

Артеры: комьюнити и коммуникация в постсубкультурных условиях

Д. В. Громов

*Институт этнологии и антропологии имени Н. Н. Миклухо-Маклая РАН,
Москва, Российская Федерация*

Введение. Культурно-историческое изменение общества, его коммуникативной структуры и информационных технологий приводит к появлению новых форм самоорганизации людей, причем эта самоорганизация может происходить в самых разных сферах. В данной статье рассматриваются два вопроса, связанные с комьюнити любителей рисования: во-первых, какие социальные пространства объединяют таких людей, являются питательной средой для творчества, местом обучения, общения, профессионального роста; во-вторых, как в этих пространствах происходит коммуникация.

Содержание. Как площадки с разным уровнем профессионализма артеров показаны порталы DeviantArt и ArtStation, их контент, особенности функционирования, механизмы формирования сленга. Коммуникация на этих сайтах имеет больше горизонтальный характер, чем вертикальный. Рассмотрены специфические формы коммуникации: комментирование артов, общение через простановку лайков и дизлайков; создание творческих альянсов; организация конкурсов, игр и лотерей; возможность заработка; дарение и обмен.

Выводы. Во-первых, можно увидеть, как в современных условиях развития постсубкультурных форм самоорганизации, помимо традиционных институциональных и неформальных художественных сообществ, возникла неформальная коммуникативная среда, позволяющая представлять собственные произведения, организовывать рабочий процесс, обмениваться опытом, учиться, искать работу. Во-вторых, арт-комьюнити выступает как структура, обеспечивающая возрастную потребность в социализации через общение (раньше эту задачу решали молодежные субкультуры).

Ключевые слова: субкультуры, постсубкультуры, арт-комьюнити, арт, дар.

Для цитирования: Громов Д. В. Артеры: комьюнити и коммуникация в постсубкультурных условиях // Вестник Ленинградского государственного университета имени А. С. Пушкина. – 2025. – № 3. – С. 80–91. DOI: 10.35231/18186653_2025_3_80. EDN: TQBAQS

Artists: Community and Communication in Post-Subcultural Conditions

Dmitriy V. Gromov

*N. N. Miklukho-Maklai Institute of Ethnology and Anthropology, Russian Academy of Sciences,
Moscow, Russian Federation*

Introduction. The cultural and historical change of society, its communicative structure and information technologies leads to the emergence of new forms of self-organization of people. This self-organization can occur in a variety of areas. This article will briefly consider two questions related to the community of drawing enthusiasts. Firstly, what social spaces unite such people, are a breeding ground for creativity, a place for learning, communication, professional growth? Secondly, how does communication occur in these spaces?

Contents. DeviantArt and ArtStation portals, their content, features of functioning, mechanisms of slang formation are shown as platforms with different levels of professionalism of artists. Communication on these sites is more horizontal than vertical. Specific forms of communication were considered: commenting on art, communication through putting likes and dislikes; creation of creative alliances; organization of competitions, games and lotteries; possibility of earning; gifting and exchange.

Conclusions. Firstly, it is possible to see how in the modern conditions of development of post-subcultural forms of self-organization an informal communication environment has emerged, allowing to present one's own works, organize the work process, exchange experiences, study, and look for work. Secondly, the art community acts as a structure that provides for the age-related need for socialization through communication (previously this task was solved by youth subcultures).

Key words: subcultures, post-subcultures, art community, arts, gift.

For citation: Gromov, D. V. (2025) Artery: kom'iuniti i kommunikatsiia v postsubkul'turnykh usloviakh. [Artists: Community and Communication in Post-Subcultural Conditions]. *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta imeni A. S. Pushkina – Pushkin Leningrad State University Journal*. No. 3. Pp. 80–91. (In Russian). DOI: 10.35231/18186653_2025_3_80. EDN: TQBAQS

Введение

Культурно-историческое изменение общества, его коммуникативной структуры и информационных технологий приводит к появлению новых форм самоорганизации людей, причем эта самоорганизация может происходить в самых разных сферах. Так, рисование, создание комиксов, мультфильмов в настоящее время – дело, которым заняты многие и профессионально, и на любительском уровне; виртуальная среда объединяет этих людей в комьюнити. В данной статье будет вкратце рассмотрено два вопроса, связанные с комьюнити любителей рисования: во-первых, какие социальные пространства объединяют таких людей, являются питательной средой для творчества, местом обучения, общения, профессионального роста? Во-вторых, как в этих пространствах происходит коммуникация?

