

Дерезевиц, У. Экономика творчества в XXI веке

М.: Livebook, 2021. — 672 с.

Будучи специалистом в менеджменте процессов создания, распространения и потребления культуры и в преподавании связанных с этим предметов, я давно искала книгу, подобную монографии Уильяма Дерезевица «Экономика творчества в XXI веке».

Дело в том, что даже само словосочетание *менеджмент культуры* часто вызывает диссонанс даже у экспертов, как будто заключая внутри себя противопоставление сущности экономической (менеджмент) социальной (культуры). Вопросы, как встроить искусство (и шире, культуру) в общество, характеризующееся тотализацией предпринимательства, волнуют и исследователей, и управленцев культуры уже не первое десятилетие. Появление в теоретических и практических дискуссиях понятия «креативных индустрий» не стало ответом, а только поставило новые вопросы, ещё более актуальные в условиях цифровизации и платформенной экономики.

Казалось бы, ответ лежит на поверхности: надо просто научить художников (в широком смысле слова, то есть музыкантов, писателей, художников, кинематографистов и т. д.) «выживать» в реальном мире, дать им бизнес-навыки, считать рентабельность и выстраивать маркетинговые стратегии. Но возможно ли на практике так механистически изменить уязвимое положение современных художников в ситуации демократизации творчества: доходы снижаются, условия труда ухудшаются, а творческая свобода всё чаще оказывается под угрозой? Попытки наложить на искусство логику крупного бизнеса (максимизация прибыли, конкурентное давление, следование трендам) противоречат его природе. Культурная ценность не сводится к экономической метрике, а основная функция искусства социальная, состоящая в проблематизации действительности и инициировании рефлексии.

Первые строки монографии Дерезевица звучат так: «*Эта книга об искусстве, деньгах и об отношениях между ними, а также о том, как эти отношения меняются и, в свою очередь, меняют искусство. Эта книга о том, как люди творчества — музыканты, писатели, художники, кинематографисты — зарабатывают на жизнь или пытаются выжить в экономических условиях XXI века*». Я бы поспорила с автором и сказала, что эта книга прежде всего о будущем творческих профессий в условиях цифровизации. Дерезевиц не просто фиксирует проблемы, но и систематизирует их, выстраивает концептуальную модель творческого предпринимателя, а также пытается спрогнозировать, куда двинутся творческие индустрии в эпоху цифровой революции.

Уильям Дерезевиц вслед за Фуко [Foucault, 2008] развивает модель Homo economicus, давая определение «предпринимательского Я» (the entrepreneurial self) как современного творческого предпринимателя, вынужденного совмещать роли творца и бизнесмена. В условиях цифровой эпохи отличительной чертой времени становится «продюсеризм», при котором креативное производство выходит за рамки профессиональной деятельности и трансформируется в особый стиль жизни. Сегодня каждый художник, поэт или музыкант, фактически становится сам себе предпринимателем — ему необходимо не только создавать произведения искусства, но и «упаковывать» себя как продукт: разрабатывать контент-планы, разбираться в алгоритмах социальных сетей, анализировать аудиторию и ориентироваться на метрики успеха (количество подписчиков, просмотров, лайков), которые зачастую слабо связаны с художественной ценностью работ. Помимо этого, творцу приходится осваивать целый набор бизнес-навыков: от ведения бухгалтерии и переговоров до организации краудфандинговых кампаний, — то есть выполнять функции, которые ранее брали на себя агенты, менеджеры и лейблы.

Центральной находкой книги становится парадигма определения художника как «производителя культуры» [Louden, 2017]. По мнению Дерезевица «„Производить“, как и „приносить пользу“ — это квинтэссенция рыночной терминологии. Но также это слово избавляет нас от необходимости выбирать между полюсами труда и капитала, „работником“ и „предпринимателем“. Производитель может быть или ни тем, ни другим, или тем и другим сразу — именно такими и являются нынешние авторы.... Мы живём в эпоху экономической атомизации, во времена, когда всё больше наших коллег не являются профессионалами, не привязаны к институтам, как и не являются рабочими и не привязаны к работодателям, и выступают не предпринимателями, а простыми производителями: мы свободные частицы на рынке, мы находим работу, которая нас устроит, за деньги, которые нас устроят».

Исследование имеет особую ценность благодаря сочетанию антропологического подхода — внимательного погружения в личные истории — и широкого аналитического взгляда, позволяющего увидеть системные сдвиги в сфере творчества. Опираясь на данные глубинных интервью с представителями творческих индустрий США — от театра и музыки до кино, — Уильям Дерезевиц создаёт эмпирически обоснованное высказывание, которое выходит за рамки абстрактных рассуждений: перед нами разворачиваются живые истории людей, ежедневно сталкивающихся с вызовами цифровой эпохи. Будучи писателем, эссеистом и литературоведом, автор глубоко знает сферу изнутри — это позволяет ему не просто зафиксировать происходящие трансформации, но и детально проанализировать, как кардинально меняются жизни творцов в условиях стремительной цифровизации.

Как сделать так, чтобы художник сегодня был не пассивной жертвой системы, а активным участником, способным влиять на правила игры? Ключевое значение автор придаёт государственной поддержке и инвестициям в культуру: грантам, субсидиям и налоговым льготам, которые помогают защитить художников от рыночных колебаний. Кроме того, он выделяет краудфандинг и подписочные модели, позволяющие творцам напрямую взаимодействовать с аудиторией и финансировать проекты без посредников; подчёркивает важность развития локальных арт-сообществ и создания независимых площадок; выступает за переосмысление образования в сфере культуры с включением навыков управления проектами и маркетинга; а также акцентирует значимость коллективных действий — создания профсоюзов и ассоциаций и лоббирования интересов творческих работников на законодательном уровне.

Книга написана удивительно живым и ясным языком — без академической сухости и избыточной терминологии. Дерезевиц говорит о сложных экономических и социальных процессах так, что они становятся понятны не только специалистам, но и широкой аудитории. Вместо абстрактных теорий — яркие примеры, чёткие аргументы и ощущение сопричастности к обсуждаемым проблемам. Я рекомендую книгу всем, кто интересуется современными тенденциями в творческих индустриях, всем кто хочет понять, как управлять культурой в эпоху цифровых технологий и задумывается о том, какой будет культура завтра. Книга не даёт простых рецептов, но задаёт правильные вопросы, а это уже первый шаг к изменениям.

Т. В. Новосёлова

Литература

1. *Foucault, M.* The Birth of Biopolitics: Lectures at the Collège de France, 1978–1979. Palgrave Macmillan, 2008.
2. *Louden, S., ed.* The Artist as Culture Producer: Living and Sustaining a Creative Life. Bristol, UK: Intellect, 2017.

Для цитирования: Новосёлова, Т. В. [Рец.] Дерезевиц, У. Экономика творчества в XXI веке. М.: Livebook, 2021 // Пути России. 2026. Т. 4. № 1. С. 134–136.