

ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ ИСКУССТВА

УДК 7.01; 008

АРТ-СТРАТЕГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ГОРОДСКОГО РАЗВИТИЯ

Е. Э. Дробышева¹, Е. В. Лапина¹

¹ Академия Русского балета имени А. Я. Вагановой, ул. Зодчего Росси, 2, г. Санкт-Петербург 191023, Россия

В статье рассматривается феномен арт-стратегий в качестве актуального фактора социокультурных процессов в целом и развития городов, в частности. На основе применения метода типологизации дается обзор основных арт-стратегий, а также оценка их использования в рамках урбанистских проектов; анализируются достоинства и недостатки их применения. Рассматривается потенциал планомерного преобразования городского пространства посредством принципа работы арт-стратегий. Делается вывод о необходимости дальнейшей теоретизации данного понятия и многоаспектной разработки практического применения полученных результатов.

Ключевые слова: арт-стратегии, арт-менеджмент, культурные индустрии, урбанистика.

ART-STRATEGIES AS A TOOL OF URBAN DEVELOPMENT

Elena E. Drobysheva¹, Ekanerina V. Lapina¹

¹ Vaganova Ballet Academy, 2 Zodchego Rossi Str., St. Petersburg 191023, Russian Federation

The article examines the phenomenon of art-strategies as an actual factor of sociocultural processes in general and the development of cities. There is an overview of the main art-strategies based on the application of the typology method, as well as an assessment of their use within the framework of urban projects, the advantages and disadvantages of their application are analyzed. The potential of the planned transformation of the urban space through the principle of the work of art strategies is considered. A conclusion is drawn on the need for further theorization of this concept and a multidimensional development of the practical application of the results obtained.

Keywords: art-strategies, art-management, cultural industries, urbanistics, urban studies.

В конце XIX века мир вошел в состояние перманентных научно-технических трансформаций, которые развернулись во всех сферах общественной жизни. Естественно, этот процесс затронул и искусство, которое к тому же было пророком грядущих перемен, а в ряде случаев — их катализатором. Развитие технологий обусловило легкодоступность и массовость искусства; его влияние и власть над обще-

ством росли и продолжают расти в геометрической прогрессии. На протяжении XX и в начале XXI века искусство наращивает свое влияние и выступает в роли регулятора общественных отношений, законодателя вкусов и мод, политического игрока. Чтобы закрепить успех и победить в борьбе за умы людей, искусство берет на вооружение различные термины, механизмы и инструменты по аналогии с промышленностью: так появляется феномен индустриализации в сфере кино, моды, красоты, развлечений. Сегодня все эти и многие другие области художественной деятельности объединяются в рамках концепта творческие/культурные/креативные индустрии. Значимость культурных практик возросла настолько, что даже появилась потребность их сущностного определения в рамках действующего законодательства¹.

Методы, с помощью которых творческие/культурные индустрии претворяют на практике свои проекты, становятся универсальными, расширяется возможность их применения в других сферах жизнедеятельности, в том числе — в урбанистике как теоретико-практической деятельности по развитию городов. В арсенале указанных методов особое место занимают *арт-стратегии*. На сегодняшний день это часто используемое словосочетание пока не имеет устойчивого определения в отечественной научной/профессиональной литературе. В то же время западные специалисты (зачастую являющие в одном лице и теоретика, и практика) сходятся во мнении, что под *арт-стратегиями* следует понимать *кураторское стратегическое планирование, а также услуги по управлению проектами в области изобразительного искусства или преобразование арт-менеджерами предоставляемых некоммерческим организациям, государственным структурам и корпорациям, специализирующимся в данной области, общественных/частных помещений* [2].

Определение закрепляет за арт-стратегиями несколько направлений деятельности, но всех их объединяет наличие специфического пространства/локации: *кураторское стратегическое планирование* подразумевает пространство выставок. *Услуги по управлению проектами* в области изобразительного искусства (пусть даже виртуальными) также локализуются в пространстве; *преобразование помещений* предполагает не просто работу *в пространстве*, а работу *с пространством*.