Лет тридцать назад люди, стремящиеся совершенствоваться в рисовании, объединялись по интересам через художественные сообщества: студии, специальные учебные заведения, неформальные творческие группы. Впоследствии художественная жизнь была преобразована тектоническими сдвигами, произошедшими в обществе. Во-первых, общество потребления несоизмеримо расширило технические возможности рисования; особенно заметны были изменения в странах, шагнувших из общества дефицита к рынку, в том числе в России. Во-вторых, возможности рисования были еще больше расширены развитием компьютерной техники, появились новые возможности: например, если раньше мультипликация была крайне трудозатратным делом, доступным только профессионалам, то сейчас мультфильмы может делать любой компьютерно грамотный человек. В-третьих, возникновение Интернета и других средств коммуникации позволило безгранично расширить возможности обучения рисованию, обмена информацией и идеями, межличностной коммуникации рисующих. Благодаря этим, а также многим другим факторам рисование превратилось в сверхпопулярную форму профессиональной и любительской деятельности.

Описанная трансформация является частным случаем общих изменений неформальных способов самоорганизации людей, прежде всего молодежи. Изучение таких трансформаций связано с развитием постсубкультурного подхода в социологии

и социальной антропологии [5]. Период с 1950-х гг. примерно до конца 1980-х является временем существования субкультур в их классическом понимании. В конце XX века всё более заметными стали процессы их размывания: на смену индивидуальным субкультурным идентичностям пришла множественность идентичностей, использующихся одновременно как увлечения; развивающееся общество потребления сделало предметом потребления жизненный стиль; снизилась значимость социального происхождения как объединяющего фактора; уменьшилась значимость объединения по территориальным признакам [4]. Соответственно, сообщество рисующих людей в постсубкультурных условиях превратилось в глобальное арт-комьюнити, не разделенное государственными границами и дальними расстояниями, не противоречащее участию в других сообществах, активно потребляющее специализированные товары и услуги, поддерживающее заинтересованность в общей деятельности (рисовании), стимулирующее процессы обучения и профессионализацию. Никуда не делась система художественного образования, традиционно объединяющая художников, но вдобавок к ней у комьюнити возникла потребность в площадках для саморепрезентации и коммуникации рисующих, и они появились.

Методика данного исследования, проведенного в 2021–2022 гг., сводится, во-первых, к включенному наблюдению в онлайн-среде, связанной с любительским рисованием; во-вторых, к личному общению с участниками комьюнити (была взята серия интервью с артерами-любителями).

Содержание исследования

Прежде чем перейти к описанию интернет-сообществ по рисованию, поясним, почему мы называем посетителей таких сообществ *артерами*, а например, не «сетевыми художниками», как иногда говорят, подчеркивая укорененность сообщества в Интернете. Слово *артер* (от англ. *artist*, с поправкой на то, что транслитерация *артист* имеет в русском языке другое значение; *art* – букв. искусство; также на сленге – единица художественной деятельности, напр., рисунок [2]), вынесенное в название данной статьи, не является общепринятым самоназванием в сообществе художников-любителей, многие могут возражать против употребления этого слова для названия

сообщества в целом. Но в одном из ВК-сообществ обсуждалось, насколько это слово употребимо. Преобладали мнения о том, что, во-первых, это сленговое слово – самоназвание; во-вторых, художниками называют более опытных рисовальщиков, а артеры – любители. Таким образом, в данной статье употребляется слово *артер*, чтобы подчеркнуть: в центре внимания находятся именно любители; в сообществе их еще называют *рисуйщиками*, или *порисуйщиками*.

Как площадки с разным уровнем профессионализма артеров показательны сайты DeviantArt и ArtStation.

