

# ФУРРИ-АРТ КАК ПРЕДМЕТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ: СПЕЦИФИКА И ОПЫТ ИЗУЧЕНИЯ

М. Д. Данилов

*Белорусский Государственный университет, г. Минск;*

*saren66275@gmail.com;*

*науч. рук. – С. Н. Булова, канд. юридич. наук, доц.*

Данное исследование является продолжением предыдущего авторского проекта изучения субкультуры фурри (2019). С целью получения более подробной информации о специфике субкультуры фурри в 2020 году изучался наиболее значимый ее элемент: фурри-арт. Это одновременно позволяет лучше понять работу рынка фурри-арта как теневого рынка изобразительного искусства в целом, так и интересы его субъектов в лице заказчиков фурри-арта. Исследование является международным и проводится совместно с исследовательской группой International Anthropomorphic Research Project (Международный Проект Антропоморфного Исследования, Канада), которая уже несколько лет занимается изучением субкультуры фурри для лучшего понимания представителей этой субкультуры. Специфика объекта не позволяет провести исследование методами, отличными от онлайн-опроса с использованием доступной выборки. В наших опросниках стояли как довольно общие вопросы для фуррей об их участии в субкультурной деятельности, так и специфические, напрямую касающиеся фурри-арта, который они приобретали. Полученная информация позволяет выделить уровень активности потребления фурри-арта, а также интересы фуррей, которые они выражают через его приобретение. Это дает возможность лучше понять и структурировать субкультуру (социологический аспект), и создать некоторый ориентир для художников, которые желают посвятить себя производству фурри-арта (маркетинговый аспект).

**Ключевые слова:** Фурри, арт, изобразительное искусство, онлайн-опрос, субкультура.

Прежде, чем говорить об исследовании, следует кратко раскрыть несколько понятий. **Фурри** – субкультура, основанная на идее единения человеческих и животных черт в едином существе, как внешних, так и внутренних. **Фурри-арт** – произведения изобразительного искусства, изображающие фуррей, т.е. формы жизни, которые сочетают в себе животные и человеческие черты. **Фуррёвый** – прилагательное, обозначающее принадлежность к фуррям.

## ОСОБЕННОСТИ МЕТОДОЛОГИИ

Они связаны прежде всего: 1) со спецификой объекта (труднодоступная, гипотетическая по объему совокупность; латентная группа) и 2) со сбором информации. Исследование фуррей с применением случайной маршрутной выборкой не представляется возможным. Во-первых, не существует единого реестра фуррей. Во-вторых, наше исследование

дискриминации фуррей (2019 г.) выявило среди фуррей довольно высокий уровень стигматизации, из-за чего более трети фуррей предпочитают скрывать свою принадлежность к субкультуре, что также осложняет получение информации даже при выходе на потенциального респондента.

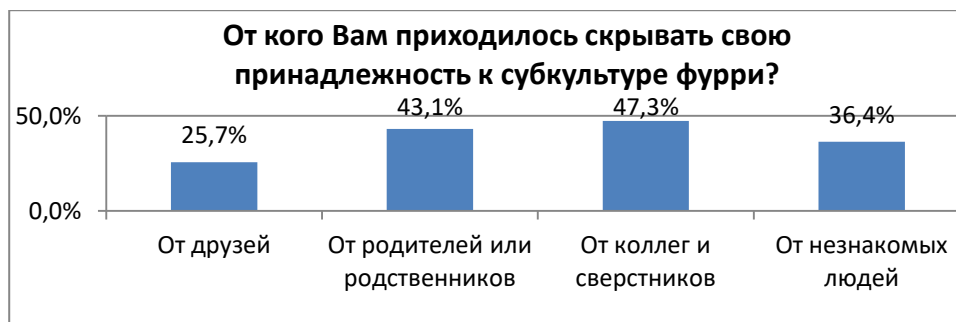


Рис. 1. Распределение ответов фуррей на вопрос о том, от кого им приходилось скрывать свою принадлежность к субкультуре

И в-третьих, большая территория нахождения фурри (разные страны и континенты), но при этом низкая плотность их расселения, также делает их труднодоступным объектом для случайной (в том числе, маршрутной) выборки. По этим причинам было решено использовать метод доступной выборки и создать онлайн-опрос, ожидая, что достаточно большая, более 300 респондентов, статистически значимая выборка максимально сгладит проблемы с репрезентативностью.

Теоретически можно было бы также использовать сплошной опрос, изучая всех фуррей на массовых фуррёмых мероприятиях, конференциях, однако же, в Беларуси не проводится ни одного достаточно крупного мероприятия такого плана. К тому же, на наш взгляд, фурри, которые посещают мероприятия, не представляют всё разнообразие характеристик сообщества фурри в целом. Посещение мероприятий требует наличия финансовых и транспортных возможностей добраться до места проведения, что может отсеять определённый пласт респондентов. Исследовательская группа International Anthropomorphic Research Project (IARP) установила, что среди американских фуррей, посещающих фуррёмые конференции, средний возраст составил около 27 лет. В то время как для фуррей среди интернет-пользователей средним возрастом является всего лишь около 24 лет [1, с. 4]. Хотя по причине того, что из результатов анализа были исключены респонденты до 18 лет, реальные цифры ещё меньше. Моё собственное исследование показало, что средний возраст среди русскоязычных фуррей – 19 лет. То, что североамериканские фурри в среднем старше российских, объясняется тем, что субкультура изначально зародилась в США и распространяется в основном через ин-

тернет, в то время, как и сама субкультура, и интернет, появились на территории СНГ намного позже.