Общее назначение арт-стратегий по работе с пространством позволяет включить в список объектов, к которым можно применить данный инструмент, и город — априори существующий в пространстве и являющийся пространством. Однако производство новых подходов в арт-стратегическом планировании происходит стремительно, диффузно, так, что сами арт-менеджеры не успевают выстроить типологию своих приемов, хотя бы для выработки единого профессионального

¹ Из Указа Президента Российской Федерации от 24.12.2014 г. № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики»: «Творческие индустрии — компании, организации и объединения, производящие экономические ценности в процессе творческой деятельности, а также деятельность по капитализации культурных продуктов и их представлению на рынке. К сфере творческих индустрий относятся: промышленный дизайн и индустрия моды, музыкальная индустрия и индустрия кино, телевидение и производство компьютерных игр, галерейный бизнес, издательский бизнес и книготорговля, рекламное производство и средства массовой информации» [1].

языка, а также для передачи опыта следующим поколениям специалистов. Но общая терминология и, тем более, общие направления деятельности, характеристики базовых приемов принципиально важны. В связи с этим мы видим цель данной работы в определении конкретных методов художественной деятельности в сфере преобразования облика городов; попытаемся предложить свой вариант типологии арт-стратегий как ведущего инструмента культурных индустрий.

Типология арт-стратегий по целеполаганию

В рамках «чистого» искусства арт-стратегии применяются исключительно для воплощения замысла художника.

В рамках функционального искусства арт-стратегии позволяют создать объекты, обладающие художественной ценностью и практичностью. Прикладной характер функционального искусства предполагает более узкие типы назначения, особенно в области привлечения финансовой выгоды. Здесь можно выделить следующие крупные подтипы:

А) *рекламное искусство*, где арт-стратегии работают как маркетинговый инструмент;

Б) *модель «Бизнес+искусство»*, подразумевающая не спонсорство, а различные формы взаимодействия бизнеса и арт-сферы.

Говоря о пользе сотрудничества стартапов с проектами из области искусства, руководитель департамента корпоративных коммуникаций PR-агентства «Grayling» Анастасия Елаева предлагает следующие варианты таких коллабораций: искусство на территории бренда; технологии для искусства; видео и мобильные приложения на арт-темы; культурные стартапы [11].

Соответственно, можно выделить следующие арт-стратегии:

— Инициирование компаниями создания произведений искусства, выставок, культурных пространств на своей территории.

Сюда входят и реальные (например, ежегодный фестиваль самодельных летательных аппаратов Red Bull [3]) и виртуальные (Google Arts & Culture [4]) площадки/арт-объекты; площадка, которая послужила причиной организации целой структуры в корпорацию — Google Cultural Institute [5].

— Создание контента в арт-сфере: мобильных приложений с новостями об искусстве, образовательного видео (например, youtube-канал «ACADEMIA. Искусство. Канал Культура» [6]), путеводителей по культурно-историческим местам.

— Производство материалов и технологий (наподобие приложения-конструктора Room Remix для дизайнеров [7]) для создания арт-объектов, требующих работы с самим художником (в широком смысле этого слова).

— Разработка арт-стартапов, где искусство выступает как бизнес-идея. В виртуальном пространстве актуальны платформы для продажи предметов искусства (например, Oilyoil.com [8]), либо приложения для учреждений культуры/культурных индустрий, (например, Smart Museum — единой платформы для музеев и посетителей [9]). В офф-лайне арт-стартапы наиболее распространены также в му-

зейной среде (например, социальная творческая лаборатория «Арт-инкубатор» в музее «Гараж» [10]). Australian Center of Moving Image открыл коворкинг² для креативных индустрий и творческих одиночек [12].

Типология арт-стратегий по способу визуального воплощения арт-объектов

Еще одним критерием для типологизации арт-стратегий является *способ визуального воплощения арт-объектов*. Так, к примеру, А. В. Ануфриева предлагает выделять «на примерах объектного искусства, арт-дизайна и рекламного дизайна (как более утилитарного) наиболее распространенные художественные ходы и приемы, визуальные стратегии арт-объектов» [13]: реди-мейд (ready-made) и фаунд обджект (found object) — так называемые готовые и найденные объекты; ассамбляж (от франц. assemblage, от assembler — собирать); сюрреальность; концептуальность; прием «игра контекстов»; визуальные иллюзии; ирония, самоирония, остроумие и юмор; гиперреализм; метафора.