– DeviantArt – www.deviantart.com. Сайт возник в 2001 г., его штаб-квартира находится на территории Голливуда. Совмещает в себе функции онлайн-галереи и социальной сети для художников; одно время это была тринадцатая по величине социальная сеть в мире, по положению на 2017 г. она насчитывала 25 млн пользователей. Каждый пользователь этой сети имеет возможность выкладывать на собственной странице свои произведения, получать от других пользователей комментарии и оставлять комментарии самому. Разделы сайта сформированы, прежде всего, по художественным направлениям, в которых выполнены произведения: Цифровое искусство (Digital Art), Фан-арт (Fan Art), Анимэ и манга (Anime and Manga), Косплей (Cosplay), Комиксы (Comics) и т. д.; также они разделяются по использованным для создания работ программам. На сайте есть функции блогов, опросов, тематических сообществ и портфолио. Считается, что на DeviantArt очень много любителей, неискушенных в искусстве рисования.

– ArtStation – www.artstation.com. В отличие от DeviantArt, сайт ориентирован на художников с более высоким профессиональным уровнем. Здесь можно найти страницы крупных специалистов, сайт является своеобразной биржей труда. Потенциальные работодатели ищут здесь сотрудников для своих проектов; есть специальный раздел с вакансиями. На сайте много возможностей для демонстрации визуальной продукции, например графики в формате 3D. В отличие от рубрики DeviantArt, ориентированной скорее на потребителей, в рубрикации ArtStation значительно расширен набор художественных направлений (например, появилось абстрактное искусство), введены и практические разделы (например рисование раска-

дровок). Здесь же большое количество практикоориентированных материалов (предлагаются учебные курсы по рисованию, рекламируются учебные заведения и др.), работает магазин. За дополнительную плату пользовательские возможности можно расширить, т. е. человек, стремящийся к профессиональному самосовершенствованию, как правило, вступает с сайтом в коммерческие отношения – он платит за расширение возможностей, пользуется размещенной здесь рекламой, делает покупки в магазине и т. д. Переход артера из «любительского» DeviantArt на более профессиональный ArtStation воспринимается как момент творческого роста.

Конечно, две перечисленные платформы – это только одно из немногих мест, где происходят самопрезентация и общение артеров. Например, существует похожий по структуре японский сайт Pixiv (www.pixiv.net), работающий на японском и английском языках. В любой социальной сети существуют специализированные ресурсы, которые легко найти по ключевым словам или тэгам. Так, в русскоязычном сегменте Интернета артеров площадки, посвященные артам, можно в большом количестве увидеть в социальных сетях ВКонтакте, Instagram, Twitter; в мессенджере Telegram, на фотохостинге Pinterest, видеохостинге YouTube.com и т. д.

И DeviantArt, и ArtStation включают в себя разнообразный контент – здесь и просто арты (отдельные статичные рисунки), и комиксы (серии рисунков, образующих некое повествование), и мультфильмы. Но существуют и специализированные платформы, посвященные именно комиксам; например, Webtoons (<https://www.webtoons.com>) и Webcomics (<https://www.webcomicsapp.com>). Как и в других сайтах по изобразительному творчеству пользователи здесь выкладывают собственные произведения – комиксы (иногда пошагово), получают комментарии на них.

Артеры настаивают на том, что образованное ими общество не имеет стилистических границ. Действительно, на арт-сайтах DeviantArt и ArtStation можно встретить реалистическое, гиперреалистическое и абстрактное искусство, пейзажи, портреты, натюрморты. Необязательно здесь и пользование компьютерной техникой для создания артов (формат *дидж*, от англ. *digital art* – цифровое искусство), широко

практикуется и работа традиционными инструментами художников (формат *традишка*, от англ. *traditional art* – традиционное искусство). Однако в целом подавляющее число артов стилистически ориентировано на эстетику мультипликации, комиксов, компьютерных игр. Если заглянуть в раздел абстрактного искусства (Abstract) на сайте ArtStation, представленные здесь арты будут большей частью восприниматься в контексте остального контента сайта. Художники, которым такая стилистика не близка, не посещают арт-сайтов, выбирая для профессионализации другие социальные пространства.

