

СТРАТЕГИИ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ СТРИТ-АРТА В БЕЛОРУССКОМ МЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Н. В. Костюков

*Белорусский государственный университет,
n.kostyukov@gmail.com,
научный руководитель – Н. А. Тоцицкая, магистр филологических наук*

В данной статье автором была предпринята попытка выделить основные стратегии репрезентации стрит-арта в белорусском медийном пространстве. Объект исследования – современное уличное искусство города Минска. Цели работы заключаются в анализе материалов белорусских СМИ, освещающих тему стрит-арта, оценке влияния медиа на формирование определенного образа современного уличного искусства среди целевой аудитории. Выводы данного исследования могут стать основой для дальнейшего изучения стратегий репрезентации стрит-арта в белорусском медийном пространстве.

Ключевые слова: стратегии репрезентации; стрит-арт; белорусское медиа-пространство; культурное пространство; мурал.

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, согласно итогам переписи 2019 г., в стране насчитывается более семи миллионов городского населения [1]. Исходя из приведенных данных следует, что протекающие сегодня урбанистические процессы непосредственно влияют на общество в целом и, как следствие, на отдельно взятую личность. Одним из факторов воздействия на субъект является городская культура, создающая в том числе и образ города.

Культурное пространство города – уникальное явление, которое служит средством выражения человеческого потенциала, также способствует реализации социальных программ и идей. Одной из таких форм самовыражения является стрит-арт.

Стрит-арт – городское искусство, включающее «формы уличной активности, в том числе и политический активизм, коммерческую рекламу и народный жэк-арт» [2, с. 7–8]. Как феномен, ранее воспринимающийся исключительно в ключе вандализма и носивший протестный характер, стрит-арт сегодня – это способ художника донести свои идеи широкой неподготовленной аудитории. Непосредственное влияние на факт переосмысления общественностью стрит-арта оказало активное освещение его в средствах массовой информации.

В данной работе мы проанализируем стратегии репрезентации стрит-арта в белорусском медийном пространстве на примере урбанистической среды города Минска. Актуальность темы заключается в том, что активно развивающееся уличное искусство сейчас является неотъемлемой частью городской среды, способствует формированию города как культурного центра. Эмпирической базой исследования послужили такие издания, как информационный портал «Минск-новости», портал CityDog.by, а также новостной репортаж телеканала «Беларусь-1».

В белорусских СМИ об уличном искусстве впервые заговорили в 2013 г. Тогда в Минске в рамках проекта SIGNAL прошла лекция известного уличного художника из Нижнего Новгорода Никиты Nomerz. В журналистских материалах были сделаны акценты на персоналии художника, в текстах прослеживался его бунтарский дух, тем самым акцентировалось внимание читателя на восприятии стрит-арта как искусства и на нелегальности рисунков на зданиях. В материалах не было негативного оттенка. На лекции художник отметил, что в минском городском пространстве мало художественных арт-объектов, но есть в них потребность, а также поддержка среды горожан.

Информационный городской портал «Минск-новости» в материале от 15 октября 2015 г. освещал фестиваль Urban Myths («Городские мифы»). Цель проекта заключалась в привлечении в Беларусь уличных художников из разных стран для преобразования минской городской среды. Данный материал представляет собой обзор, не имеющий оценочной характеристики. Тот же проект в репортаже от 19 ноября 2015 г. освещал телеканал «Беларусь-1». Стоит отметить аналитический взгляд корреспондента на уличное искусство: она сравнивает его с «монументальным» и подчеркивает, что «каждая работа – культурно-историческая ценность».

Несмотря на положительное освещение фестивалей уличного искусства, можно встретить критику, но только одного мурала. Центром общественного обсуждения стала работа греческого художника Iно, одного из приглашенных звезд фестиваля Urban Myths («Городские мифы»). Его работа называется «Человек без имени» и посвящена проблеме национальной идентичности. Однако изображение человека со свечей сформировало двоякое мнение общественности: от «приятно видеть современное искусство» до «запретить надо такое рисовать». Также городской портал «Минск-новости» в интервью с заместителем главы администрации Октябрьского района Игорем Журом от 31 января 2016 г. освещал данную тему. На фоне сложившегося общественного резонанса журналист задавала вопросы, ка-

сающиеся не только будущего мурала «Человек без имени», но и возможности приглашения греческого художника Ipo на следующий фестиваль. Ответы администрации в итоге не имели никакого отрицательного оттенка, напротив, растущий зарубежный интерес к белорусскому фестивалю только увеличивал снисхождение к стрит-арту.

Из-за непонимания концепции муралов возникают подобные ситуации: недопонимание между работой художника и жителями спальных районов. На портале CityDog.by в материале от 24 октября 2019 г. журналист решил осветить триптих, над которым завершалась тогда работа. Основным аспектом было выбрано трактование концепции работы, при этом делался акцент на молодёжности и актуальности мурала: «Триптих разместится в молодом районе, где живет и работает прогрессивная молодёжь». Также в материале были приведены статистические данные, исходя из которых более 80 % опрошенных поддерживали идею появления триптиха на стенах многоквартирных домов. Данный проект журналист в материале освещает со стороны национальных ценностей, технологического прогресса и прогрессивного молодого поколения.

Таким образом, для репрезентации стрит-арта в белорусском медийном пространстве характерно максимально объективное освещение темы, что достигается представлением разных точек зрения и минимальным оценочным вмешательством корреспондентов. Из чего следует формирование нейтрального и благоприятного образа стрит-арта, что подтверждается ежегодным увеличением муралов в урбанистической среде города Минска, а также высокой оценкой от мирового стрит-арт сообщества. На основе проведенного анализа можно выделить следующие стратегии репрезентации стрит-арта в белорусском медийном пространстве:

1. Презентации.
2. Нейтральной оценки.
3. Толерантности (терпимость СМИ к мировоззрению, мироощущению и их интерпретациям в стрит-арт работах художника).
4. Аргументации.
5. Диалога мнений.

Данные стратегии СМИ способствуют переосмыслению уличного искусства, а также позиционированию его как легальной художественной практики.

Библиографические ссылки

1. Подведены итоги переписи населения Республики Беларусь 2019 года // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный

ресурс]. URL: <https://pravo.by/novosti/novosti-pravo-by/2020/september/54414/>
(дата обращения: 10.04.2021).

2. *Пиликин Д. Н.* Терминология уличного искусства. Опыт словарных дефиниций // Эстетика стрит-арта: сб. статей / ФГБОУ ВО «Санкт-Петербург. гос. ун-т промышленных технологий и дизайна»; под общ. ред. К. А. Куксо. СПб.: СПбГУПТД, 2018. 96 с.