Мы предлагаем следующую типологию визуальных арт-стратегий:

Ассамбляж — близкая к коллажу техника, подразумевающая собирание художественного объекта из объемных предметов или фрагментов в виде картины. Его варианты:

- монтаж предметов на вертикальной плоскости (Т. Крэгг, «Уборка урожая» [14]);
- монтаж предметов на горизонтальной плоскости (Р. Лонг „Whitechapel Slate Circle“ [15]);
- заключение предметных композиций в заданное пространство (ассамбляжи Д. Корнела [16]);
- введение реальных объектов в живописные произведения (работы А. Брусиловского [17]);
- включение в арт-композицию продуктов питания и пищевых отходов (работы К. Э. Гердеса [18]).

Бриколаж — техника сборки арт-предмета или объекта из подручных материалов (от слов до отвертки). Эта стратегия актуальна за счет исходных условий: использовать только то, что доступно.

Ready-made и *found-object* — метод создания объекта искусства, при котором максимально сохраняется и/или актуализируется его «неспециальная» природа возникновения. В данном случае художник либо представляет найденный им самодостаточный артефакт, либо преобразует артефакт таким образом, чтобы его

² Коворкинг (от англ. co-working или coworking, что означает «совместно работающие») — оборудованное рабочее пространство, сдаваемое в аренду от нескольких часов до месяцев. Такой тип организации труда распространен среди представителей профессий, чья работа может проходить удаленно (без привязки к офису компании), однако домашняя обстановка или отсутствие необходимой техники не позволяют специалисту выполнять свою работу качественно.

специфичность была максимально выражена и обнаружена невооруженным глазом. Актуальные разновидности: трэш-арт и джанк-арт³ [19].

Прием «неожиданного масштаба» — арт-стратегия, в результате применения которой формы узнаваемых предметов увеличены или уменьшены в несколько раз, чтобы поразить воображение. Например, скульптуры К. Ольденбурга («Прищепка», «Булавка» и др. [20]) в виде гигантских бытовых предметов.

Визуальные иллюзии — техника, при которой плоскость или предмет выдается не за то, чем действительно является (работы З. Кемпинаса [21]).

Визуально-тактильная несовместимость — арт-объекты тоже выполняют функцию удивить зрителя/потребителя, но сила их воздействия значительно увеличивается за счет использования оптических иллюзий⁴.

Типология арт-стратегий по концептуальному содержанию арт-объектов

По концептуальному содержанию арт-объектов можно выделить такие стратегии:

Преобразование предмета в сюрреалистический — техника, при которой потерявший традиционную функцию предмет переосмысливается и представляется в новых неестественных качествах. Со времен, когда М. Оппенгейм представила «меховой прибор» [22], сюрреалистичный эффект оказался чрезвычайно популярным и востребованным (особенно в рекламных и маркетинговых технологиях).

Гиперреализм — не менее популярный противоположный сюрреализму прием. Подробная копия предмета и объекта, даже фотография, рассчитана на коллективное восприятие, малую степень концентрации, быстрое вовлечение зрителя. Гиперреализм также размывает границы между реальностью и произведением искусства, но больше ориентируется на эффект удивления, сюрприза.

Прием «игры контекстов» — подчеркнутая идея-концепция способна превратить любую вещь в раритетный арт-объект. Концептуальное искусство не ориентировано на вызов эмоционального отклика, но ждет от зрителя интеллектуального осмысления увиденного. Вырванная из родного контекста и помещенная в новую среду, вещь вызывает галлюциногенный эффект внезапности, удерживает внимание зрителя, призывает к размышлению.

Прием метафоры — создание образа одного предмета через уподобление его в некоторых существенных чертах другому. За счет того, что метафора нивелирует буквальное понимание, арт-объект/предмет благодаря эффекту узнавания (и метафорического, и буквального смыслов, плюс — идеи их сочетания) вызывает эмоциональный отклик со стороны зрителя.

Прием иронии/самоиронии — традиционный атрибут эпохи постмодерна, «репрезентативная стилистическая форма, способная наполняться любым содержа-

³ Джанк-арт (от англ. Junk — «мусор», «отходы» и art — «искусство») — направление в современном искусстве, использующее для создания художественных произведений различные отходы.

⁴ Примером игры с визуально-тактильной несовместимостью можно назвать парк развлечений Dismaland, созданный группой независимых художников во главе с Бэнкси [24].