Подчеркнем, что перечисленные выше специализированные сайты для артов англоязычны, артеры из разных стран заходят сюда на равных; самопрезентация и обсуждение артов друг друга не предполагают глубокого знания языка, с помощью незначительных языковых навыков и автопереводчика артер, например, из российской глубинки может легко беседовать с артером из Японии или Бразилии.

Англоязычный характер общения внутри комьюнити привел к тому, что сленг русскоязычных артеров состоит преимущественно из англицизмов, в разговоре между собой они употребляют кальки с английского. Как это и свойственно социальным диалектам, их лексический состав отражает реалии сообщества, в котором они используются [1, с. 105–119]. Иначе говоря, сленг формируется как отображение предметного мира сообщества или социального слоя, его деятельности, структуры, системы статусов, ценностей и т. д. В данном случае сленг арт-сообщества¹ также отражает его основные реалии: технику рисования (референс, драфт, туториал, шейдинг), характеристики артов (дидж, традишка, полноценка, чар, перс) и формы коммуникации артеров.

Как показывают наблюдения за деятельностью арт-комьюнити, коммуникация здесь имеет больше горизонтальный характер, чем вертикальный. То есть, артеры общаются преимущественно с теми, кто имеет примерно такой же уровень профессионализма. При равенстве профессиональной компетенции становятся возможными и особые формы комму-

¹ Androctonus_616. Коммишка, традишка, коллаб: терминология современного художника // Синий сайт. 22.03.2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://ficwriter.info/stati/61-kak-opublikovat-knigu-q/oformlenije-q/7233-modern-artist-terminology.html>. (дата обращения: 25.06.2025).

никации, труднодоступные при вертикальной коммуникации (например, совместное творчество).

Коммуникация может выражаться в следующих формах.

1. Комментирование артов, простановка лайков и дизлайков уже сами по себе являются формой общения, отражая коммуникативные связи, существующие в комьюнити.

2. Создание творческих альянсов, как уже говорилось, осуществляется обычно артерами, примерно равными по уровню мастерства (или, говоря на сленге, имеющими одинаковый *скилл* (англ. *skill* – навык, умение что-либо делать)). Союз соавторов называется *коллаб* (англ. *collaboration* – сотрудничество, совместная работа). Например, два автора могут создать в коллабе какую-либо графическую работу или комикс.

Не вступая в коллаб, артер также может привлекать других к своему творческому процессу, выкладывая для общего обозрения недоделанные работы – *випки* (англ. *WIP*, *W.I.P.*, *work in progress*). Публикуя *випку*, автор не просто привлекает внимание к своей работе, он обращается к сообществу (вернее, к кругу знакомых артеров) за советом, как ему лучше продолжить работу, это тоже форма стимулирования общения и творческого взаимодействия. Привлечь внимание окружающих к своему развитию артер может, сделав и опубликовав *редрав* (*redraw*) – перерисовывая свою же старую работу, чтобы показать, насколько со временем улучшился навык рисования.

Артер может предложить сообществу сделать *редизайн* (*redesign*) своего персонажа, то есть, нарисовать арты, в которых тот же персонаж нарисован иначе; возможно, в другой стилистике. В том числе это может быть сделано в форме конкурса.

3. Организация творческих конкурсов, игр и лотерей – одна из форм коммуникации в арт-сообществе. Они проводятся на всех уровнях – и администраторами специализированных сайтов, и простыми пользователями. Руководство сайтов подает пример пользователям, организуя коммерческие конкурсы. Так, *DeviantArt* организовывал конкурсы по разработке дизайна и продвижению новых марок автомобилей, конкурсы фан-арта, связанного с выходом новых фильмов и видеоигр. Победители получали денежные призы и другие поощрения.

В отличие от конкурсов, которые предполагают структурированность и систему вознаграждений, *челленджи* (англ.

challenge – вызов) – более широкое понятие. Участие в челлендже – один из способов заявить о себе; арты, выполненные в рамках челленджа, как правило, ищутся с помощью тэгов: арт, снабженный специальным тэгом и размещенный на личном ресурсе, может оказаться известным большому количеству пользователей. Примером популярного челленджа является Inktober (англ. *ink* – тушь и *october* – октябрь) – с 2009 года он проходит каждый октябрь, участники в течение месяца ежедневно рисуют и выкладывают рисунки по определенным темам, выполненные тушью или «цифровой тушью»¹, последнее время установке на рисование именно тушью следуют всё менее строго.

