

Критика**КОГДА КУЛЬТУРА СТАНОВИТСЯ ТОВАРОМ****Рецензия на книгу Дэвида Хезмондалша
«Культурные индустрии»****Руслан ХЕСТАНОВ**

Руслан Заурбекович Хестанов —
доктор философских наук,
профессор Школы культурологии
факультета гуманитарных наук,
Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»
(101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20).
E-mail: khestanov@gmail.com

В качестве радикального решения переводчик мог бы рассмотреть возможность заменить в заголовке книги Хезмондалша слово «индустрии» на «промышленность». Термин «промышленность» — бескомпромиссно материален. Именно он передает один из лейтмотивов этой самой цитируемой книги Дэвида Хезмондалша — превращение культуры в производство, организационные принципы, социальные и экономические основания которого неотличимы от других видов материального производства, интегрированных в рыночную систему. Тем более что внутри промышленного сектора искусство, индивидуальное творчество, производящее романы, образы, поэмы, шутки или картины, играет периферийную роль, а художники и поэты, по мнению автора, оперируют полу- или неиндустриальными методами (С. 12–13). Центральную роль в культурной промышленности играют такие отрасли, как радио- и телевидение, Интернет, видеоигры и киноиндустрия. В промышленности на первый план выходят организация производственного процесса, маркетинг, корпоративная организация управления издержками, ресурсами, людьми и прибылью. Иными словами, столь радикальный выбор переводчика в пользу термина «промышленность» подчеркнул бы одну из главных черт современности — сдвиг или, скорее, стертость границ между экономикой и культурой, искусством и коммерцией. Ранее, в индустриальную эпоху, культурная продукция редко трактовалась как товар. В международных торговых договорах она выделялась особым пунктом, подчеркивавшим ее некоммерческую природу. Символическое производство принято отличать от материального в силу тысячелетней метафизической привычки, вписанной в нашу культуру. И в этом смысле, конечно, традиция на стороне переводчика.

Книга Дэвида Хезмондалша с момента ее первой публикации в 2008 году выдержала три издания. С тех пор практически каждый автор, исследующий культурные индустрии, непременно на нее ссылается. Хезмондалш работает в рамках школы культурного материализма Рэймонда Уильямса, неомарксиста и сына железнодорожника, основателя *cultural studies*. Поэтому книга не вписывается в модный тренд, прославляющий культурные индустрии как знамение новой эры свободного труда и радостного потребления.

Начиная с 1990-х годов в прессе и в академических кругах сформировался новый подход к культурным индустриям. Большое влияние обрела точка зрения, согласно которой культурные индустрии формируют новое ядро глобального бизнеса. Этот взгляд, характерный в первую очередь для тех, кто провозгласил приход «новой экономики», стал предметом критического разбора Хезмондалша. По его словам, книга имела три главные цели: «определить степень изменений в культурных индустриях с 1980-х годов, оценить и объяснить их» (С. 407). Книга ценна своим скептическим взглядом и подробным разбором матчасти разных секторов культурной индустрии.

В 1980-х годах произошли большие изменения в политике правительств, опосредованно повлиявшей на культурный сектор промышленности. Правительства западных стран приложили большие усилия к тому, чтобы придать товарную форму культурной продукции, монетизировать и маркетизировать производство символического. Добиваясь производства и обмена культурной продукции с целью получения прибыли, правительства рассчитывали достичь большей эффективности и справедливости в производстве и потреблении.

С этой целью, в первую очередь правительством Маргарет Тэтчер в Великобритании, были предприняты усилия по приватизации телекоммуникационных предприятий, теле- и радиовещания, что практически одновременно вывело эти отрасли из-под национальной юрисдикции. Последовала серия поглощений и слияний, создавших новые транснациональные организации в этих секторах бизнеса. Однако поразительным образом перестройка сектора масс-медиа не привела к децентрализации, но сохранила и даже воспроизвела уже на новом уровне олигополии характерную для индустриальной эпохи фигуру медиамагната. Как и прежде, многие из этих магнатов с помощью активов в культурных индустриях настойчиво продвигают свои политические взгляды. Без телевизионных и спортивных ресурсов Сильвио Берлускони вряд ли стал бы премьером Италии. Рупперт Мердок (*News International*) способствовал национальному и международному признанию тэтчеризма и популяризации планов военной интервенции в Ираке и на Ближнем Востоке (С. 276–278). Таким образом, новым обстоятельством стал рост влияния отдельных олигополий и медиамагнатов на международную и национальные политики.

Одно из важнейших изменений последних десятилетий связано с укреплением международного института надзора за соблюдением авторских прав. Авторское право способствовало превращению символической и культурной продукции в товар. Инвестиции в культуру со стороны частного бизнеса стали возможными и рентабельными. Именно государственное вмешательство способствовало созданию новых рынков, а главным

инструментом культурной политики было принятие законодательства по защите авторских прав и подписание обязывающих международных договоров. В какой мере эти изменения могут свидетельствовать о начале новой эпохи? Мы, говорит Хезмондалш, всё еще не живем в «глобально-профессиональной» эпохе культурного производства, а национальное государство по-прежнему остается «главной площадкой для деятельности культурных индустрий» (С. 409).