нием» [23, с. 12]. Он хорош в условиях городского пространства еще и тем, что подразумевает мягкость и интеллигентность выражения идеи. Цель не в том, чтобы насмешить, а в том, чтобы заставить задуматься без излишнего пафоса.

Типология арт-стратегий по хронотопу

С учетом пространственно-временных координат арт-стратегии могут быть представлены:

- *Уличным искусством* — стрит-артом, флеш-мобом, паблик-артом, включая фестивали и выставки в депрессивных районах города.

- *Преобразованием бывших промзон* в выставочные залы, арт-территории, креативные кластеры, культурные центры, центры современного искусства.

- *Организацией специальных событий и мероприятий в качестве маркетингового хода* — культурными ивентами разового характера или повторяющимися с определенной периодичностью выступлениями с ненавязчивой и приятной потребителю рекламной акцией. Сюда относятся концерты и церемонии награждений от теле- и радиокомпаний, выставки арт-кластеров в торговых центрах, концерты и игровые мероприятия от компаний производителей товаров и/или услуг.

- *Специализированные ночные мероприятия* — ставшие вполне традиционным для посетителей предложение бесплатного разового (один раз в год) и в определенное время суток («Ночь музеев», «Библионочь», «Ночь в театре» и т. д.) посещения того или иного учреждения культуры. Среди новшеств — ночные культурно-образовательные проекты в Московском метрополитене [25].

Арт-стратегии в урбанистических концепциях

В современных креативных урбанистических концепциях сфера культуры в целом и творческие индустрии в частности выступают двигателями развития города. Основная масса разработок в этой сфере следует за идеями Ч. Лэндри и его компании «Comedia» («Креативный Город» [26]). Недостатком таких концепций выступает отсутствие проработанного механизма и более или менее единого алгоритма включения культурных отраслей в узловые пункты мастер-плана развития городов. Тем более подобные разработки не предлагают перечень конкретных стратегических арт-приемов. Однако многие урбанисты (прямо или косвенно) предлагают использовать арт-стратегии. В пространстве города искусство проявляет характерное свое качество, обозначаемое как «неуловимое эстетическое» [27].

Охарактеризуем основные из урбанистических арт-стратегий:

- *Концепция «Город-сад»* — впервые предложенная Э. Говардом, она лишь однажды была реализована в Лечворте (1920 г.), где не имела успеха. Р. Элвин в 1922 г. выдвинул обновленную концепцию «города-сада — спутника»: большого города, окруженного маленькими городами-спутниками с четко выделенными промышленными и жилыми районами, где жилая застройка имеет связь с природой [28]. В той или иной степени данную концепцию реализовали во многих странах мира, в том числе и в СССР.

— *Зеленая архитектура* — эко-строительство. Встречается фактически во всех урбанистических концепциях. Но это не только основа безопасного, экономического и экологического образа жизни. «Зеленая архитектура» уже сейчас — самостоятельная маркетинг- и арт-стратегия. Во-первых, футуристичность зеленых построек привлекает внимание, заставляет задуматься, в том числе, о необходимости экологии культуры. Во-вторых, эко-строения обладают определенной привлекательностью, особенно среди бизнес-сообщества, что отражается на довольно высокой арендной стоимости зданий.

— *Инновационные города*. В рамках концепций «умных»/«инновационных» городов, усовершенствованные технологии выступают не только функциональным, но и эстетическим решением. Сама идея инноваций находится на острие социально-гуманитарного дискурса. На сегодняшний день уже реализованы подобные проекты в разных частях мира, включая Россию (город IT-специалистов Иннополис⁵, мастер-план которого разрабатывала целая команда архитекторов и дизайнеров во главе со знаменитым Лиу Тай Кером [29]).

— «Город как аттракцион» — определение, данное Ремом Колхасом в отношении Кони-Айленда в период 1904 по 1911 гг. (вплоть до пожара, уничтожившего аттракционы) [30]. Эта до конца не высказанная, но претворенная в жизнь концепция (к городам-аттракционам можно отнести, например, Лас-Вегас), подразумевает подчинение фактически всего городского пространства целям туристического бизнеса; также находит выражение в многообразии развлекательных учреждений. В данном случае арт-стратегии выступают действительным первоочередным принципом развития, однако применять такую стратегию развития в других локациях не целесообразно.