Игра *аск* (англ. *ask* – спрашивать) основана на том, что ведущие от имени персонажей отвечают на вопросы, которые им задают все желающие. Ответ дается в виде рисунка или комикса, где изображен персонаж и написан его ответ.

Особая форма конкурса – *кирибан* (яп. *kiri no ii ban* – хорошее число, чтобы остановиться). Участники конкурса должны зафиксировать определенное постоянно увеличивающееся число (количество постов, подписчиков), и за это получить награду. Кирибаны проводились на самых разных интернет-площадках для повышения посещаемости, но специфика арт-сообществ в том, что наградой здесь является рисунок, или кирибан-арт.

4. Арт-комьюнити позволяет зарабатывать. Арты, произведенные на заказ за деньги, называются *комишками*, *комишн* (англ. *commission* – заказ). Коммерческая составляющая есть в производстве *адоптов* (англ. *adopt* – принимать, усыновлять) – артер придумывает персонажа и выставляет его на продажу; при покупке адопт и права на него полностью переходят покупателю.

Различные участники арт-комьюнити выставляют разные цены на свои арты. Есть авторы, которые заключают договора на регулярную продажу артов; например, пользуются спросом эротические арты с участием персонажей фурри (стиль, основанный на антропоморфном изображении животных). Однако многие пользователи, вступающие в товарно-денежные отношения, назначают невысокие цены,

¹ Что такое Inktober и почему все его так любят? // DTF. 29.09.2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://dtf.ru/life/220474-cto-takoe-inktober-i-pochemu-vse-ego-tak-lyubyat>. (дата обращения: 25.06.2025).

и это скорее символическая, игровая монетизация межличностных отношений, чем реальный заработок.

5. Широко распространены дарение и обмен. *Гифт* (англ. *gift* – подарок) – рисунок в подарок; *реквест* (англ. *request* – просьба) – работа, выполненная на заказ бесплатно или за какие-то небольшие символические бонусы (например, за репост с похвалой); *трейд* (англ. *trade* – обмен, торговля) – обмен рисунками (например, два артера могут договориться нарисовать персонажей, придуманных друг другом). Обмен может выйти в оффлайн: так, *АСЕО-трейд* (англ. *art cards, editions and originals* – художественные открытки, напечатанные и нарисованные от руки) – обмен по почте самодельными открытками с рисунками, сделанными от руки или отпечатанными.

Дарению и обмену как формам коммуникации и способам выстраивания социальных связей посвящена обширная исследовательская литература. Стоит отметить, что символический обмен такого рода осуществляется и в молодежных сообществах [3, с. 211–222], арт-сообщество в данном случае является частным случаем распространенного подхода к выстраиванию коммуникации.

Включаясь в деятельность арт-комьюнити, артеры включаются и в общение, формируя собственные коммуникативные стратегии. В качестве примера можно привести фрагмент информации из аккаунта девушки, которая сама себя называет «не до художницей» (пунктуация в следующих двух цитатах приведена к грамматическому стандарту): «(...) здесь будут мои продвижки в рисовании, всякие разные рисуночки новые персыыы, и всякое (...) Я если что рисую чаще всего девушек, но учусь рисовать парней честно. Что бы не было никаких проблем, предупреждаю: я беру идеи для своих персов сама, но иногда спрашиваю у своих дорогих подписчиков, за что и большое спасибо. Короче говоря, спасибо, что ты здесь, спасибо, что подписан, а если ещё нет – то советую. Трейды – даа (в спец обсуждении). Коллабы – возможно (но можно попробовать). Комишен – нет (скилл мал)». А вот самопрезентация более опытной пользовательницы: «Арт-статус: Коммишены – открыты; Трейды – открыты (для артеров с моим и выше моего уровнем); Коллабы – открыты (для артеров с моим и выше моего уровнем); Реквесты – закрыты; Гифты – друзьям и случайным

людям, чьи персонажи мне чем-то приглянулись (...) Помимо рисования я занимаюсь озвучкой и видео-мейкингом, поэтому не стесняйтесь заглянуть в видеозаписи;3». Здесь девушки, сообщая о себе, указывают формы коммуникации, в которые они готовы вступить с другими артерами.

