

sociocultural processes is accompanied by the search of new intellectual senses in music.

Influence of digital technologies is analysed on publishing house of notes business and distribution of electronic editions, that assists distribution of musical information from one side, and from other, requires the specification of matter of authorial law and intellectual property. Advantage of new type of printed preparation of musical collections above an old method is undoubted, but the most valuable is seemed by that humanity got around the decision of question of the "unheard" piece of music.

Key words: *musical computer technologies, musical art, informatization, musical document, digital technologies, computerization, MIDI- of technology.*

УДК 7.011: 18 + 74:003

М. Ю. Чікарькова

ГРАФІТІ ЯК ЗНАК: СЕМІОТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИВЧЕННЯ ФЕНОМЕНУ

Графіті – один з найвідоміших феноменів стріт-арту, але і понині немає єдиної точки зору навіть щодо того, чи взагалі вважати його мистецтвом. Як сутність, так і прояви графіті залишаються предметом дискусій – існують десятки різних його класифікацій на підставі різних ознак. Однак явище нечасто привертало увагу з погляду семіотики, хоча саме семіотичне прочитання графіті дає можливість глибше зрозуміти його природу й запропонувати інтегруючу класифікацію, яка об'єднувала би стилістику та тематику в одну систему. У статті здійснено саме таку спробу – при опорі на класифікацію семіотичних знаків, запропоновану Ч. Пірсом.

Графіті є знаком, оскільки тут наявні матеріальна оболонка останнього, позначуваний об'єкт і правила інтерпретації. Воно функціонує у рамках субкультури та, за Ж. Бодрійяром, сигніфікує прагнення індивіда вирватися з детермінованості міського життя. Це культура семіосфери, яка безперервно продукує виникнення нових коннотацій і відповідно – породжує нові рецепції. Важливим компонентом інтерпретації графіті виступає культурний код; воно не прочитується поза полем конвенціональності, культурного контексту. Декодування графіті може відбуватися у трьох напрямках, для чого доречно застосовувати класифікацію С. Холла. З нашої точки зору, тут переважає аберрантне декодування (У. Еко), коли «тексти» розшифровуються за допомогою коду, відмінного від авторського. Коли графіті об'єднує різні види мистецтва (наприклад, поєднання живопису з літературою), це потребує врахування особливостей міжсеміотичного перекладу, що робить ситуацію декодування ще складнішою.

Ключові слова: *графіті, стріт-арт, семіотика, знак, кодування, декодування, конвенціональність.*

DOI 10.34079/2226-2849-2019-9-18-92-98

Графіті є, мабуть, найбільш відомим феноменом стріт-арту, чи не найхарактернішим явищем сучасного урбаністичного мистецтва. Якщо Ж. Бодрійяр у «Символічному обміні та смерті» писав 1976-го року: «Граффіті – особлива приналежність Нью-Йорку» [2, с. 156], то нині зразки графіті наявні не лише у великих мегаполісах, але всюди, аж до глушинних містечок включно, від бульварів до

громадських туалетів, від виставкового центру до паркану.

Власне, графіті – один з найдавніших проявів образотворчого мистецтва – вже на скальній малюнок кам'яного віку можна ідентифікувати як графіті. Утім, цей феномен продовжує викликати палкі дискусії, причому деякі з них стосуються самої сутності графіті: чи можна називати його мистецтвом? Якщо так, то що саме робить його арт-об'єктом і де проходить межа між графіті, мураліями, стріт-артом тощо? Є цілковито антагоністичні точки зору на роль та місце графіті у сучасному урбанізованому житті. Одні вважають, що це – прояв девіантної поведінки чи вандалізму, інші – що це чудовий спосіб джентрифікації (швидкого покращення, позитивної модифікації району). Також вже існують спроби утилітарного використання стріт-арту й графіті зокрема – найбільш очевидною сферою тут виступає реклама (згадаймо хоча б комерціалізацію графіті кампаніями Linux, Sony, Hennesy, Adidas та числ. ін.), але не тільки: С. Андрон, наприклад, демонструє, як організація стріт-арт турів допомагає збагачувати імідж сьогоденного Лондона [7]; тут цілі райони (Шордич і Брик Лейн) стали загальноновизнаними й респектабельними територіями вуличного мистецтва.