Несмотря на разные подходы к использованию художественного компонента при разработке концепций развития или проектирования города, урбанисты часто прибегают к арт-стратегиям. Представленные выше варианты типологий показывают, что городское пространство само по себе — огромное поле деятельности для арт-менеджера. В то же время, арт-стратегии — подспорье для градостроителей/городских архитекторов. Так, бриколаж может войти в число приоритетных приемов экономических и экологических концепций, ориентирующихся на безотходное или циркулярное производство. К тому же такая форма творчества, ограниченная жесткими рамками, призывает к большей изобретательности и оригинальности. Игра с масштабированием особенно актуальна в парках, на детских площадках и в местах отдыха. Визуальные иллюзии могут стать (и в рядовых случаях уже стали) спасением в целях преобразования непрезентабельных районов города. Постройки времен промышленного бума и однотипные многоэтажки еще вполне функциональны, т. е. их снос экономически нецелесообразен, но внешний вид зданий существенно портит лицо города. Данные пространства — безграничное поле деятельности для уличных художников и дизайнеров, при этом их проекты являются относительно недорогими, но в то же время практичными способами преобразования городского пространства.

⁵ Город в Верхнеуслонском районе Республики Татарстан.

Учитывая всю сложность комплекса художественно-эстетических и социально-экономических задач, стоящих перед практической урбанистикой, вывести универсальный набор арт-стратегий затруднительно, и, что немаловажно для решения задач культурного многообразия, — бессмысленно. Опасно и прямое (в чистом виде) использование арт-стратегий в городском пространстве, поскольку оно может привести к кристаллизации социальных, культурных и экономических проблем. Приставка «арт» предполагает, что отношение к объекту, на который направлена реализуемая стратегия, будет тождественно отношению к нему как к объекту искусства. Нельзя ставить целью преобразование города в тотальный арт-объект, иначе произойдет его мумификация, которая, в свою очередь, убьет всякое развитие: «Город-памятник превращается в самостоятельное зрелище, в декорацию» [31, с. 59]. Требуется гармоничное многоаспектное развитие городского пространства в таком ключе, чтобы жителям хотелось здесь жить и работать, а гостям — регулярно возвращаться.

Следовательно, арт-стратегии невозможно применять как единственный набор инструментов по развитию города; ведь основной принцип их действия — *отношение к преобразованию города как к ответственной художественной деятельности и стремление получить на выходе результат, обладающий эстетической ценностью*. Главная цель использования арт-стратегий — изменение отношения людей к окружающему пространству. Развитие города как социокультурного пространства невозможно лишь посредством работы служб благоустройства. Низкий уровень социальной культуры может мгновенно уничтожить положительные изменения.

Принцип применения арт-стратегий — это частный случай арт-менеджмента как «науки третьего тысячелетия» [32, с. 3], представляющего на сегодняшний день «достаточно важный ресурс/инструмент/механизм развития инновационной/творческой/креативной экономики, в которой ключевыми являются творческие/креативные индустрии, творческий класс, творческий город и творческий кластер» [33]. Таким образом, актуальность поставленной нами задачи обуславливается социокультурным контекстом: «...культурные индустрии, сами по себе являясь сложносоставным явлением, сегодня обнаруживают свой мощный позитивный потенциал во многих областях деятельности»; выступают «драйвером экономического роста территорий, одним из способов регуляции занятости населения, пространством для реализации креативности, полем созидания новых культурных смыслов и их ценностных прочтений» [34, с. 12].

ЛИТЕРАТУРА

1. Указ Президента Российской Федерации от 24.12.2014 г. № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_172706/ (дата обращения 24.09.2017).
2. About art-strategies // Сайт-портфолио Минди Тэйлор Росс (Mindy Taylor Ross). URL: <http://www.art-strategies.com/about/> (дата обращения 24.09.2017).
3. RedBull Flutag // Официальный сайт фестиваля самодельных летательных аппаратов RedBull Flutag. URL: <http://www.redbullflugtag.com/ru/ru/> (дата обращения 11.10.2017).

