

Аннотации докладов круглого стола «Креативные индустрии: теория и практика»

Часть 1

1. Оксана Запорожец,

кандидат социологических наук, ведущий научный сотрудник ИГИТИ НИУ ВШЭ.

Тема доклада: «Хипстеры как культурный продукт и создатели городской культуры».

Аннотация:

Хипстеры как особая городская культура привлекают внимание исследователей уже несколько десятилетий (Hebdige, 1979). В зависимости от степени критичности аналитиков хипстеры рассматриваются либо как создатели новой городской культуры – новых практик и ценностей городской жизни (см.: McWilliams, 2016), либо как «потребительский авангард» (Grief, 2010) – «скоростные» потребители, быстрее других реагирующие на культурные новинки. По-разному определяя хипстеров, исследователи признают их роль как городских трендсеттеров, активно влияющих на формирование новых культурных практик, и, следовательно, и городских пространств, особых стилей коммуникации и пр.

Нередко использование общего названия «хипстеры» затрудняет понимание внутренней неоднородности и множественности этой культуры (наличия культурных, возрастных и социальных различий), а также особенностей символического производства «хипстеров» в различных городах и странах (кем, для каких целей, при каких условиях используются представления о хипстерах). Вместе с тем исследователи признают необходимость понимания различий этой культуры, которые становятся очевидными при расширении географии ее исследования (Grief, 2010; Clayton, 2010). В своем выступлении я хотела бы обратиться к двум вопросам: 1. Использованию идеи «хипстеров» и «городской культуры хипстеров» российскими урбанистами для объяснения необходимости и легитимации городских преобразований 2010-х годов. Специфика России, на мой взгляд, заключается именно в популяризации данной группы профессионалами городского развития, а не культурных индустрий или медиа, как это происходило в странах Европы и США. 2. Особенности проявлений этой культуры в российском городском контексте (на примере Москвы).

2. Ирина Сироткина, кандидат психологических наук, ведущий научный сотрудник Института истории естествознания и техники РАН.

Тема доклада: "Перформативный поворот в гуманитарном знании: роль креативных индустрий".

Аннотация:

"Перформативным поворотом" называют переход от исследований культуры как текста к исследованиям культуры как перформанса. Он начался в последние десятилетия прошлого века, в немалой степени под влиянием активно развивающихся креативных индустрий. Если анализировать это влияние теоретически, то необходимо отметить неоднозначность самого термина "перформанс". С одной стороны, "перформанс" переводится на русский как "исполнение", "реализация" (ср.: performing arts - исполнительские искусства). С другой стороны, существенную часть того, что принято называть "перформансом", составляет работа воображения, замысел, игра и вымысел. Вот это соединение в одно целое замысла, плана воображения, с исполнением (планом реальности) и является общим для перформанса и креативных индустрий, включая фэшн-индустрию и дизайн.

3. Ксения Ельцова, кандидат культурологии, преподаватель Высшей школы европейских культур РГГУ.

Тема доклада: "Новые медиа как индустрия культурных практик: производство и потребление смыслов".

Аннотация:

В наши дни новые медиа – повседневность большинства жителей планеты. Интернет как технология связи и возникшие на основе этой технологии социальные сети изменили не только масштабы и интенсивность коммуникации, в которую сегодня может включиться каждый, кто способен купить смартфон и оплатить беспроводную мобильную связь, но и собственно массовую культуру как сферу создания и потребления культурных значений, одновременно определяющих и отражающих состояние современных обществ.

В свою очередь, подобные беспрецедентные интенсивность и массовость коммуникации делают новые медиа не только и не просто еще одним каналом циркуляции смыслов, пусть и более мощным по сравнению с традиционными медиа в плане охвата и включенности аудиторий, но и многомиллиардной индустрией, порождающей широчайший спектр культурной продукции: от фанфика до антивирусного софта, от компьютерных игр до приложений для знакомств, от рекламных кампаний всемирно известных брендов до просветительских образовательных порталов. Вместе с тем новые медиа становятся полем политической борьбы и инструментом манипуляций общественными настроениями: из событий 2016-го года можно вспомнить скандал вокруг хакерских и, шире, информационных атак в медийном пространстве Соединенных Штатов, предположительно организованных российским правительством в ходе предвыборной президентской кампании в США.

