким образом, результаты исследования позволяют сделать вывод о том, что существует различие в социальной перцепции неинституционального изобразительного творчества в зависимости от семиотической формы граффити. Наиболее позитивно оцениваются экзистенциальные и идентификационно-дискурсивные граффити, которые также воспринимаются как более активные и сильные по сравнению с идентификационно-изобразительными.

На третьем этапе применялся свободный ассоциативный эксперимент для выявления сознательной оценки социального пространства с граффити. В процессе клинической беседы выяснилось, что 2 % респондентов не обратили внимания на граффити, у 61 % стена с граффити вызвала агрессивные реакции, для 8 % было характерно отсутствие положительно или отрицательно окрашенных эмоций, а у 29 % респондентов стена с граффити вызвала положительные эмоции.

Результаты свидетельствуют, что при сознательной оценке граффити у испытуемых преобладают негативные оценки неинституциональной изобразительной деятельности. Все ассоциации по своему характеру можно разделить на две группы: психологические эмоциональные оценки и социальные оценки продуктов неинституциональной изобразительной деятельности. Социальные оценки составили 36 % от общего числа оценок, а эмоциональные психологические – 64 %.

Таблица 5

Результаты ассоциативного эксперимента, %

| Ассоциация | Число ассоциаций |
|-----------------|------------------|
| агрессивность | 46,6 |
| банда | 6,6 |
| бандиты | 3,3 |
| величие | 13,3 |
| девочка | 30 |
| любовь | 70 |
| мальчик с мячом | 6,6 |
| невинность | 6,6 |
| ненависть | 40 |
| ОМОН | 6,6 |
| отдаленность | 3,3 |
| печаль | 26,6 |
| признание | 26,6 |
| радость | 70 |
| слезы | 13,3 |
| смерть | 60 |
| смех | 30 |
| спортивный | 3,3 |
| спортсмен | 23,3 |
| статуя | 70 |
| страх | 63,3 |
| теплота | 3,3 |
| угроза | 36,6 |
| футболист | 40 |
| череп | 33 |

Таким образом, в сознательной оценке неинституциональной изобразительной деятельности преобладает эмоциональный компонент.

Социальная перцепция граффити содержит в себе эстетический и смысловой компоненты, а также меняется в зависимости от характера (осознанный, неосознанный) восприятия неинституциональных надписей и рисунков. Неосознанный характер социальной перцепции граффити создает условия для влияния семантического контекста на оценку эмоционального состояния коммуниканта, а при осознанном характере социальной перцепции проявляется влияние социальной установки по отношению к неинституциональной изобразительной деятельности и авторам граффити.

Особенности социальной перцепции граффити обусловлены степенью осознанности граффити и спецификой ее категоризации коммуникантом: неосознанный характер создает условия для влияния семантического контекста на эмоциональное состояние коммуниканта, осознанный характер актуализирует его социальную установку по отношению к граффити и ее авторам.

Социальная перцепция граффити содержит в себе эстетический и смысловой компоненты, а оценка изобразительной деятельности авторов граффити меняется в зависимости от характера (осознанный, неосознанный) восприятия неинституциональных надписей и рисунков.

Библиографический список

1. Мартин Д. Психологические эксперименты. Секреты механизмов психики. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2002.
2. Солсо Р., Джонсон Х., Бил К. Экспериментальная психология: практический курс. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2002.

*A.I. Belkin**

SOCIAL PERCEPTION OF GRAFFITI AND ESTIMATE OF NOT INSTITUTIONAL GRAPHIC ACTIVITY OF AUTHORS OF GRAFFITI

The given article is devoted to the research of features of social perception of graffiti and estimations of not institutional graphic activity of authors of graffiti. Specificity of social installation in relation to authors of graffiti, its components – aesthetic and semantic components of social estimation of graffiti is revealed. The results of experiment in which specificity of an emotional estimate of surrounding social space depending on presence or absence of a semantic context and degree of its sensibleness by respondents was defined are presented.

Key words: graffiti, authors of graffiti, social perception, semantic context, perception.

* *Belkin Anton Igorevich* (rotati@mail.ru), the Dept. of General and Applied Psychology, Samara State Academy of Social-Sciences and Humanities, Samara, 443099, Russian Federation.