На сьогоднішній день, попри дискусійність самого терміну, суперечки навколо його сутності та меж застосування, вже існують десятки різних класифікацій графіті (А. Дандес, Д. Козловська, Дж. М. Гедсбі та ін.): у залежності від техніки, сюжетів, використовуваних матеріалів, гендерної приналежності, місця розташування тощо. Набагато менше графіті привертало увагу дослідників у сфері семіотики. Утім, нам здається вельми плідною спроба семіотичного прочитання графіті – адже це дозволить глибше зрозуміти і його сутність, і ключові характеристики, а також запропонувати інтегруючу класифікацію, яка об'єднувала би стилістику та тематику в одну систему. Отже, темою нашої статті є семіотичний підхід до вивчення графіті, розгляд графіті як знаку та їхня класифікація на основі класифікації знаків, запропонованої Ч. Пірсом.

Попри велику увагу до семіотики як системи уніфікуючого знання та до графіті як майже невід'ємного елементу сучасного міського (і не тільки) простору, дослідники нечасто аналізують графіті з точки зору семіотики. Навіть стріт-арт в цілому та семіотика – тема не дуже вивчена, й І. Кудряшов має рацію, коли фіксує: «Семіотика повідомлення в стріт-арт – тема малорозроблена, хоча доволі широка, оскільки тут переломлюється чи не вся проблематика сучасної комунікації» [5, с. 224]. В основному графіті цікавить дослідників у ракурсі психології або соціології. Якщо ж і знаходяться розвідки на стиці культурологічного та семіотичного дискурсів, то вони зазвичай спрямовані на доволі вузький аналіз. Так, К. Белоусов та Н. Стрєньова зробили вельми цікаве дослідження графіті у семіотичному ключі, але їх цікавив лише один аспект – нанесення тегів на парти: скриптологічним простором тут називається саме робоча поверхня парти [1]. При цьому сучасними науковцями усвідомлюється перспективність семіотичного підходу у цій дідині. Дисертаційне дослідження З. Кайс акцентує важливість міждисциплінарного підходу до вивчення феномену графіті, і серед інших – врахування семіотичного. Водночас дослідницю більше цікавлять графіті з точки зору їхньої «вписаності» у семантичну проекцію образу міста, аніж семіотична природа графіті та їх класифікація на цій основі (утім, авторка побіжно згадує про знакову природу графіті та конвенційні коди їх прочитання) [4]. На наш погляд, найбільш репрезентативною роботою в окресленій нами сфері залишається написана понад 40 років тому робота Ж. Бодрійєра «Символічний обмін та смерть». Хоча автор і зосереджується в основному на протестному характері графіті (який з тих пір значно змінився, оскільки даний жанр розширив свої можливості), але тут була висловлена ціла низка важливих тез, які не втратили актуальності дотепер і задають адекватні параметри сприйняття самого феномену графіті. У розрізі нашої проблематики

найважливіше процитувати думку Бодрійяра про те, що графіті виступає своєрідним «бунтом» проти «семіократії» міста з його детермінованою знаковою системою [2]. Отже, ми спробуємо розглянути графіті як арт-об'єкт, що підлягає семіотичному витлумаченню.

Для початку зафіксуємо, що графіті, безперечно, є знаком, оскільки має усі якості знака, яким його сприймає семіотика, – адже тут наявні матеріальна оболонка, позначуваний об'єкт та правила інтерпретації. Графіті функціонує (і особливо яскраво це прослідковується у часи його формування) у рамках обмеженої соціокультурної групи (субкультура). Воно має характеристику «бути датованим», тобто виявляє зв'язок з певним часом, соціумом, навіть географічним простором. Так, З. Кайс наголошує на тому, що урбаністичний світ слід розглядати як комунікативну систему, в якій графіті постає «повідомленням (семіотичним, комунікативним засобом), в якому комунікант опредметнює смисл, означає його в малюнку або написі (знаковій формі), а реципієнт отримує знакову форму повідомлення, яка є транслятором, носієм, джерелом смислу» [4, с. 9]. При цьому авторка зазначає, що «набори знаків» та конвенційні коди для сприйняття образу міста завжди будуть «внутрішніми» («аборигенськими») та «зовнішніми» і очевидно, що вони будуть різнитися [4, с. 9].