Таким образом, новые медиа являются сферой, где невероятно сложным и притом постоянно меняющимся способом возможности производить, распространять и потреблять практически любой контент сочетаются с поисками все новых способов монетизации и все новых стратегий политизации этого контента.

4. Александра Старусева-Першеева, преподаватель Школы дизайна, кинорежиссер, магистр изящных искусств, аспирант Всероссийского университета кинематографии (ВГИК), специалист по истории видеоарта.

Тема доклада: «Экранный образ: видеоарт и массовая культура»

Аннотация:

Видеоарт занимает уникальное место в ряду экранных искусств: если кино и телевидение обращаются к массовому зрителю, к анонимной и в целом пассивной аудитории, то видеоарт, экспонируемый в галерейном пространстве, адресуется сравнительно небольшому кругу зрителей, интересующихся современным искусством и готовым совершать интеллектуальную работу, чтобы воспринять идеи художника. В терминологии М. Маклюэна современный кинематограф и телевидение можно определить как «горячие» медиа, то есть, зрелищные, насыщенные информацией, буквально бомбардирующие зрителя визуальными образами, а видеоарт, напротив, является «холодным» медиумом, потому что художник всегда оставляет поле неопределенности и открывает пространство для инициативы зрителя-интерпретатора, зрителя-соавтора, зрителя-критика. Видеохудожники анализируют и деконструируют коды массовой экранной культуры, а так же большие нарративы, передаваемые с помощью этих кодов. Уже начиная с 1960-х годов видеоарт стал оппозицией телевидению как носителю идеологических сообщений, стал инструментом борьбы за гендерное, классовое и национальное равенство. И сегодня искусство видео не теряет своего значения, а объектом исследования помимо традиционных СМИ становится также интернет и пространство социальных сетей, где информационный поток также не является нейтральным.

Видеоарт, как и современное искусство в целом, мобилизует зрителя, предлагая ему неконвенциональное прочтение традиционных кодов, а также новые художественные

языки, требует активности, интеллектуального и духовного усилия, направленного как на поиск смысла конкретного произведения, так и на формирование критичного режима восприятия, благодаря которому зритель перестает быть жертвой коммуникационных манипуляций со стороны массовой культуры.

5. Михаил Нисенбаум, преподаватель Школы дизайна, искусствовед, главный редактор Лаборатории дизайна НИУ ВШЭ.

Тема доклада: «Время без гениев: новый договор с потребителем»

Аннотация:

Одно из системных последствий становления потребительского общества – маркетингологический детерминизм в искусстве, литературе, кинематографе. На смену стихийному взаимному поощрительному диалогу художника и зрителя приходит регламентированный контракт с «целевой аудиторией». Подобная потребительская регламентация модерирует сознание и поведение как артиста, так и публики. Те, кто пытается выйти за пределы этого контракта, загоняются в формат искусства для узкого круга. Результат новая конвенциональность искусства, которая враждебна всему недюжинному, что свойственно фигуре «гения», «великого художника», «великого писателя» и т.д.

6. Ксения Гусарова, кандидат культурологии, преподаватель программы Fashion Studies (МВШСЭН).

Тема доклада: «Там, где крестик - там точно я...»: дисциплина тела в эпоху интернета.

Аннотация:

Речь пойдет об интернет-публикациях, посвященных внешнему виду и телесным практикам, с точки зрения конструируемой в них идеи нормативности. Мы рассмотрим, как в этих текстах преломляется многовековая традиция печатных руководств по хорошим манерам, направленных на моделирование тела в соответствии с требованиями высокого социального статуса и «цивилизованного» поведения. Очевидная специфика интернет-источников связана с широким использованием визуальных материалов, которые, наряду с вербальными указаниями, становятся важным инструментом дисциплины тела. Мы сосредоточим внимание на публикациях, в которых парные фотографии иллюстрируют «как правильно» и «как неправильно», и проанализируем взаимодействие таких изображений друг с другом, с текстом и с читателями.

