

Юлия Стракович
«Цифролюция.
Что случилось с музыкой
в XXI веке»

М. : Классика-XXI, 2014.— 352 с.

Автора книги «Цифролюция. Что случилось с музыкой в XXI веке» уже называют русским Лебрехтом, а название готовит к открытиям глобального масштаба. Речь идет, ни больше, ни меньше, о цифровой революции XXI века, а подзаголовок ставит книгу в один ряд с другими подобными названиями: «Как работает музыка» Бирна или «Кто убил классическую музыку» Лебрехта, обещая демистифицировать музыку как одну из самых закрытых от широкой публики и даже сакральных сфер. В исследованиях такого рода практикуется вариант популярной социологии, который формулируется в вопросах «как это работает?», «из чего это сделано?» и «что на самом деле происходит?».

Впервые в русскоязычной литературе о музыке книга Юлии Стракович анализирует устройство музыкальной индустрии. В ней рассматриваются социологические и экономические основания ее возникновения, дается картина ее роста, трансформации и кризиса. Это история системы музыкальных бизнесов, начиная от идеи устраивать платные концерты в кофейнях (XVIII век, Бах) и заканчивая нынешним противостоянием звукозаписывающих лейблов и файлообменных сообществ. Автор придает революционное значение резкой смене потребительских практик в XXI веке, которая последовала за сменой в технологии этих практик. От той среды, в которую сегодня переместился весь оборот музыкальной продукции, — цифровых технологий — происходит и название: Цифролюция.

В книге дается впечатляющая картина современных технологических и экономических моделей распространения музыки, от традиционного издания нот и дисков до бизнес-моделей добровольной оплаты и пока что нелегальных, но психологически и экономически вполне закономерных форм файлообмена. Автор использует огромное количество статистического материала, опирается на множество социологических и экономиче-

ских исследований, книга изобилует фактами, цифрами и содержит даже математические выкладки.

Для русскоязычной литературы это беспрецедентный уровень разбора социальных и финансовых механизмов бытования музыки в цифровой среде. Много внимания уделено смене вертикально-иерархической модели взаимоотношений между производителями музыки (авторами и корпорациями) и потребителями — на горизонтальные и непосредственные отношения автора со слушателями. Касается автор и острейшей проблемы цифровой эпохи: копирайта, сочувственно излагая позиции его противников и анализируя слабости позиции его сторонников.

Рассматривая развитие и столкновение различных схем посредничества между автором и слушателем, Юлия Стракович приходит к выводу, что в настоящее время совершается переход от жестких штучно-товарных отношений типа «приобрел — заплати», где роль посредника — центральная, к свободным отношениям слушателя и автора. Общее направление развития музыкальной индустрии видится автору в том, что издательские корпорации постепенно теряют то значение, которого они достигли в XX веке. Причиной кризиса стала их коммерческая направленность в ущерб творческим интересам и претензия на главную роль в процессе не только распространения, но и создания музыки. К теперешней острой фазе, к революционному накалу страстей привело длительное развитие технологий параллельно с бизнес-моделями.

Сейчас столкновение происходит как на этическом, так и на идеологическом фронте. Сегодняшние остроактуальные проблемы выживания музыкальной индустрии автор выводит из того, как эта индустрия функционирует. В нынешнем кризисе звукозаписывающей индустрии Юлия Стракович видит определенную историческую справедливость. Компании-посредники, захватив непомерную власть в мире музыки, неизбежно должны были этим самым миром, то есть авторами и слушателями, быть опрокинуты.

В книге рассматриваются два аспекта настоящей ситуации. Первый — новые технологические способы взаимного уравнивания предложения и спроса. Это разного рода сервисы навигации в бескрайнем цифровом мире — система отбора и авторитетных рекомендаций.

Второй — морально-идеологические изменения представлений о собственности, о соотношении творческого и коммерческого, роли и интенциях автора, возможностях и ответственности слушателя.

Открывая книгу с таким подзаголовком, надеешься на внимание к собственным музыкальным материям, на обсуждение меняющихся стилей или

хотя бы влияния социально-финансовых факторов на творческие стратегии, однако такого анализа в книге нет. Хотя автор все время говорит о музыке, изложение упрямо возвращает нас к индустрии, технологиям, стратегиям потребления и производства звукозаписей.

В понятие «музыка» Юлия Стракович вкладывает то, что социолог Ховард Сол Беккер назвал «миром искусства» (art world): авторов, звукозаписывающие компании, магазины и публику. При этом свершившаяся Цифролюция сказала в том, что в этот мир включаются главным образом институты звукозаписи. Ведь современные технологические и социологические условия побуждают считать музыкой то, что циркулирует в виде звуковых файлов в Интернете, а также те отношения, которые складываются в этих условиях между авторами и слушателями.

О трансформации старых и появлении новых стилей и жанров Юлия Стракович говорит лишь столько, сколько необходимо при рассмотрении бизнес- и социальных стратегий производства, отбора и потребления музыки, — то есть совсем немного, ограничиваясь общими наблюдениями вроде того, что авторы стали меньше ориентироваться на синтетический коммерческий спрос и стали проявлять больше творческой свободы. Рассматривается также и расслоение больших стилей на множество специфичных.

Преимущественным материалом для рассмотрения избраны популярные направления и их производные, главным образом из сфер поп-, рок- и джазовой музыки. Имена из академической музыки появляются довольно редко, так что читателю, располагающему лишь консерваторским кругозором, придется пробираться сквозь сонмы незнакомых имен, сопровождающихся эпитетами вроде «знаменитый», «легенды рэп-сцены» или даже вовсе без пояснений. Такой подход вполне оправдан, так как эти направления составляют практически весь рынок потребления музыки в цифровой среде.

Таким образом, ответ на вопрос «что случилось с музыкой» открывает только одну сторону дела.

В итоге внушительного исследования получается, что в XXI веке с музыкой случился Интернет. Однако та же самая участь постигла и кино, и литературу, и в некоторой степени изобразительные искусства. Такого сопоставления Юлия Стракович не делает, отчего складывается впечатление, что Цифролюция — это только музыкальная история.

В соответствии с законами жанра научно-популярной литературы, в книге собираются и классифицируются известные тексты и точки зрения. Временами автор на фоне ровного тона социологического анализа выбрасывает стилистические протуберанцы патетических прогнозов

о будущем или сетований о настоящем. Не обошлось и без курьезов, вроде выражения «искусственно сконструированная музыка», которому автор постаралась придать негативные коннотации. Не всякая ли музыка является сконструированной искусственно (искусно или нет — вопрос другой)?

Если разбор экономических и социологических механизмов музыкально-издательской индустрии в «Цифролюции» можно считать исчерпывающим, то влияние новых форм бытования музыки в XXI на ее стиль (то, чем в англоязычной науке занимаются *media studies*) еще ждет своего исследователя.

Всеволод Митителло