Водночас не можемо не навести ще одного міркування Ж. Бодрійяра, котрий пише про небезпеки панування знаків у системі міської культури («семіократію») та місце графіті у цій ситуації. Він зауважує, що місто з «політико-індустріального полігону» XIX ст. перетворилося на «полігон знаків», де кожний елемент підкорений коду. У цій жорсткій системі комбінаторики у індивіда виникає бажання вирватися з цієї детермінованості, обернути «код проти самого себе», перевищити його у «ірреференційності» [2, с. 157–158]. Так, коли райтер пише «SUPERBEESPIXCOLA 139 KOOLGUYCRAZYCROSS 136», то всі елементи напису взято з коміксів, але поміщено у реальність як свого роду «анти-дискурс»; ці елементи «протівляться будь-якій інтерпретації, будь-якій коннотації, і денотативу них немає ніякого; уникаючи як денотативу, так і коннотації, вони тим само стають непідвладними і самому принципу сигніфікації та вдираються як порожні означувальні у сферу повновагих знаків міста, розкладаючи її вже лише самою своєю присутністю» [2, с. 158].

Графіті є яскравим репрезентантом культури семіосфери, яка безперервно породжує гру знаків, виникнення нових коннотацій. Графіті являють собою очевидний приклад виду мистецтва, що виразно комунікує з реципієнтом, але часто стає зрозумілим лише після співвіднесення його з правильним семіотичним кодом. Наведемо характерний приклад. 1970-ті-80-ті роки – період значного поширення та популяризації графіті у Європі. Однією з найбільш «арт-площадок» для малювання графіті стала Берлінська стіна, на західній частині якої залишали свої малюнки художники з різних куточків Землі. У 1980-ті це був символ свободи, вільнодумства та протесту. Коли у 1989 р. відбувся демонтаж стіни, частина графіті виявилася зруйнованою і нині існує лише на світлинах, але частина залишилася – як свідчення історичної пам'яті, спогади про несвободу та кордони. Нині це, по суті, музейний комплекс просто неба. Серед найвідоміших графіті, пов'язаних з Берлінською стіною, – «Братський поцілунок» (інша назва – «Господи, допоможи мені вижити серед цієї смертної любові!» Дмитра Врубеля), на якій зображені у затяжному й глибокому протиприродному поцілунку генеральний секретар ЦК КПРС Л. Брежнев і керівник НДР Е. Хонеккер.

Отож, як бачимо, важливим компонентом розуміння графіті виступає культурний код. Зрозуміло, що культурний код – поняття, притаманне мистецтву в цілому, але у випадку з графіті це особлива ситуація, оскільки без знання цього коду ми

можемо сприймати самий феномен просто як комунікативний шум. Так, на початку свого формування графіті саме і розцінювалися як такий комунікативний шум, який не має жодного відношення до культури, і тому ці малюнки владою й суспільством просто не сприймалися й, відповідно, зафарбовувалися. Нині культурний код виступає не лише ознакою приналежності до субкультури райтерів (творців графіті), але також може виражати такі серйозні речі, як аксіологічна система автора.

Поняття коду безпосередньо пов'язане з поняттям конвенціональності. Так, У. Еко визначає код як «систему комунікаційних конвенцій, що парадигматично поєднує елементи, серії знаків з серіями семантичних блоків (або смислів) та встановлює структуру обох систем: кожна з них керується правилами комбінаторики, що визначають порядок, в якому елементи (знаки та символічні блоки) вибудовані синтагматично» [6, с. 77]. Графіті є виразним прикладом прояву конвенціональності у мистецтві, оскільки без таких конвенцій часто неможливо правильно прочитати культурні коди, закладені у графіті та адекватно сприймати цей вид стріт-арту. Наприклад, бомбінг (англ. «bombing») як вид графіті орієнтований на заповнення певного простору малюнками, при цьому на перший план виступає не якість, а швидкість та заповнення якомога більшої площини. Отже, без знання природи цієї конвенції неможливо приймати подібні написи як мистецтво – воно часто виглядає як акт хуліганства чи прояв антикультури. Утім, розуміння конвенціональності цього виду графіті переводить розмову про нього у площину контркультури чи субкультури.

Інтерпретація графіті вимагає знання певного культурного контексту. Ми у цілому погоджуємося з точкою зору І. Головахи, яка фіксує: «Графіті – це насамперед закодований текст, символіка якого відбиває певні події культурного, політичного чи суспільного життя соціуму, членами якого є його виконавці. Саме контекст розкриває основний смисл того, про що йдеться у конкретному графіті, підкреслюючи приналежність одиничного до загальної традиції» [3, с. 65]. Це справді так – адже зрозуміти смисл усіляких тегів, пов'язаних, наприклад, з політичними реаліями, може зазвичай лише той, хто їх знає. Водночас ми хотіли б доповнити міркування дослідниці наступним: нерідко графіті зрозумілі нам без особливого специфічного контексту. Наприклад, смисл екологічних графіті очевидний. Інколи це навіть стосується і політичної тематики: пригадаймо знамените графіті сумських райтерів, що зображувало Януковича з червоною цяткою на лобі – послання, закодоване тут, було цілковито прозорим навіть для тих, хто не був занурений у тогочасні українські реалії.