7. Татьяна Абанкина, директор центра государственного сектора экономики Института управления государственными ресурсами НИУ ВШЭ

Тема доклада: «Креативные индустрии – сектор перспективного развития культуры и экономики»

Аннотация:

В докладе Т.Абанкиной «Креативные индустрии – сектор перспективного развития культуры и экономики» показано, что внимание государства и общества к развитию человеческого капитала в широком смысле и повышению международной конкурентоспособности России в новой экономике меняет отношение к культуре и творческим индустриям. В докладе анализируется развитие креативных индустрий, которые являются одним из наиболее динамично развивающихся секторов мировой торговли, обеспечивая в среднем годовой прирост 8–9%. Во многих странах средний вклад креативных индустрий во внутренний валовой продукт составляет 2–6%, в зависимости от конкретного сектора, а средняя занятость в этих секторах составляет 2–8%

от общего количества рабочих мест. Помимо экономических эффектов, рост сектора креативной экономики напрямую связан с ростом показателей качества жизни и устойчивостью социально-экономического развития. Показано, что творческие индустрии способны стать драйвером расширения экспортного потенциала российской экономики. Фактически складывающиеся в России культурные кварталы и кластеры творческих индустрий концентрируют лучшие творческие ресурсы городов и создают принципиально новую, привлекательную для широкой публики художественную среду. Вместе с тем, доля творческих индустрий в российском экспорте крайне низка по сравнению с другими странами и сохраняется отрицательное сальдо экспортно-импортного баланса. Для разработки механизмов поддержки творческих индустрий требуется понимание их структуры, потребностей и вызовов, которые стоят перед таким специфическим видом бизнеса. Исходя из этого, актуальной является разработка мер государственной поддержки творческих индустрий в России, что позволит не менее, чем 8 городам России в будущем занять лидирующие позиции и стать конкурентоспособными центрами развития творческих индустрий международного уровня.

8. Ульяна Аристова, профессор Школы дизайна факультета коммуникации, медиа и дизайна НИУ ВШЭ, д.п.н., академический руководитель магистерской программы "Дизайн".

Тема доклада: "Влияние глобальных технологических трендов на развитие креативной индустрии в России"

Аннотация:

В выступлении рассматриваются вопросы влияния глобальных технологических трендов на развитие креативных отраслей (искусство, дизайн, новые медиа) в России в ближайшее десятилетие. Нейросети, автономные устройства и цифровое производство приведут к изменению и появлению новых форматов продукции в этих отраслях, что приведет к рождению новых креативных практик и изменениям социальных пространств.

Часть 2

9. Линор Горалик, писатель, поэт, эссеист, преподаватель НИУ ВШЭ.

Тема доклада: «Модный канон и творческий потребитель: практики присвоения модных нарративов в повседневном костюме».

Аннотация:

Понятие «творческий потребитель» (creative consumer) в последние несколько лет становится ключевым для множества индустрий, в первую очередь – для индустрии высоких технологий. Однако именно модная индустрия оказывается средой, в которой едва ли не каждый потребитель добровольно или вынужденно прибегает к творческим практикам в процессе создания и использования собственного гардероба. Даже в процессе комплектации повседневных вещей массового производства в единый ансамбль он почти никогда не следует железным предписаниям некоего «лукбука», но вместо этого задействует эксплицитные и имплицитные процессы – от рефрейминга до мозгового штурма, от редуцирования задачи до метода случайных объектов, - которые используются при напряженном творческом процессе. Другой прием позволяет рассмотреть процесс создания персонального образа как состоящий из тех же стадий, что и условно-творческие процессы: аналитической, оперативной и синтетической (в иной классификации – из стадий подготовки, инкубации, озарения и проверки, и пр.) Возможно, для характеристики творческого потребителя моды подошла бы шкала, оценивающая степень присвоения каждого предмета костюма пользователем, - элементами этой шкалы, на

полюсах которой располагались бы «послушный потребитель» и «индивидуальный дизайнер», могли бы стать разнообразными стадиями творческого вовлечения человека в работу с собственным костюмом: restyling, refashioning, found fashion – и многие другие. Так или иначе, представляется, что подход к вестиментарной системе не как к дуальному миру производителей и потребителей, но как к многофакторной среде творческих участников, мог бы обеспечить дополнительный инструментарий для решения части исследовательских задач, связанных с потреблением и ношением костюма.