4. Google Arts & Culture. URL: <http://www.redbullflugtag.com/ru/ru/> (дата обращения 11.10.2017).
5. Arts head: Amit Sood, director, Google Cultural Institute From side project to full-time job, the Google Art Project founder on rights, reservations and deferring to museum directors // Электронная версия газеты The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/culture-professionals-network/culture-professionals-blog/2013/dec/03/amit-sood-google-cultural-institute-art-project> (дата обращения 12.10.2017).
6. АСАДЕМІА. Искусство. Канал Культура // Видеохостинг Youtube. URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLeFOuA8JCxKwWA4EyIMV-KJYVAaUlXXOi> (дата обращения 12.10.2017).
7. About Roomremix // Официальный сайт приложения Roomremix. URL: <http://www.roomremixapp.com/about-us/> (дата обращения 12.10.2017).
8. Oilyoil.com Онлайн художественная галерея. URL: <http://oilyoil.com> (дата обращения 12.10.2017).
9. Smartmuseum — единая платформа для посетителей и музеев. URL: <http://smartmuseum.ru/> (дата обращения 12.10.2017).
10. Арт-инкубатор музея «Гараж» // Официальный сайт музея современного искусства «Гараж». URL: <https://garagemca.org/ru/event/american-arts-incubator> (дата обращения 12.10.2017).
11. Елаева А. Зачем технологическим компаниям арт-коллаборации // Сайт Бизнес и технологии. URL: <https://vc.ru/25662-art-collabs> (дата обращения 24.09.2017).
12. ACMI X Enjoy a new level of industry engagement and collaboration at our dynamic co-working space // Официальный сайт Australian Centre for the Moving Image. URL: <https://www.acmi.net.au/acmi-x/> (дата обращения 12.10.2017).
13. Ануфриева А. В. Арт-объект. Актуальные арт-стратегии // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2012. № 10 (69). С. 340—343.
14. Harvest, 1981 // Личный сайт Тони Крэгга. URL: <http://www.tony-cragg.com/?/sculptures/1980-1984/1637> (дата обращения 11.10.2017).
15. Whitechapel Slate Circle, 1981 // Личный сайт Ричарда Лонга. URL: <http://www.richardlong.org/Exhibitions/2011exhibitions/whitechapcirc.html> (дата обращения 11.10.2017).
16. Галерея работ Джозефа Корнелла // Личный сайт Джозефа Корнелла. URL: https://www.josephcornellbox.com/gallery_menu01.htm (дата обращения 11.10.2017).
17. Ассамбляжи // Личный сайт Анатолия Брусиловского. URL: <https://www.anatol-brusilov.com> (дата обращения 11.10.2017).
18. Портфолио Клауса Энрике // Личный сайт Клауса Энрике Гердеса. URL: <http://www.klausenrique.com/commissions.html> (дата обращения 12.10.2017).
19. Found-object // Сайт Tate.org.uk о британском искусстве с XIV века до современности. URL: <http://www.tate.org.uk/art/art-terms/f/found-object> (дата обращения 12.10.2017).
20. Проекты на горизонтальной поверхности // Личный сайт Класа Ольденбурга. URL: <http://oldenburgvanbruggen.com/largescaleprojects/lsp.htm> (дата обращения 12.10.2017).
21. Портфолио Zilvinas Kempinas // Сайт Galeria Leme. URL: <http://galerialeme.com/en/artist/zilvinas-kempinas-2/> (дата обращения 12.10.2017).
22. Object Meret Oppenheim // Официальный сайт The Museum of Modern Art, Нью-Йорк. URL: https://www.moma.org/learn/moma_learning/meret-oppenheim-object-paris-1936 (дата обращения 12.10.2017).
23. Дробышева Е. Э. Ирония в аксиосфере культуры постмодерна. Владивосток: Изд-во Мор. гос. ун-та, 2006. 207 с.

