

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра общего литературоведения и журналистики

Явление граффити в материалах саратовских СМИ за 2018–2020 годы

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 432 группы
направления 42.03.02 «Журналистика»
Института филологии и журналистики

Оленникова Дмитрия Леонидовича

Научный руководитель

к.ф.н., доцент _____ А.А.Суворов

Консультант

к.ф.н., доцент _____ К.А. Розанов

Зав. кафедрой

д. филол. н., профессор _____ В.В. Прозоров

Саратов
2021

Введение

Современное медийное пространство представлено большим жанровым спектром для создания сообщений, направленных на большую аудиторию. Одним из древних таких источников информации, сохранившихся до наших дней, является наскальная живопись или граффити.

В современных реалиях всё сложнее сохранить звание райтера. Всё дело в согласованности действий художника с хозяином собственности. И если консенсус не был найден, такую работу нередко называют вандализмом. Соответственно, отрицательная репутация также приходит вкупе с неэстетичными, низкокультурными выходками невежд.

Цель квалификационной работы – определить, какое место занимает тема граффити в публикациях саратовских интернет-изданий.

Основные задачи работы:

- определить понятие «граффити», разграничить его с понятием «оформительский дизайн»;
- провести анализ публикаций, посвящённых граффити в различных саратовских изданиях;
- составить классификацию журналистских материалов о граффити.

Объектом исследования является внимание СМИ к теме граффити в интернет-изданиях Саратова.

Предмет исследования – тема граффити в материалах саратовских изданий.

Материалом исследования стали публикации саратовских изданий «Аргументы и факты в Саратове», «Комсомольская правда – Саратов», «Провинциальный телеграф», «Регион-64», «Глас Народа», «Коммерсант

Средняя Волга», «Московский Комсомолец – Саратов», «Общественное мнение» и «Саратовский арбат» за 2018-2020 годы.

Рабочее определение ГРАФФИТИ - это вид изобразительного искусства, отличительным признаком которого является носитель графического объекта, чаще всего это здания и сооружения, но иногда и движимые объекты (обычно транспорт).

Благодаря постоянной граффити-зоне на набережной Саратова, нескольким ключевым тематическим точкам в городе и периодически появляющимся новым работам, локальные интернет-порталы и пресса продолжают следить за активностью райтеров.

Так, примером положительного отношения к граффити может стать заметка о дне памяти Сергея Бодрова¹. 20 сентября 2018 года поклонники приносили цветы к портрету знаменитого актера и режиссёра на пересечении улиц Октябрьской и Челюскинцев.

Примером материала о безрассудном вандализме послужила статья о расписывании чужих автомобилей двумя школьниками² 26 сентября 2019 года. Вооружившись баллончиками с краской, они закрасили фары и оставили нецензурные надписи на покрытиях автомашин. Такие инциденты порочат репутацию уличного искусства и несут в себе исключительно деструктивный заряд. В этом случае произошедшее – не более чем хулиганство, однако в мировой практике имеют место проделки вандалов, попавшие на полосы крупных изданий и захвативших мировое внимание по причине диссонанса вандализма с искусством.

¹ Саратовцы несли цветы к портрету Сергея Бодрова на Октябрьской [Электронный ресурс] // Регион64// [Электронный ресурс]:URL: sarnovosti.ru/news.php?ID=98900 (Дата обращения: 05.04.2021)

² Саратовцы несли цветы к портрету Сергея Бодрова на Октябрьской [Электронный ресурс] // Регион64// [Электронный ресурс]:URL: sarnovosti.ru/news.php?ID=98900 (Дата обращения: 05.04.2021)

Таким провокационным художником оказался француз с ником Kidult (Кидалт)³. Деятельность, которая прославила его по всему миру, имеет весьма сомнительную репутацию. Кидалт оставляет свои тэги на фасадах модных бутиков огромными буквами ядовитого цвета. СМИ никак не разберутся: являются его работы актом искусства или типичного вандализма.

Как бы то ни было, художник, разрисовывая витрины, оставлял на них, можно сказать, свою реакцию, позицию и идею. Е.В. Маисеева в своей статье «Визуальные средства коммуникации в современном провинциальном городе»⁴ как раз пишет о функции граффити в связи с его публичной природой. Она определяет её как функцию манифестации. В частности, акты Кидалта можно рассматривать как манифестирующие индивидуальные ценности.

Второй важной функцией Маисеева выделяет коммуникативную. Она представляет граффити как особую информационную площадку, на которой ведётся диалог адресанта с адресатом. Существует даже попытка классифицировать граффити по типу адресата: для любого, кто прочитает; для членов определённой группы; для человека, неизвестного автору и для самого себя.