10. Ольга Аннанурова, культуролог, куратор Центра фотографии им. Братьев Люмьер.

Тема доклада: «Фотография моды: возможности (для) взгляда».

Аннотация:

Фотография моды - один самых востребованных жанров фотографии. С одной стороны она служит сугубо прагматическим задачам модной индустрии, представляя в выгодном свете одежду, косметику и аксессуары. Она предлагает образ жизни, меняет культуру тела и задает модели поведения. Одновременно фотография моды давно вовлечена в поле значений «искусства»: одни из самых известных фотографий в мире, наделенные сейчас статусом «шедевров», были сделаны в результате модных и рекламных съемок.

Глядя на страницы журналов, проходя по улице мимо рекламных стендов, посещая выставки, мы не всегда понимаем как именно, и на что мы смотрим. Возможность «увидеть» фотографию моды неотделима от способности «видеть» фотографию как таковую, понимания природы фотографии как средства. В сообщении речь пойдет о том, как за внешней поверхностью распознать множественный историко-культурный контекст снимков. На конкретных примерах мы поговорим о роли фотографа, работе куратора и том зрительском опыте, который формируется и реализуется при взгляде на разные изображения из мира моды.

11. Татьяна Дашкова, кандидат филологических наук, доцент Высшей школы европейских культур РГГУ.

Тема доклада: «Любовь и дефицит: Проблематика потребления в позднесоветском кино».

Аннотация:

В советских фильмах 70-80-х годов ситуации знакомства, заведения романа и даже удачного замужества нередко связывалось с приобретением новой красивой модной одежды. Преображение посредством радикальной смены гардероба рассматривалось как самый верный путь к сердцу любимого («Служебный роман», «Самая обаятельная и привлекательная», «Влюблен по собственному желанию»). Такое изменение требовало не только личного желания, внутреннего решения и эмоционального усилия – но и необходимости и умения «достать» модные вещи в ситуации тотального дефицита. Предметом нашего внимания станет отражение в позднесоветском кинематографе разнообразных практик добывания нужных предметов гардероба: приобретение в (комиссионном) магазине, одалживание у знакомых, обмен вещами, пошив у частного портного, покупка у спекулянтов («Нейлон 100%», «Пена»). Мы рассмотрим, как связаны мотивации, усилия и способы преобразования героев - с различными формами взаимодействия по поводу приобретения, примерки, «оживления» и демонстрации новых вещей, - а также реакцию на них окружающих.

12. Артем Дежурко, преподаватель Школы дизайна НИУ ВШЭ, историк дизайна, архитектурный критик, куратор, автор статей в журналах "Проект Россия", "Interni", "AD" и многих других, а также автор статей по истории архитектуры в Большой Российской Энциклопедии.

Тема доклада: «Мебельный дизайн в СССР и современной России: проблемы преемственности»

Аннотация:

Актуальность проблем, которым посвящено данное исследование, обусловлена тем, что в современном научном поле отмечается катастрофическая нехватка как историографических материалов о советском мебельном дизайне, так и аналитических работ по этой теме. И тому есть ряд причин.

Дизайном СССР никогда не интересовались профессиональные историки. Сложилось так, что его историю писали и пишут дизайнеры, чаще всего — сотрудники учреждений, существующих еще с советского времени. Они пишут историю организаций, в которых работают, что чревато и узостью взгляда, и серьезным искажением исследовательской оптики: например, не поднимаются вопросы, неинтересные с точки зрения корпоративной истории или болезненные для престижа учреждения. Что же касается конкретно истории дизайна мебели в СССР, то ее некому писать, поскольку главная в позднем СССР организация, проектирующая мебель, ВПКТИМ, не является сейчас сколько-нибудь заметным центром научной и творческой активности.