Коли розмова заходить про культурний код, то очевидно постає питання й про декодування. В ідеалі кодування/декодування виглядають як дзеркальні відображення: ідеальний реципієнт повторює код творця для декодування. У реальності ж цей процес асиметричний: при сприйнятті завжди відбувається інтерпретація, і реципієнт не стільки декодує повідомлення, скільки створює свій текст про текст, який читає.

Нам видається продуктивним застосування моделі, запропонованої С. Холлом для позначення стратегій декодування у ЗМІ, але насправді, на наш погляд, сфера застосування цього алгоритму може бути значно ширшою та охоплювати будь-який вид мистецтва (і навіть взагалі будь-який комунікативний акт).

Серед трьох основних видів декодування С. Холл виділяє домінантне («dominant-hegemonic»), яке передбачає, що реципієнт декодує повідомлення тим само кодом, яким воно було закодовано, – це ідеальний випадок «досконало прозорої комунікації» [8, с. 171]. Протилежна ситуація – опозиційний («oppositional») код, який передбачає глобально протилежне прочитання, при усвідомленні кода автора [8, с. 172–173]. І третій алгоритм декодування – узгоджене («negotiated»), яке являє собою часткове розуміння (прийняття) коду «відправника» [8, с. 172].

У ситуації з графіті ситуація виглядає парадоксально. Зазвичай найкращими його реципієнтами є, як не дивно, колеги, котрі, з одного боку, виступають суперниками, але з іншого – саме вони можуть найадекватніше сприйняти графіті, декодувати його (домінантне прочитання). Щодо звичайної публіки, то серед її реакцій частіше за все переважає аберрантне декодування (У. Еко), тобто «тексти» (у постмодерністському значенні) «розшифровуються» за допомогою коду, відмінного від того, яким вони були «кодовані».

Відповідно переважна більшість реципієнтів або не сприймає графіті взагалі (опозиційне декодування), або сприймає частково (узгоджене декодування). Причини цього можуть бути різні (від простого незнання до цілком усвідомленого несприйняття), і подібні аберації можуть відбуватися на різних рівнях рецепції – на рівні тематики, стилістики, аксіологічної системи тощо. Наприклад, коли у Копенгагені американець Шепард Фейрі намалював графіті у пам'ять про знесений владою «Молодіжний дім» (місце зібрання лівих) зі словом «Мир», місцевим анархістам це настільки не сподобалося, що вони вирішили зіпсувати фреску. Фейрі, намагаючись врятувати ситуацію, допрацював роботу, змінивши посил – він додав полісмена, палаючий автозак та напис «Ніщо не забуто, ніщо не прощено», але робота знову не сподобалася, знову була зіпсована, а автора побили. Отож опозиційне декодування може бути небезпечним: неможливо перерахувати випадки, коли автори потрапляли у в'язниці, сплачували штрафи тощо. Навіть сама техніка виконання графіті інколи унеможлиблює його доміантне прочитання, якщо реципієнт позбавлений відповідної підготовки. Попри те, що графіті й понині не сприймається як серйозне мистецтво, що потребує певної підготовки, це не означає, що його сприйняття не потребує певних знань. Аберрантне декодування можливе навіть тоді, коли реципієнту просто невідома техніка виконання малюнку – адже їх існує багато, і багато які з них є доволі умовними. «Трафарет, наприклад, будується на сильному спрощенні образу, який, як показує досвід, ясно й чітко прочитується далеко не усіма (плями не складаються у гештальт при відсутності звички у сприймаючого). Теги та wildstyle взагалі нечитабельні для звичних людей, котрі й не здогадуються, що це не «черкотня», а літери та слова» [5, с. 227].

З урахуванням всього вищезазначеного, нам здається цілком правомірним запропонувати класифікацію графіті на основі класифікації знаків, запропонованої Ч. Пірсом.

