

крыть недостаточно развитый потенциал. Фанаты хотят демократизации, именно поэтому, по мнению Дженкинса, новшеством для современной культуры является не фанатская деятельность, а реакция медиа-корпораций и увеличение числа законов об интеллектуальной собственности. «[Фанаты] хотят стать медиапроизводителями, а медиапроизводители хотят сохранить свое традиционное доминирование над медиаконтентом» (Jenkins H. Fans, Bloggers, and Gamers...).

DOI: 10.17223/22220836/36/36

А.О. Теплякова

ЦИФРОВОЙ DIY: ЭПОХА СИМУЛИРОВАННОЙ КРЕАТИВНОСТИ¹

Культура DIY («Do It Yourself» – «сделай сам») – явление, связанное с самостоятельным производством вещей в области, где существуют профессиональные практики.

Если в середине XX в. основной причиной существования DIY были экономические трудности населения, связанные с дефицитом продуктов, то в современности на первый план выходят психологические и экзистенциальные причины, связанные со стремлением индивида к самовыражению, удовлетворением своих потребностей через творчество, преодолением рутины в повседневности.

Более сотни тысяч высокопросматриваемых видео с тегом DIY на видеохостинге Youtube, 50 млн постов с хештегом DIY на фотохостинге Instagram, маркировка «сверхпопулярность» запроса «DIY» по аналитике Google Trends, сайты и сообщества, посвященные DIY, свидетельствуют не просто о популярности данной темы, но и об изменении социального и потребительского поведения.

В таком огромном потоке информации возникает вопрос о шаблонности, копировании и отсутствии индивидуальности, которая казалось бы должна была стать основополагающей. Д.С. Мартьянов отмечает, что локомотивом производства уникального продукта является ограниченный класс «креативщиков», а креативные функции основной массы просьюмеров (потребителей-производителей) «сведены к минимуму, а главная миссия выражается в распространении новых материалов креаторов и поддержании созданных креаторами паттернов, – рутинной работе по фиксации в сети событий повседневности, проверке и заполнению общественных виртуальных энциклопедий, оценке деятельности креаторов – поддержании легитимации сетевой социальной структуры» (Структура и дискурс виртуальной элиты 2.0 в России. Монографическое исследование / под ред. Д.С. Мартьянова. СПб. : ЭлекСис, 2017. С. 52).

Анализируя наиболее популярные видео с тегом DIY на видеохостинге Youtube, можно заметить, что, во-первых, большая часть из них имеет однотипное оформление видео. Превалирующие цвета яркие: желтый, розовый, голубой, салатовый; акцидентные и декоративные шрифты, снапшоты с

¹ Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 19-18-00237).

удивленными лицами блогеров – авторов видео. Во-вторых, большая часть видео имеет общую структуру нарратива. Одно видео может содержать в себе несколько (от трех до ста) коротких сюжетов, объединенных общей тематикой. Например, «10 DIY-идей для нового года», «ТОП-5 доступных DIY идей к школе» и т.д. В начале каждого сюжета автором эксплицируется проблема, невозможность достать вещь дома или приобрести в магазине, и решением проблемы становится возможность сделать это самому, с подчеркнутой легкостью и доступностью самостоятельного создания.

Все это указывает на шаблонность и невозможность выйти за рамки уже поддерживаемого тренда из-за страха потерять просмотры, популярность и как следствие экономическую выгоду от партнерской программы Youtube и рекламодателей.

По другую сторону таких видео стоит аудитория, состоящая в основном из детей, для которых данные видео скорее воспринимаются как инструкция для творчества и развлечения, поданные не на бумаге, а в современном видеоформате.