В результате о мебельном дизайне в СССР (за исключением эпохи авангарда, которая основательно изучена С. О. Хан-Магомедовым) не известно почти ничего: не названы главные школы, важнейшие имена, основные события, его достижения, его связь с мировым контекстом. Хорошо изучены некоторые региональные школы (например, эстонская), но совершенно не изучена московская.

Это обстоятельство делает онтологическую связь современного российского дизайна мебели (в том виде, в каком его преподают, например, в Строгановском институте) с советской традицией – патологической вследствие отсутствия свободы: не возникает преемственности, поскольку современный дизайн либо наследует все достоинства и недостатки советского, не осознавая их критически и воспринимая как естественный порядок вещей, либо пытается оторваться от традиции и терпит неудачу, так как не знает, в чем заключается эта традиция.

Комплексное изучение истории и эстетики советского дизайна является актуальным и, можно сказать, неотложным делом, поскольку именно с помощью подобной оптики, выработанной историками искусства, современный мебельный дизайн в России будет должным образом осмыслен.

13. Татьяна Фадеева, кандидат искусствоведения, специалист по истории современного искусства.

Тема доклада: «Концептуальные стратегии сближения науки и искусства: синтопия против индустрии образов»

Аннотация:

Важной особенностью некоторых практик современного искусства является их стремление к сближению с наукой, формирование некоего совместного научно-креативного концептуального базиса. Эта тенденция реализуется как «пластически», в произведениях искусства, так и институционально - в привлечении науки в пространство искусства и наоборот; а также в проведении совместных художественно-научных мероприятий, создании лабораторий. Сближение с наукой – это концептуальная стратегия, которую некоторые авангардные практики искусства избирают, чтобы противостоять таким образом «культурной индустрии» – «промышленному аппарату» по производству единообразных, стандартизированных произведений в сфере искусства. «Авангард» понимается здесь не как «исторический» авангард начала XX в., а как «движитель» в сфере искусства, противостоящий уже сложившимся конвенциям,

кристаллизации форм, застою. Культурная индустрия стремится штамповать уже существующие формы, «вымывая» из них первоначальное содержание, т.е. создаёт пространство не для мысли и чувства, а для экономического обмена. Авангард – источник новых знаков пластического языка, релевантных современности, – избирая различные стратегии «противления» культурной индустрии, порождает новые формы искусства – такие, как «синтопический коллаж». В основе этой синтетической формы лежит концепция «синтопии», разрабатываемая немецкими учёными, в т.ч. нейробиологом, специалистом в области нейроэстетики, профессором Э. Пеппелем, считающим, что именно в сфере междисциплинарного сотрудничества рождаются формы взаимодействия, открывающие новые перспективы как для науки, так и для искусства.

14. Илья Соболев, основатель изобретательского бюро "Изобрюло" креативный продюсер сообщества "Варенье организма", куратора направления "Предметный дизайн / Дизайн будущего" Школы дизайна НИУ ВШЭ.

Тема доклада: «Структура и система взаимодействия в креативных командах».

Аннотация:

Выступление посвящено вопросам формирования креативных команд и обобщению опыта их управлением.

Автор рассказывает о том, что такое креативная команда и в чем состоят ее основные отличия от любого другого типа команд.

Рассматриваются типы структур команд на примере современных компаний работающих в области предметного дизайна и искусства с учетом дополнительного фокуса влияния на структуру команды: бизнесмоделирование разработки и производства предметов в современных условиях.

Структура команды самым существенным образом влияет на эффективность ее работы. Автор рассматривает взаимодействие между членами команды обобщая свой практический опыт руководства креативными структурами "Варенье организма" и "Изобрюлло".

15. Анна Краснослободцева, преподаватель Школы дизайна НИУ ВШЭ, магистр культурологии, журналист, аспирант Российского института театрального искусства (ГИТИС).

Тема доклада: «Видео в современном театре как актуальное средство коммуникации».

