

## Белла Остромоухова

**Joel Waldfogel. Digital Renaissance: What Data and Economics Tell Us about the Future of Popular Culture. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2018. 307 pp. ISBN 978-0-6911-6282-9.**

*Белла Остромоухова, Центр исследований Центральной и Восточной Европы (Eur'Orbem), Университета Париж IV Сорбонна. Адрес для переписки: Centre universitaire Maiesherbes Paris-Sorbonne, 108 Boulevard Maiesherbes, 75017 Paris, France. ostrob@gmail.com.*

Понятие «креативных» или «культурных» индустрий, вошедшее в обиход в начале 2000-х годов, предполагает, что творческий процесс является результатом экономической деятельности множества акторов (Caves 2000; Howkins 2002). При этом творчество является для акторов способом позиционировать себя в обществе, отражая или модулируя социальные, этнические, гендерные и прочие реалии (Gauntlett 2011). По мере распространения цифровизации во всех сферах жизни, возникает вопрос их воздействия, в экономическом и социальном ракурсах, на производство и потребление творчества (Hartley [1948] 2012; Zagalo and Branco 2015). И если воздействие цифровых технологий на бизнес и науку изучается довольно широко, их влияние на культуру обычно рассматривается лишь как второстепенный фактор. Так, например, в учебнике, посвященном экономике культуры и искусства (Maïresse and Rochelandet 2015), влияние цифровых технологий обсуждается лишь в пятнадцатой главе. Отправной же точкой книги экономиста Джоэля Вальдфогеля служит расхожее мнение о том, что массовое внедрение цифровых технологий в начале XXI века привело к кризису классических игроков рынка культуры – книжных и музыкальных издательств, кино- и телестудий, профессиональных фотографов и т. д. А без этих стражей культуры, которые вкладывают немалые средства в развитие и продвижение талантов, и сама культура может угаснуть – и наступит «каменный век» бескультурья. Этому страху, порожденному, в частности, высказываниями представителей «традиционных», доцифровых, игроков рынка креативных индустрий, Вальдфогель противопоставляет статистические данные: количество культурных продуктов, доступных потребителю, неуклонно росло за прошедшие два десятилетия. И это при том, что возникшее в цифровую эру пиратство, – которое автор безапелляционно квалифицирует как воровство, противоречащее человеческим законам и «восьмой заповеди» (с. 255), – ослабляет как старых, так и новых игроков рынка. Однако автор поднимает также вопрос качества: если ослабление позиции классических кураторов приводит к демократизации культуры, не приведет ли это к «демократизации таланта» (с. 8), то есть к обесцениванию самой культуры? Или все же результатом можно считать появление и процветание новых культурных товаров, доступных для потребителя, – то есть то, что автор называет цифровым Возрождением?

Затронув эти вопросы во введении, Вальдфогель ставит перед собой задачу проследить, как повлияла цифровизация на культурные индустрии или, по крайней мере, на некоторую их часть, – в частности, на музыку, кино, телевидение, книгоиздание, профессиональную фотографию, а также, странным образом, на туроператоров. Этому посвящено шесть глав, каждая из которых анализирует изменения одной конкретной отрасли по одинаковой схеме: сначала вкратце описывается функционирование данной отрасли в доцифровую эпоху, затем оценивается ущерб, нанесенный цифровыми технологиями традиционным кураторам отрасли, после чего описываются новые игроки, благодаря которым потребителю становится доступен поток культурных артефактов. Традиционные кураторы, среди которых прослеживается тенденция к поляризации, более или менее сильной в зависимости от отрасли, вкладывали средства в развитие талантов, в предоставление технической и денежной поддержки тем, на чей дальнейший финансовый успех они рассчитывали, а также в продвижение своей продукции – с помощью радио, телевидения и прочих доцифровых массмедиа. Приход цифровых технологий привел традиционных кураторов к более или менее сильному – в зависимости от отрасли – упадку, потому что и у автора произведения, и у потребителя появилась возможность обходиться без традиционного посредника. Новые технологии, резко снизив стоимость оборудования, позволили тем, кто раньше не мог достучаться до кураторов своей области, публиковать свои произведения онлайн и таким образом находить свою публику. Так, сервисы литературного самиздата позволяют каждому опубликовать свой труд в обход издательств. И если на сегодняшний день гарантией литературного признания (например, в виде номинации на крупную литературную премию) все еще является публикация на бумаге в «традиционном» издательстве, то коммерческий успех и признание критиков все чаще приходят к самоизданным книгам. Таким образом, Вальдфогель заключает первую часть книги тем, что все изученные им отрасли познали «цифровой Ренессанс, то есть появление большого количества новых произведений, привлекательных для потребителя, и которые не были бы созданы или не дошли бы до потребителя без цифровизации» (с. 163).