Выводы

Вкратце ответив на два вопроса, обозначенных в первом абзаце статьи, сделаем выводы.

Во-первых, можно увидеть, как в современных условиях развития постсубкультурных форм самоорганизации происходит формирование арт-коммунити. Помимо традиционных институциональных и неформальных художественных сообществ (студий, специальных учебных заведений, творческих объединений), благодаря новым технологиям и формам коммуникации возникла неформальная коммуникативная среда, позволяющая представлять собственные произведения, организовывать рабочий процесс, обмениваться опытом, учиться, искать работу. Эта среда позволяет решать задачи социализации и профессионализации.

Во-вторых, в виртуальном постсубкультурном комьюнити формируется межличностная коммуникация: в процессе обучения рисованию создаются творческие альянсы, организуются конкурсы и лотереи, действует система обмена дарами, работают товарно-денежные отношения, происходит сегрегация по степени профессионализма и частично по возрасту. Таким образом, арт-комьюнити выступает как структура, обеспечивающая возрастную потребность в социализации через общение (раньше эту задачу решали молодежные субкультуры).

В то же время онлайн-общение имеет ограничение для перехода в оффлайн – жители крупных городов имеют возможность встречаться со своими земляками в реальности, в том числе на специализированных мероприятиях; но артеры, живущие друг от друга далеко, вынуждены общаться только с помощью переписки или через скайп. В этом отношении задачи социализации через общение в постсубкультурных виртуальных условиях решаются значительно хуже, чем в прошлые десятилетия.

Список литературы

1. Жирмунский В. Национальный язык и социальные диалекты. – Л., 1936. – С. 105–119.
2. Кардапольцева В. Н., Алексейцева Е. В. Концепт арт // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2017. – Т. 3. – Ч. 2. – С. 9–12.
3. Щепанская Т. Б. Система: тексты и традиции субкультуры. – М.: ОГИ, 2004. – С. 211–222.
4. Muggleton D. Inside subculture: The Postmodern Meaning of Style. – Oxford: Berg, 2000.
5. The post-subcultures reader / Ed. by D. Muggleton, R. Weinzierl. – Oxford: Berg, 2003.

References

1. Zhirmunskii, V. (1936) *Natsional'nyi iazyk i sotsial'nye dialekty* [National language and social dialects]. L. Pp. 105–119. (In Russian).
2. Kardapol'tseva, V. N., Alekseitseva, E. V. (2017) Kontsept art [Concept-art] *Mezhdunarodnyi zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk – International Journal of Humanities and Natural Sciences*. Vol. 3. Ch. 2. Pp. 9–12. (In Russian).
3. Shchepanskaia, T. B. (2004) *Sistema: teksty i traditsii subkul'tury* [System: texts and traditions of the subculture]. Moscow: OGI. Pp. 211–222. (In Russian).
4. Muggleton, D. (2000) *Inside subculture: The Postmodern Meaning of Style*. Oxford: Berg.
5. *The post-subcultures reader* (2003) Ed. by D. Muggleton, R. Weinzierl. Oxford: Berg.

Информация об авторе

Громов Дмитрий Вячеславович – доктор исторических наук, Институт этнологии имени Н. Н. Миклухо-Маклая РАН, Москва, Российская Федерация. ORCID ID: 0000-0002-0443-8718, e-mail: gromovdv@mail.ru

Information about the author

Dmitriy V. Gromov – Dr. Sci. (History), N. N. Miklukho-Maklai Institute of Ethnology and Anthropology, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russian Federation. ORCID ID: 0000-0002-0443-8718, e-mail: gromovdv@mail.ru

Поступила в редакцию: 20.05.2025
Принята к публикации: 09.07.2025
Опубликована: 25.09.2025

Received: 20 May 2025
Accepted: 09 July 2025
Published: 25 September 2025