В заявленной проблематике также необходимо обратиться к переходу ручного DIY к цифровому. Так, например, в издательской отрасли в мире до середины 80-х гг. только профессиональные графические дизайнеры, коммерческие издатели и пре-пресс бюро могли выпускать печатную продукцию, доступную для общественности. Появление языка программирования Postscript, лазерного принтера LaserWriter, распространение персональных компьютеров, появление первой программы верстки макетов PageMaker сделали возможным участие в издательском процессе не только представителей индустрии, но и простых пользователей, интересующихся изданием полиграфической продукции. В дальнейшем появлялось все больше компьютерных программ для различных целей: Adobe Freehand (1988) and Illustrator (1987) для создания векторной графики, Adobe Photoshop (1990) для создания и редактирования растровой графики, QuarkXPress (1987) Adobe Indesign (1999) для постраничной верстки и др. Многие дизайнеры и художники, ранее макетировавшие работы исключительно в аналоговом виде, перешли на цифровой способ. Также совершенствование, упрощение и оптимизация, расширение инструментов, добавление новых функций и возможностей, интеграция с разными платформами привлекали большее количество пользователей, зачастую не являющихся профессионалами в области печатного дела или графического дизайна. В связи с этим актуальным стал вопрос, равен ли цифровой метод аналоговому в философии DIY.

Обратимся к эссе «Кто есть автор?» исследователя цифровой культуры Льва Мановича (Manovich L. Who is the Author? P. 14. URL: <http://manovich.net/index.php/projects/models-of-authorship-in-new-media>). По его мнению, новые медиа и цифровая культура катализируют новые типы авторства, новые отношения между производителями и потребителями, а также новые модели распределения культурных ценностей. Подробнее необходимо остановиться на следующих, наиболее релевантных в заявленной проблематике.

Авторство как «выбор из меню». Процесс проектирования в новых медиа включает в себя выбор из меню различных программных пакетов, баз данных медиаактивов и т.д. Аналогичным образом пользователя часто за-

ставляют чувствовать себя «настоящим художником», позволяя ему быстро создавать профессионально выглядящую работу путем выбора ряда опций из имеющегося программного меню. Примерами такого «авторства по выбору» являются веб-сайты, которые позволяют пользователям быстро создавать мультимедийную открытку, короткий фильм, выбирая из меню изображения и звуки. Ролан Барт определил культурный текст как «ткань цитат из бесчисленных культурных кодов». В производственной среде, управляемой программным обеспечением, эти цитаты приходят не только из воспоминаний создателей о том, что они видели раньше, читали и слышали, но и непосредственно из баз данных медиа.

Сотрудничество между автором и программным обеспечением. При использовании программного обеспечения в творческом процессе автор устанавливает некоторые общие правила, но он не имеет контроля над конкретными деталями работы – они возникают в результате взаимодействия правил. В более общем смысле мы можем сказать, что все авторство, использующее электронные и компьютерные инструменты, является сотрудничеством между автором и этими инструментами, которые делают возможными только определенные творческие операции. Манович подмечает, что безусловно эти инструменты разработаны людьми, поэтому, если сказать точнее, автор, который использует электронные / программные инструменты, участвует в соавторстве с разработчиками программного обеспечения.

Интересно, что проведенный опрос субъектов DIY в области производства зинов (самоизданных публикаций) выявил, что большинство не видят принципиальной разницы между ручным и цифровым DIY. «Для меня DIY – это самостоятельная работа с применением всех подручных средств, инициатива, которая возникает не из-за денег. У меня нет команды, которой я плачу деньги за работу, все, кто принимают участие, – делают это по фану, подхватывают идею и вносят свой вклад» (Аня Интерес, «Я-так-вижу-ЗИН»).

Таким образом, с одной стороны, мы видим засилье бесконечно копируемого и воспроизводимого контента по коммерчески успешным шаблонам, где вопрос личного участия, креативной составляющей процесса ставится под сомнение. С другой же – цифровая среда изменяет и размывает устоявшиеся, привычные нам границы авторства, доступностью и легкостью интерфейса побуждая все больше вовлекаться к производству творческого продукта.

DOI: 10.17223/22220836/36/37

С.В. Горбунова

САМ СЕБЕ ЭКОЛОГ: КАК ОСОЗНАННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ ПРЕВРАЩАЕТСЯ В МОДНЫЙ МИФ¹

В современном обществе все сильнее набирает обороты экологическая активность различного рода и формата. Все больше людей – будь то пенсионеры или подростки – сортируют бытовые отходы, выезжают сажать деревья, отказываются от пакета в супермаркете. Возникают всевозможные экологи-

¹ Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 19-18-00237).