Вторая часть книги состоит из четырех коротких глав, в которых автор описывает, как цифровые технологии могут использоваться традиционными игроками рынка креативных индустрий, а также какие проблемы возникают в связи с новыми бизнес-моделями. Восьмая глава посвящена удачным экономическим моделям. Создавая свои площадки самопубликаций и оказывая их авторам поддержку в оформлении и продвижении произведения, крупные издательства создадут «цифровые фермы», наиболее удачные с коммерческой точки зрения питомцы которых будут пополнять издательский портфель куратора. Хорошо работающий пример Amazon должен таким образом распространиться на традиционные издательства. Другой пример удачной экономической модели, которую позволила цифровизация, – это продажа не отдельных культурных артефактов, а доступа к «букетам» произведений (*bundling*), как Spotify в музыке или Netflix в киноиндустрии.

В трех последующих главах говорится о потенциальных проблемах, связанных с этими экономическими моделями: приводит ли цифровизация к унификации культуры, к засилью американских культурных паттернов в ущерб местным? Не способствует ли растущая мощь компаний, внедряющих цифровые технологии в культурные индустрии (Google, Amazon, Facebook, Spotify, Netflix и т. д.), формированию новых форм кураторства, которые будут оставлять за бортом неудачных авторов? В отношении этих весьма полемичных вопросов Вальдфогель настроен оптимистически и в заключении приглашает читателя «насладиться плодами Возрождения».

Основой доводов автора являются статистические данные, собранные из разнообразных источников. Он ловко обходит главное препятствие – труднодоступность и фрагментарность данных о продажах и потреблении различных культурных артефактов как до, так и после цифровой революции, хитроумно используя зачастую неожиданные источники информации. Однако обратной стороной медали оказывается недостаточная социологическая глубина рассуждений: статистические данные не позволяют дифференцировать ни авторов произведений, ни потребителей культурных артефактов – ни по социальному, ни по гендерному, ни по географическому или этническому признакам. Позволяет ли цифровизация сглаживать неравенства или, наоборот, усиливает их? В книге отсутствует не только ответ, но и сам вопрос.

Также читателя может не удовлетворить расплывчатость границ изучаемого, в виду того, что понятиям «массовая культура» и «культурные индустрии» не дается четкого определения. Так, например, не совсем очевидно, о каких именно музыкальных стилях, литературных жанрах, о какого рода фильмах идет речь. Было бы интересно сравнить, как цифровизация влияет на различные культурные направления, насколько меняются культурные коды и иерархии. Вместо этого автор оперирует оценочными суждениями (такими как, например, «хорошее произведение», которое приравнивается к коммерчески успешному), что приводит нас к вопросу о жанре данной работы. А жанр книги Вальдфогеля гибриден. Книга представляется как научный труд: экономист использует доступные ему статистические данные о производстве и потреблении культурных товаров для написания истории культуры в эпоху сильных технологических изменений. При этом история самих технологических изменений остается вне фокуса анализа: автор описывает смену используемых интернет-площадок, программ и экономических моделей, но лишь в ракурсе их влияния на парадигмы производства и потребления культуры. В то же время книга излишне политически ангажирована для научного труда: согласно автору, государственная политика должна быть направлена на защиту интересов крупных игроков рынка, «качество» художественного произведения измеряется его «коммерческим успехом», а сторонники реформы или отмены копирайта характеризуются как «оголтелые леваки», что позиционирует автора как сторонника неolibерального государства. Большое количество повторов, цикличность аргументария наводят на мысль об учебном пособии. Ощущение, что читатель присутствует на лекции, возникает еще и от того, что автор то и дело вступает в шуточный диалог с воображаемой публикой, которая чаще всего пред-

стает как некий среднестатистический студент. Так, вдаваясь в подробности ценообразования (о том, почему продавать музыку в букете выгоднее, чем поштучно, см. с. 88), автор восклицает: «Да-да, этот вопрос будет на экзамене!». При этом культурные отсылки и цитаты предполагают, что автор переводит сложные материи на язык аудитории среднестатистических американских студентов, что может несколько смутить читателя, который оным не является.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Caves, Richard E. 2000. *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Gauntlett, David. 2011. *Making Is Connecting: The Social Meaning of Creativity, from DIY and Knitting to YouTube and Web 2.0*. Cambridge: Polity Press.
- Hartley, John. [1948] 2012. *Digital Futures for Cultural and Media Studies*. Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Howkins, John. 2002. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Harmondsworth, UK: Penguin Books.
- Mairesse, François, and Fabrice Rochelandet. 2015. *Economie des arts et de la culture*. Paris: Armand Colin.
- Zagalo, Nelson, and Pedro Branco, eds. 2015. *Creativity in the Digital Age*. London: Springer.