Аннотация:

На рубеже 20-21 веков в России мы можем наблюдать процессы трансформации художественного театрального языка, во многом обусловленные развитием и использованием современными режиссерами новых технологий, среди которых важное место занимают эксперименты с внедрением в театральное пространство экранных образов.

Происходит ломка прежнего инструментария театрального режиссера, который теперь стремится сделать свои постановки все более интерактивными. В некоторых случаях использование технологий в театре приводит к упрощению смыслов, носителем которых может быть театр. Театральные постановки, ориентированные на зрелищность, уничтожают границы театрального языка с языком масс-медиа, что может привести к невозможности рассматривать театр как самостоятельное искусство.

Тем не менее существует и обратная тенденция, когда за счет использования ряда современных технологий появляется принципиально новый тип театральности, формирующий особым образом не только новые типы повествовательности и визуальности, но и сам контекст современного театра. Новые технологии в театре

способны не только производить новые художественные образы, но и отвечать на запросы нового типа сознания современного зрителя, живущего в мире телевидения и интернета. Несмотря на то, что большая часть технологий, используемых в российском театре, заимствована, сейчас можно наблюдать, как театр активно становится частью культурной индустрии и актуальным средством коммуникации.

Таким образом, технологии в современном российском театре могут стать инструментом для создания нового художественного языка, однако зачастую использование технологий обусловлено желанием коммерциализировать театр и привлечь массового зрителя.

16. Татьяна Бакина, преподаватель Школы дизайна, магистр культурологии, соискатель ученой степени кандидата искусствоведения во Всероссийском университете кинематографии (ВГИК), специалист по истории кино.

Тема доклада: «Кино аттракционов: уловки индустрии развлечений».

Аннотация:

Феномен современных киноаттракционов имеет длительную предысторию, в контексте которой сегодняшняя тенденция к усилению зрелищности кинематографа является продолжением гораздо более старой, можно сказать, архаичной традиции, известной с самого момента возникновения экранного искусства в его первоначальной форме – как сугубо технического новшества и ярмарочного развлечения. Понятие "кино аттракционов" (cinema of attraction), которым американский теоретик и исследователь кино Том Ганнинг обозначил ранний этап развития кинематографа, не теряет своей актуальности и в рамках изучения актуальных феноменов индустрии. Так, если расширить поле дефиниции и использовать концепцию "кино аттракционов" как оптику для изучения эволюции кинематографических систем, посредством технических спецэффектов конструирующих особую стратегию зрительского восприятия фильмов, можно обнаружить особую традицию в сфере кино, которая демонстрирует интерес именно к техническим новшествам в переломные для развития индустрии периоды. Проследить развитие этой традиции можно, к примеру, в период 1950-1960-х годов, когда серьезную конкуренцию кино составило телевидение, и в попытках вернуть зрительскую аудиторию от телеэкранов в кинотеатры, создатели фильмов обращались к целому ряду технических новинок, призванных внести разнообразие в уже привычную схему зрительского восприятия. Эра блокбастеров 1970-1980-х также свидетельствует о подобной специфике формата.

Современные кинематографические аттракционы – стереоскопическое изображение со цифровыми спецэффектами, 5D- и 7D-кинотеатры и проч. – выполняют функции схожие с феноменом раннего кино как ярмарочного развлечения. Также нельзя оставить без внимания такую технологическую новинку как фильм в виртуальной реальности, и хотя подобную продукцию логичнее изучать как отдельный, внекинематографический формат, она является важным маркером современного «аттрактивного» формата экранных развлечений, тесно связанных с перцепцией зрителя не только на визуальном уровне, но и на уровне ощущений и впечатлений.

Сегодня кинематограф переживает очередной кризис, связанный с усилением роли интернета и социальных сетей, которые, как в свое время телевидение, формируют новую генерацию зрителей, для которых полнометражный фильм кажется слишком скучным, лишенным динамики, – и поэтому киноиндустрия вновь, забыв о миссии кино как искусства, стремится удивлять спецэффектами и трюками, дабы сохранить кассовые сборы.