Вместе с тем укрепление режима авторских прав привело к эволюции форм труда и организации бизнеса, ярким примером которого являются звезды шоу-бизнеса. Звезды в последнее время действуют в качестве самостоятельных новых форм деловых структур. Оберегая с помощью судебных исков использование своих изображений и имен, они становятся автономными инстанциями надзора над публичным пространством. С 1890 года, после принятия соответствующего закона, суды охраняли право на частную жизнь звезд и не позволяли публиковать некоторые фотографии и материалы. Однако в судебных процессах последних десятилетий звезды стали прибегать к иной мотивации своих исков. Они возражают против нежелательной, но неоплаченной публичности. Это уравнило право на частную жизнь и право на собственность, создав тем самым правовое основание для экономического контроля за своими изображениями.

Радикальные инновации произошли в сфере технологий, в развитии цифровых электронных способов хранения и передачи данных. Теперь разные способы культурного выражения — образы, тексты, музыка и прочее — конвертируются в бинарный код. Важнейшим, помимо прочих, следствием является возможность связи между собой и интеграции разных медиа и различных жанров (С. 328). Удешевление цифровых технологий в конце 1970-х годов привело к развитию интегральных культурных форм и новых медиа, таких как видеоигры. Многие теоретики оценили их как демократизирующие и децентрализирующие силы в обществе и в культурных индустриях. Но соответствуют ли реальные изменения радикальности ожиданий?

Однозначного и простого ответа Хезмондалш не дает. Цифровой прорыв, как отмечают некоторые исследователи, позволил состояться трем формам конвергенции: во-первых, культурных форм, во-вторых, корпоративной собственности, в-третьих, телекоммуникационных систем. Мультимедиа позволили объединить разные формы культурного выражения в одном носителе и открыли пользователям возможность проявить свободу в навигации и использовании разнообразного материала. Конвергенция культурных форм состоялась. Однако ожидание того, что на рынки широкого цифрового вещания выйдут новые игроки, которые раньше занимались потребительской электроникой, компьютерами и телекоммуникациями, не оправдалось. Одно из первых и многообещающих слияний между *America on Line* и *Warner* фондовые биржи и аналитики сочли неудачным. Столь же неудачными были последующие попытки. Конвергенция собственности, таким образом, наблюдалась редко, а сложившиеся в доцифровую эпоху олигополии продолжали укрепляться и консолидироваться. От конвергенции телекоммуникационных систем ожидалось, что она приведет к сете-

вой, децентрализованной организации рынка, к росту интерактивности и к свободе в выборе контента. Интеграция телевидения, компьютера, газеты, Интернета и прочих телекоммуникационных и медиатехнологий имела неоднозначные последствия. С одной стороны, имел место своеобразный феномен «умножения», то есть увеличилось число культурных форм и количество медиатехнологий. С другой стороны, к действительно разнообразию контента это не привело. С одной стороны, с помощью цифровых технологий была предложена возможность индивидуального выбора, скажем телевизионных программ и специализированных каналов. С другой стороны, оборот контента остался централизованным, а телевидение — иерархически выстроенным средством информации, как и в эпоху аналоговых технологий. Более того, телевидение не стало чем-то избыточным в результате конкуренции с Интернетом; оно создало с помощью Интернета второй уровень программ и укрепило прежние позиции. Риторiku расширения выбора, связанную с интерактивностью и индивидуализацией потребления, Хезмондалш характеризует как маркетинговую политику и относится к ней с большим подозрением.

Столь запутанная и противоречивая динамика развития культурных индустрий складывается, как полагает Хезмондалш, из конфликта иррациональной на фундаментальном уровне креативности с подсчитывающей логикой накопления капитала: «Когда развивался капитализм, искусство понималось как область, которую следует защищать от коммерческих императивов... Но такая защита никогда не была полной... Когда же появилось больше возможностей извлекать прибыль из культуры, границы, выстроенные вокруг культуры, были сметены» (С. 416). Таким образом, главными драйверами изменений в культурных индустриях являются не новые технологии, но культурная политика государств и динамика развития капиталистических рынков.

Оригинальность исследования, предпринятого Хезмондалшем, заключается в том, что он впервые попытался посмотреть на культурные индустрии в исторической перспективе и показал, как непросто ответить на вопрос: изменились ли культура на самом деле и если да, то в какой степени?

Ekonomicheskaya Politika, 2016, vol. 11, no. 5, pp. 234-237

Rouslan Z. KHESTANOV, Dr. Sci. (Philos.), Professor of School of Cultural Studies, National Research University Higher School of Economics (20, Myasnitskaya ul., Moscow, 101000, Russian Federation).
E-mail: khestanov@gmail.com.

When a Culture Becomes a Commodity
(Book Review: David Hesmondhalgh “The Cultural Industries”)