24. Banksy: dismaland amusements anarchism Weston super mare // Электронная версия газеты The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2015/aug/20/banksy-dismaland-amusements-anarchism-weston-super-mare> (дата обращения 12.10.2017).
25. Ночь в метро. URL: <http://night.mosmetro.ru/> (дата обращения 12.10.2017).
26. Лэндри Ч. Креативный город. М.: Классика-XXI, 2011. 400 с.
27. Меньшиков Л. А. Неуловимое эстетическое в пространстве антиискусства // Вестник Академии Русю балета им. А. Я. Вагановой. 2015. № 6. С. 180—187.
28. Глазычев В. Л. Урбанистика. Часть 1. М.: Европа, 2008. С. 279. 418 с.
29. Иннополис: История // Официальный сайт города Иннополис. URL: <http://www.innopolis.com/city/history/> (дата обращения 12.10.2017).
30. Колхас Р. Нью-Йорк вне себя: Ретроактивный манифест Манхэттена / пер. с англ. М.: Strelka Press, 2013. 336 с. С. 28—83.
31. Меньшиков Л. А. Турист в современном городе // Социология города. 2013. № 3. С. 51—60.
32. Колбер Ф., Эврар И. Арт-менеджмент — наука третьего тысячелетия // Арт-менеджер. 2002. № 3. С. 3—10.
33. Суминова Т. Н. Профессиональная подготовка арт-менеджеров в вузах культуры и искусств // Культура: теория и практика: Электронный научный журнал. 09.2014. URL: http://theoryofculture.ru/issues/2014_01/516/ (дата обращения 17.10.2017).
34. Дробышева Е. Э. Культурные индустрии в современной социокультурной архитектонике // Международный журнал исследований культуры. 2017. № 1 (26). С. 6—13.

REFERENCES

1. Ukaz Prezidenta Rossijskoj Federacii ot 24.12.2014 g. № 808 «Ob utverzhdenii Osnov gosudarstvennoj kul'turnoj politiki». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_172706/ (data obrashcheniya 24.09.2017).
2. About art-strategies // Sajt-portfolio Mindi Tehjlor Ross (Mindy Taylor Ross). URL: <http://www.art-strategies.com/about/> (data obrashcheniya 24.09.2017).
3. RedBull Flutag // Oficial'nyj sajt festivalya samodel'nyh letatel'nyh apparatov RedBull Flutag. URL: <http://www.redbullflugtag.com/ru/ru/> (data obrashcheniya 11.10.2017).
4. Google Arts & Culture. URL: <http://www.redbullflugtag.com/ru/ru/> (data obrashcheniya 11.10.2017).
5. Arts head: Amit Sood, director, Google Cultural InstituteFrom side project to full-time job, the Google Art Project founder on rights, reservations and deferring to museum directors // EHlektronnaya versiya gazety The Gardian. URL: <https://www.theguardian.com/culture-professionals-network/culture-professionals-blog/2013/dec/03/amit-sood-google-cultural-institute-art-project> (data obrashcheniya 12.10.2017).
6. ACADEMIA. Iskustvo. Kanal Kul'tura // Videohosting Youtube. URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLeFOuA8JCxKwWA4EyIMV-KJYVAaUlXXOi> (data obrashcheniya 12.10.2017).
7. About Roomremix // Oficial'nyj sajt prilozheniya Roomremix. URL: <http://www.roomremixapp.com/about-us/> (data obrashcheniya 12.10.2017).
8. Oilyoil.com Onlajn hudozhestvennaya galereya. URL: <http://oilyoil.com> (data obrashcheniya 12.10.2017).
9. Smartmuseum — edinaya platforma dlya posetitelej i muzeev. URL: <http://smartmuseum.ru/> (data obrashcheniya 12.10.2017).