Тема граффити неоднократно становилась предметом научных исследований. Например, в работе Н.И. Ефимовой «Граффити как элемент городского "текста"»⁵ исследуется феномен в целом и неоднозначность его жанров. Поднимается вопрос о том, что можно считать коммерческим

³ Юра Катовский, Парижский вандал Kidult: зачем уличный художник портит фасады дорогих бутиков [Электронный ресурс] / Юра Катовский / «furfur [Электронный ресурс]:URL: www.furfur.me/furfur/culture/culture/161432-kidult (Дата обращения: 05.04.2021)

⁴ Е.В.Маисеева, Визуальные средства коммуникации в современном провинциальном городе(на примере граффити г.Кургана) [Электронный ресурс] / Е.В.Маисеева / cyberleninka / [Электронный ресурс]:URL: cyberleninka.ru/article/v/vizualnye-sredstva-kommunikatsii-v-sovremennom-provintsialnom-gorode-na-primere-graffiti-g-kurgana

⁵ Ефимова Наталья Игоревна, Граффити как элемент городского "текста" [Электронный ресурс] / Ефимова Наталья Игоревна / cyberleninka / [Электронный ресурс]:URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/graffiti-kak-element-gorodskogo-teksta>

продуктом, а что примером вандализма. Исследователь рассматривает во многом ту же проблему, что и мы.

Интерпретация понятия «граффити» в материалах саратовских СМИ

Мы рассмотрели тему граффити в таких СМИ, как «Московский комсомолец» – 2, «Коммерсантъ» – 1 «Саратовский Арбат» – 2, «Аргументы и Факты» – 18, «Комсомольская Правда» – 10, «Глас Народа» – 23, «Регион 64» – 30, «Общественное мнение» – 25, «Провинциальный Телеграфъ» - 44.

Важно для описываемых в публикациях событий понимать конкретную форму употребления слова граффити. Оформительский дизайн – это решение владельца об изменении облика своей собственности. Уличное искусство, как и граффити, незаконно, но его смысловая нагрузка уже перестала носить исключительно субкультурный характер. Мы можем сказать, что термин граффити является общим термином для изображений на фасадах, но он имеет субкультурные корни с функцией общения. А вандализм – это девиантное поведение человека, направленное на разрушение.

Мы выяснили, что в саратовских изданиях тема «граффити» по большей части представляется публикациями об уличном искусстве. Тема «граффити» как субкультуры равняется вандализму и нередко окрашивается отрицательными эпитетами. Реже применяется термин граффити в значении росписи фасадов. Стоит отметить, что в журнале «Общественное мнение» (<https://om-saratov.ru/>) было выявлено наибольшее количество заголовков с уместным употреблением рассматриваемых нами терминов.

Зависимость формирования имиджа у явления граффити от коннотации термина и жанра публикации:

Для того чтобы выяснить какое влияние имеет жанр публикации на восприятие явления граффити мы провели классификацию и анализ

рассматриваемых материалов на основе пособия А.А. Тертычного «Жанры периодической печати». В нашей подборке 155 публикаций, которые мы разделили на 3 группы: информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров. Используя исследовательский подход Тертычного и применив его к собранным материалам из местных СМИ, мы сделали вывод о влиянии жанра публикаций на восприятие явления граффити в них.

Наибольшее количество статей по теме насчитывает сайт газеты «Провинциальный телеграф» (<http://www.prov-telegraf.ru/>). Прямой связи издания с нашей темой мы не выявили, целевая аудитория – массовый читатель среднего возраста. То есть спектр тем, интересных для него публикаций, включает новости регионального характера, местные локальные события, постановления и выступления представителей администрации, афиши и прогнозы погоды. При этом издание уделяет много внимания интересующей нас теме.

Все 44 материала мы разделили по значению употреблённого термина и выразили эти показатели в процентах. Так, статей с «граффити» в значении росписи фасадов получилось 27,27%, «граффити» как субкультуры – 11,3%, стрит-арт – 56,6% и 4,4% – вандализма

В рассматриваемом издании очень популярны материалы про стрит-арт. Причиной этому – тщательный подход к разработке самого проекта, впоследствии перспективной визитной карточки города. Поэтому журналистами сначала, например, создаются публикации о предложении общественников по созданию граффити, затем – тексты с решением властей, после – о ходе работы и её завершении. Таким образом, про одно и то же изображение газета делает несколько публикаций. Например, про роспись здания на углу улиц Московской и Радищева вышло две.

Самая популярная в рассмотренных изданиях стала информационная группа. Об этом же пишет и Тертычный в своей книге: «Тексты, относящиеся к информационным жанрам, в количественном отношении составляют основную часть массовых информационных потоков. В периодической печати, как и в СМИ в целом, такого рода тексты выступают основными носителями оперативной информации, позволяющей аудитории осуществлять своего рода постоянный мониторинг наиболее значимых, интересных событий в той или иной сфере действительности»⁶. Из чего мы делаем вывод о явной тенденции у СМИ к уменьшению объёма своих материалов.