До першої категорії відносимо графіті-копії (графіті-ікони), зображення яких повторюють реальні об'єкти. Сюди можна зарахувати як всім відомі графіті-латриналії у туалетах, так і малюнки, що сигніфікують відомих людей (очевидне лідерство тут належатиме політикам) або тварин (усілякі коти, песики, щури тощо). Саме до графіті-копій можна віднести вже згадуваний нами малюнок Дм. Врубеля «Братський поцілунок», прототипом якого слугувала світлина Б. Клемм, зроблена у 1979 р. Складнішим проявом графіті-копій може виступати стилізація, яка повторює творчу манеру іншого райтера. Наприклад, відомими є претензії BlekleRet на адресу Banksy зі звинуваченнями у «крадіжці стиля». Утім, зазначимо, що питання копірайта, як і авторського стилю у графіті – тема дуже складна та неоднозначна.

Наступна категорія графіті – графіті-індекси, зображення яких містять змішану реально-умовну інформацію (за моделлю метонімії). Так, вельми популярний трафарет графіті – стиснутий кулак, що може позначати перемогу, справедливість, заклик до боротьби. Інколи подібні графіті можуть трактуватися як вираз гранично правої ідеології. У 2015 р. у Владивостоці подібний малюнок, зроблений студією ConcreteJungle, що зображував стиснутий щільно піднятий догори кулак з написом

«Земляни, об'єднуйтеся!», був визнаний відверто екстремістським і знищений (хоча його автори прагнули привернути увагу до дослідження космосу). Інколи такі графіті-індекси робляться шляхом переосмислення графіті-копій. Наприклад, широко знане зроблене під час Революції Гідності на вулиці Грушевського у Києві графіті з зображенням Кобзаря з червоною пов'язкою та парою перехрещених коктейлів Молотова по боках супроводжувалося написом «Вогонь запеклих не пече». Воно являло собою легко впізнаваний портрет Шевченко, але по суті переосмислений у пафосі бунту, непокори, свободи.

Остання категорія – графіті-символи, значення яких, як і будь-якого символу, визначається конвенційно. Наприклад, до роковин Голодомору райтери розписали стіни у Києві численними малюнками з зображенням символу Голодомора, а також графіті на цю тематику: жінка з пшеницею у руці та напис «Пам'ятай»; палаюча свічка з датами 1932–1933 тощо.

Запропонована нами класифікація – лише одна з перших спроб віднайти «спільний знаменник» для різних графіті з т. з. семіотичного підходу. Зауважимо, що ця класифікація, як і інші, звісно, не може претендувати на вичерпність. При цьому ми усвідомлюємо, що наведені нами приклади доволі легко розподілити по цих трьох категоріях, але є набагато складніші випадки, в яких неможливо однозначно ідентифікувати творіння райтера. Це, наприклад, ситуація, коли графіті об'єднує різні види мистецтва. Так, в останні роки стало модним фіксувати на стінах чи парканах вірші (власні чи чужі), і це поєднання літератури з живописом потребує врахування особливостей міжсеміотичного перекладу – одного з найскладніших і найдискусійніших аспектів семіотики культури.

Значимо також, що самі виконавці графіті часто не до кінця розуміють, що й з яких елементів вони створюють. Так, нерідко сучасні райтери використовують прийоми оп-арту, дадаїзму, сюрреалізму тощо, не дуже-то йорієнтуючись у всіх цих напрямках. І тут дуже цікавим напрямком подальших досліджень, на наш погляд, могло би стати вивчення графіті з т. з. психоаналізу. Графіті залишається парадоксальним феноменом сучасної культури, який, при позірній простоті, насправді містить численні глибинні пласти, що дають простір наступним генераціям науковців.

Список використаної літератури

1. Белоусов К. И. Скриптологическое пространство и семиотический потенциал граффити / К. И. Белоусов, Н. В. Стренива // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. - 2010. - № 1. - С. 113–122. ; Belousov K. I. Skriptologicheskoe prostranstvo i semioticheskiy potentsial graffiti / K. I. Belousov, N. V. Streniva // Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Povolzhskiy region. Gumanitarnye nauki. - 2010. - № 1. - S. 113–122.

2. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / Ж. Бодрийяр. – Москва : Добросвет, 2000. – 387 с. ; Bodriyyar Zh. Simvolicheskiy obmen i smert / Zh. Bodriyyar. – Moskva : Dobrosvet, 2000. – 387 s.