10. Art-inkubator muzeya «Garazh» // Oficial'nyj sajt muzeya sovremennogo iskusstva «Garazh». URL: <https://garagemca.org/ru/event/american-arts-incubator> (data obrashcheniya 12.10.2017).
11. *Elaeva A.* Zachem tekhnologicheskim kompaniyam art-kollaboracii // Sajt Biznes i tekhnologii. URL: <https://vc.ru/25662-art-collabs> (data obrashcheniya 24.09.2017).
12. ACMI X Enjoy a new level of industry engagement and collaboration at our dynamic co-working space // Oficial'nyj sajt Australian Centre for the Moving Image. URL: <https://www.acmi.net.au/acmi-x/> (data obrashcheniya 12.10.2017).
13. *Anufrieva A. V.* Art-ob'ekt. Aktual'nye art-strategii // Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. 2012. № 10 (69). S. 340–343.
14. Harvest, 1981 // Lichnyj sajt Toni Krehgga. URL: <http://www.tony-cragg.com/?/sculptures/1980–1984/1637> (data obrashcheniya 11.10.2017).
15. Whitechapel Slate Circle, 1981 // Lichnyj sajt Richarda Longa. URL: <http://www.richardlong.org/Exhibitions/2011exhibitions/whitechapcirc.html> (data obrashcheniya 11.10.2017).
16. Galereya rabot Dzhozefa Kornella // Lichnyj sajt Dzhozefa Kornella. URL: https://www.josephcornellbox.com/gallery_menu01.htm (data obrashcheniya 11.10.2017).
17. Assamblyazhi // Lichnyj sajt Anatoliya Brusilovskogo. URL: <https://www.anatolbrusilov.com> (data obrashcheniya 11.10.2017).
18. Portfolio Klausa EHnrike // Lichnyj sajt Klausa Enrike Gerdesa. URL: <http://www.klausenrique.com/commissions.html> (data obrashcheniya 12.10.2017).
19. Found-object // Sajt Tate.org.uk o britanskom iskusstve s XIV veka do sovremennosti. URL: <http://www.tate.org.uk/art/art-terms/f/found-object> (data obrashcheniya 12.10.2017).
20. Proekty na gorizonta'noj poverhnosti // Lichnyj sajt Klassa Ol'denburga. URL: <http://oldenburgvanbruggen.com/largescaleprojects/lsp.htm> (data obrashcheniya 12.10.2017).
21. Portfolio Zilvinas Kempinas // Sajt Galeria Leme. URL: <http://galerialeme.com/en/artist/zilvinas-kempinas-2/> (data obrashcheniya 12.10.2017).
22. Object Meret Oppenheim // Oficial'nyj sajt The Museum of Modern Art, N'yu-Jork. URL: https://www.moma.org/learn/moma_learning/meret-oppenheim-object-paris-1936 (data obrashcheniya 12.10.2017).
23. *Drobysheva E. E.* Ironiya v aksiosfere kul'tury postmoderna. Vladivostok: Izd-vo Mor. gos. un-ta, 2006. 207 s.
24. Banksy: dismalland amusements anarchism Weston super mare // EHlektronnaya versiya gazety The Gardian. URL: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2015/aug/20/banksy-dismaland-amusements-anarchism-weston-super-mare> (data obrashcheniya 12.10.2017).
25. Noch' v metro. URL: <http://night.mosmetro.ru/> (data obrashcheniya 12.10.2017).
26. *Lehndri Ch.* Kreativnyj gorod. M.: Klassika-XXI, 2011. 400 s.
27. *Men'shikov L. A.* Neulovimoe ehsteticheskoe v prostranstve antiiskusstva // Vestnik Akademii Rusyu baleta im. A.YA. Vaganovoj. 2015. № 6. S. 180–187.
28. *Glazychev V. L.* Urbanistika. CHast' 1. M.: Evropa, 2008. S.279. 418 s.
29. Innopolis: Istoriya // Oficial'nyj sajt goroda Innopolis. URL: <http://www.innopolis.com/city/history/> (data obrashcheniya 12.10.2017).
30. *Kolhas R.* N'yu-Jork vne sebya: Retroaktivnyj manifest Manhehttena / per. s angl. M.: Strelka Press, 2013. 336 s. S. 28–83.
31. *Men'shikov L. A.* Turist v sovremennom gorode // Sociologiya goroda. 2013. № 3. S. 51–60.

32. Kolber F., EHvrrar I. Art-menedzhment — nauka tret'ego tysyacheletiya // Art-menedzher. 2002. № 3. S. 3 10.
33. *Suminova T. N.* Professional'naya podgotovka art-menedzherov v vuzah kul'tury i iskusstv // Kul'tura: teoriya i praktika: EHlektronnyj nauchnyj zhurnal. 09.2014. URL: http://theoryofculture.ru/issues/2014_01/516/ (data obrashcheniya 17.10.2017).
34. *Drobysheva E. Eh.* Kul'turnye industrii v sovremennoj sociokul'turnoj arhitektonike // Mezhdunarodnyj zhurnal issledovanij kul'tury. 2017. № 1 (26). S. 6 13.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Е. Э. Дробышева — pestelena@yandex.ru

Е. В. Лапина — teritoppo@gmail.com

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Elena E. Drobysheva — Dr. Sci. (Philosophy); pestelena@yandex.ru

Ekaterina V. Lapina — teritoppo@gmail.com