Распространение онлайн-анкеты проводится путём обращения к администрации различных фурр-ресурсов с просьбой разместить на ресурсе приглашение для участия в исследовании и ссылку на анкету. С целью повышения доверия со стороны администрации ресурса и респондентов, исследователю желательно являться включённым в субкультурную активность. Возможно, сходная методология является наиболее эффективной не только для изучения фуррей, но также и для изучения других труднодоступных и латентных групп.

Возвращаясь к исследованию фурри-арта стоит повторно упомянуть, что это международное исследование. По единому инструментарию и с использованием аналогичной методологии в 2020 году будут проведены два исследования среди русскоязычных и англоязычных фуррей (но в разные месяцы: весной и осенью), чтобы были возможности для дальнейшего сравнения данных. Хронологически наше исследование является первым, так как проводится весной. В качестве платформы для создания онлайн-анкеты используется сервис Google Forms, позволяющий собирать и обрабатывать данные в режиме реального времени, и по русскоязычному блоку на момент написания статьи собрано уже свыше 450 анкет более чем с 10 различных фурр-ресурсов. Колебания среди распределений ответов на вопросы практически прекратились, так что по собранным данным уже можно делать определённые выводы. Предварительные данные, предоставляемые сервисом, не предусматривают кодировку ответов на открытые вопросы или отбор респондентов по фильтрам. Поэтому, объём доступной на сегодняшний день информации ограничен.

К сожалению, подчеркнем, на данный момент провести сравнительный анализ с выборкой по англоязычному блоку не представляется возможным, т.к. сбор данных в этом регионе запланирован на осень 2020 года. По этой причине пока можно только говорить о результатах русскоязычной категории фуррей вне контекста сравнения с остальным миром.

*Одними из ключевых для исследования данных я бы отметил следующие.*

Около 46% фуррей хоть раз в жизни заказывали фурри-арт. Более половины (53,7%) фуррей, получавших фурри-арт, приобретали его также и в качестве подарка для других людей. Каждый пятый (21%) из приобретавших фурри-арт делал это по меньшей мере один раз в месяц. 18% фуррей-приобретателей фурри-арта, получали хоть раз изображения порнографического характера. Четверть респондентов (26%) – по край-

ней мере один раз приобретали арт эротического характера. Этот пункт особенно важно отметить по причине того, что, по оценкам самих фуррей, на подобный контент приходится около 50%, т.е. половина [1, с. 93]. IARP также проводили опрос среди фурри-художников, чтобы те примерно оценили, какая доля их контента приходится на арт «для взрослых». И в среднем получили цифру в 25%, т.е. каждый четвертый [1, с. 106]. Однако же, несмотря на то, что арта, имеющего возрастные ограничения для просмотра, меньше в общей доле арта, интерес среди фуррей к нему несколько выше [1, с. 97].

Нами изучался и вопрос стоимости арта. Наиболее часто (26% от числа приобретавших фурри-арт) фурри приобретают художественные изображения в ценовом сегменте до \$10. Это больше чем те, кто наиболее часто получал арт бесплатно (19%). Лишь каждые четыре из 100 (4%) респондентов отметили, что наиболее часто покупают арт в ценовом интервале \$51-100, что является наиболее высоким ценовым диапазоном, среди наиболее часто покупаемого арта. В целом лишь 0,7% русскоязычных фуррей (незначительное количество) покупали арт дороже \$101. Стоит помнить, что фурри – в основном молодежная субкультура, представители которой часто не являются экономически состоятельными людьми. Фурри чаще покупают арт с абстрактным фоном (57%), чем с детализованным (43%), что говорит о небольшом приоритете изображения самих персонажей над контекстом, в котором они изображаются.

Дальнейшего анализа потребуют открытые вопросы о предпочитаемых стилях, значимости фурри-арта в жизни человека и фетишах, связанных с фурри-артом. Несмотря на то, что многие данные потребуют дальнейшей обработки и сравнения русскоязычных фуррей с англоязычными, по предварительным данным уже можно видеть, что ***покупка фурри-арта, как возможность самовыражения, играет довольно важную роль в субкультуре, но при этом роль эротического контента на самом деле там несколько ниже, чем принято считать.***

#### Библиографические ссылки

1. Roberts, S. E., Plante, C. N., Gerbasi, K. C., & Reysen / FurScience! / International Anthropomorphic Research Project. – Waterloo, Ontario, Canada – 2016. 166 p. ISBN: 978-0-9976288-0-7.