3. Головаха И. Социальное значение асоциальных граффити (бытование и функции современных киевских граффити) / И. Головаха // Социология: теория, методы, маркетинг. 2004. – № 2. – С. 64–77. ; Golovakha I. Sotsialnoe znachenie asotsialnykh graffiti (bytovanie i funktsii sovremennykh kievskikh graffiti) / I. Golovakha // Sotsiologiya: teoriya, metody, marketing. 2004. – № 2. – S. 64–77.

4. Кайс З. В. Соціальна семантика урбаністичного світу: символіка графіті : автореф. дис. ... канд. філос. наук : спец. 09.00.03 / Зося Вадимівна Кайс ; НАН України, Ін-т філософії ім. Г.С. Сковороди. - Київ, 2015. - 20 с. . Київ, 2015. – 20 с.; Kais

Z. V. Sotsialna semantyka urbanistychnoho svitu: symbolika hrafiti : avtoref. dys. ... kand. filos. nauk : spets. 09.00.03 / Zosia Vadymivna Kais ; NAN Ukrainy, In-t filosofii im. H.S. Skovorody. - Kyiv, 2015. - 20 s.

5. Кудряшов И. С. Стрит-арт как феномен современной культуры: проблема генезиса и семиотические особенности сообщения / И. С. Кудряшов // Критика и семиотика. - 2014. - № 21. - С. 220–233 ; Kudryashov I. S. Strit-art как fenomen sovremennoy kultury: problema genezisa i semioticheskie osobennosti soobshcheniya / I. S. Kudryashov // Kritika i semiotika. - 2014. - № 21. - S. 220–233.

6. Эко У. Отсутствующая структура: введение в семиологию / У. Эко. - Санкт-Петербург : Symposium, 2004. - 544 с. ; Eko U. Otsutstvuyushchaya struktura: vvedenie v semiologiyu / U. Eko. - Sankt-Peterburg : Symposium, 2004. - 544 s.

7. Andron S. Selling streetness as experience: The role of street art tours in branding the creative city / S. Andron // Sociological Review. - 2018. - Vol. 66, Issue 5. - P.1036-1057.

8. Hall S. Encoding/ Decoding // Media and Cultural Studies / ed. by M. G. Durham; D. M. Kellner. - London : Blackwell Publishers, 2001. - P. 163-174.

Стаття надійшла до редакції 13.10.2019

M. Chikarkova

GRAFFITI AS A SIGN:

THE SEMIOTIC APPROACH TO THE STUDY OF THE PHENOMENON

Although graffiti is a well-known phenomenon of street art, there is still no single point of view on this phenomenon (even if it is considered art at all). Both the essence and the manifestations of graffiti remain a matter of debate - there are dozens of different classifications, that they are based on different characteristics. However, the phenomenon has rarely attracted attention from the point of view of semiotics, though it is the semiotic reading of graffiti that makes it possible to understand its nature more deeply. Due to semiotics we could create an integrative classification, which would combine stylistics and subject matter into one system. The article made exactly such an attempt –providing of the semiotic classification of graffiti, based on Ch. Peirce's classification of semiotic signs.

Graffiti is a sign, because it has a material shell of the latter, a marked object and rules of interpretation. It functions within the subculture and signifies the individual's desire to escape from the deterministic nature of urban life (J. Baudrillard). It is a culture of the semiosphere, which continuously gives rise to new connotations and, accordingly, generates new receptions.

An important component of graffiti interpretation is the cultural code; it is not read outside the field of conventionality, cultural context. Decoding of graffiti can occur in three ways. From our point of view, it is appropriate to use S. Hall's classification. He suggested a scheme for "decrypting" messages in the media, however, in our opinion, his scheme works for any communicative act (including graffiti). He distinguished dominant ("dominant-hegemonic"), oppositional ("oppositional") and negotiated ("negotiated") decoding. In the graffiti situation, oppositional decoding prevails among ordinary recipients (passers-by). U. Eco called this type aberrant, because it provides "decryption" of text with a different code than the one it was created for.

Authors of graffiti themselves are often not fully aware of what they create also. Modern writers use techniques of op-art, Dadaism, surrealism, etc., without being very oriented in all these directions. When graffiti combines different types of art (for example, the combination of painting with literature), it takes into account the features of inter-semiotic translation, which makes the decoding situation even more complicated.

We offer creating a semiotic classification of graffiti, that might be based on Ch. Peirce's

classification of semiotic signs, which distinguish the signs-copies, signs-indexes, signs-symbols. It could help the essence of graffiti and decode them.

Keywords: *graffiti, street art, semiotics, sign, coding, decoding, conventionality.*