Можно сделать вывод, что в жанре репортажа, среди прочих информационных жанров, достаточное количество инструментов для создания экспрессивного суждения или выражения субъективного мнения по поводу той или иной темы.

Большинство авторов рассмотренных текстов аналитической группы не вкладывают однозначного отношения, используя термин граффити. Тем не менее, можно выделить некоторые примеры употребления с изначально заложенной оценкой, как то: приравнивание граффити к символам деструктивного поведения в публикации журналистского расследования; наделение термина признаками криминальной субкультурной деятельности в этом же типе публикации; в прогнозе упоминание термина граффити использовалось с целью привлечения внимания в значении новой достопримечательности, ровно, как и в комментарии.

Самая выразительная из трёх групп журналистских жанров по определению имеет наиболее яркое авторское вмешательство. Из-за этого материалы художественной группы являются наиболее трудоёмкими. А способность использовать сходные содержательно-формальные признаки

⁶ Тертычный А.А. Жанры периодической печати/Учебное пособие – М.: Аспект Пресс, 2006.С.52

жанров варьируется от журналиста к журналисту, ведь авторские приёмы субъективны и индивидуальны.

Первая по хронологии статья этого жанра встречается в материале интернет-издания Регион 64 «Снег прикроет в Саратове коммунальные проблемы»⁷. Материал по внешней форме отвечает признакам жанра житейской истории. Автор развивает рассказ вокруг просьбы дочери найти тыкву для праздника. Сам же текст представляет путешествие по улицам Саратова и последующий анализ локальных недостатков. То есть основа материала – критика и высмеивание работы коммунальных служб, а история путешествия – внешняя оболочка и повод данного рассказа. Такая манера подачи информации с присущим высмеиванием характерна другой форме – фельетону.

А редкие публикации в художественных жанрах демонстрируют заинтересованность к теме граффити. Их особенностью стал пример с гороскопом, где автор советует: «граффити может предложить Вашему мозгу несколько новых идей и дать Вам пищу для размышлений». Для нашего исследования это первая публикация, упоминающая уличное искусство не просто в положительном ключе, а с рекомендательным толком.

В этой связи мы приходим к выводу о невозможности нормирования в области эстетики, и единственной возможной мерой в отношениях художников с собственниками расписываемых поверхностей является договор друг с другом.

Востребованность темы граффити у саратовских СМИ можно назвать адекватной относительно появляющихся инфоповодов. Конкретно, большая часть объёма публикаций относится к теме оформительского дизайна –

⁷ Дмитрий Олейник, Снег прикроет в Саратове коммунальные проблемы//Регион 64// [Электронный ресурс]. URL: // <https://sarnovosti.ru/news/sneg-prikroet-v-saratove-kommunalnye-problemy/> (Дата обращения: 26.05.2021)

стрит-арта. Отдельные материалы, посвящённые актам вандализма и субкультурным явлениям в городе, представлены в меньшей степени.

Мы отмечаем парадоксальность в соотношении интернет-публикаций о крупных городских художественных проектах с материалами о нелегальных рисунках. Заметно преобладание и даже акцентирование внимания на материалы про санкционированные работы, в отличие от редких про нелегальные. То есть количество публикаций о несогласованных работах обратно пропорционально числу этих настоящих граффити в городе.

Важно при этом, что авторы публикаций, посвящённых несогласованным граффити, лишь в редких случаях упоминают его в значении вандализма. Этому чаще сопутствуют преступления с нанесением ущерба собственникам или историческим ценностям, например. Случаи с субкультурными рисунками подвергают сомнению, и даже обсуждается возможная нормативность такого рода граффити.

Проводя анализ этих жанровых групп, мы отметили смешение их признаков в материалах. Выяснили, что деление производится фигурально, и академическое соблюдение этих принципов одного жанра ведётся лишь иногда. Жанры способны взаимопроникать как внутри одной группы, так и находить необходимые приёмы и инструменты из другой.

Мы убедились, что тенденции на предвзятое отношение или манипулирование читательским мнением на этот счёт строго отсутствуют в изученных материалах. Вместо этого на приведённых ранее в работе примерах мы наблюдаем попытку журналистов перенести дискурс, касающийся граффити, из административных зданий в общественно-политические интернет-СМИ. Также мы видим включение самих общественных деятелей в журналистскую работу с попыткой рационализации данного вида искусств в городском пространстве.

Современное медийное пространство представлено большим жанровым спектром для создания сообщений, направленных на большую аудиторию. Одним же из древнейших форматов передачи информации является живопись – от наскальной, выражавшей эмоции древних охотников – до современной, нередко демонстрирующей социальный или политический протест ее автора. Так или иначе, каждый из этих рисунков имел в себе коммуникационный посыл, чаще всего был ориентирован на массовую аудиторию, являлся частью современного ему медиапространства.