

Александр Юрьевич КРАМЕР / Alexander KRAMER

| Концепт «культурных индустрий» и воспроизводство в культуре прессы как медиаиндустрии / Cultural Industries: Some Their Reatures Regarding Cultural Reproduction of the Printed Media |

Александр Юрьевич КРАМЕР / Alexander KRAMER

*Ленинградский государственный университет им А.С.Пушкина, Санкт-Петербург, Россия
Кандидат культурологии, старший преподаватель**Leningrad State University named after A.S.Pushkin, Saint Petersburg, Russia
Ph.D. in Cultural Studies, Senior Lecturer
aykramer@gmail.com***КОНЦЕПТ «КУЛЬТУРНЫХ ИНДУСТРИЙ» И ВОСПРОИЗВОДСТВО В КУЛЬТУРЕ ПРЕССЫ КАК МЕДИАИНДУСТРИИ**

Статья посвящена рассмотрению некоторых историко-культурных обстоятельств появления концепта «культурные индустрии», а также анализу развития прессы, как одной из культурных индустрий, во второй половине XX века. В первой части статьи делается попытка показать ключевую роль интеллектуальной собственности, компьютеризации и идей о «счислимости человека» в ходе развития концепта культурных индустрий. Во второй части статьи в духе «теории практик», делается акцент на прогностически значимых аспектах воспроизводимости в культуре одной из медиаиндустрий – прессы, как культурного объекта. В заключительной части делаются некоторые предположения о траектории дальнейшего развития концепта культурных индустрий применительно к искусственному интеллекту и идеям «счислимости человека».

Ключевые слова: культурные индустрии, креативность, homo computabilis, интеллектуальная собственность, медиаиндустрия, пресса, искусственный интеллект.

CULTURAL INDUSTRIES: SOME THEIR REATURES REGARDING CULTURAL REPRODUCTION OF THE PRINTED MEDIA

The article concerns some historical and cultural circumstances of “cultural industries” concept’s appearing and some features of the printed media’s development during the second part of the XX century. In the first part of the article it is trying to point the key roles of intellectual property, as well as computerization process and of ‘homo computabilis’ idea, and trace their ways to be assembled in the whole design of “cultural industries” concept. The second part concerns some “ndustrial” aspects of the printed media reproduction in culture using some tools of the theory of practices. And in the last part of the article certain assumptions about further AI’s development within the scope of cultural industries were made.

Key words: cultural industries, creativity, homo computabilis, intellectual property, media industry, press, AI.



Александр Юрьевич КРАМЕР / Alexander KRAMER

| Концепт «культурных индустрий» и воспроизводство в культуре прессы как медиаиндустрии / Cultural Industries: Some Their Reatures Regarding Cultural Reproduction of the Printed Media |

«Вместо вопрошания о том, что появилось раньше, курица или яйцо, внезапно пришло на ум, что курица – это план яйца по преумножению яиц»

М.Г.Маклюэн

1. Культурные индустрии: штрихи к пониманию концепта

Начнем с определения UK Department for Culture, Media & Sport (2001): культурные индустрии – «индустрии, которые берут начало в индивидуальной креативности, навыках и талантах и которые имеют потенциал изобилия (богатства) и создания рабочих мест путем порождения и эксплуатации интеллектуальной собственности»¹.

На наш взгляд, это наиболее точное и корректное определение; в нем сказано самое основное: (а) креативность (навыки и таланты) как основа уникальности «культурного продукта», несущего «некоторую форму символического значения, которое возвышает их над чисто утилитарной функцией»²; (б) индустриальность (массовое производство «культурного продукта» в форме товара или услуги); (в) интеллектуальная собственность (нематериальные активы как источник дохода) как движущий фактор экономической целесообразности.

Определение ЮНЕСКО (2006³, после принятия Парижской конвенции о формах культурного

разнообразия, где также есть понятие «индустрия культуры»⁴) лишь детализирует и разводит «культурные» и «креативные» индустрии; Британская классификация в редакции 2016 года⁵ оперирует термином «креативные». Европейская комиссия (2013⁶) – «креативные и культурные». Интересно, что при сравнении списков индустрий, практически все «культурные» и «креативные» индустрии присутствуют в систематике «copyright-based» индустрий, принятой ВОИС⁷. К ним относятся:

Ключевые индустрии: пресса и литература; музыка, театральные постановки, оперы; кинофильмы и видео; радио и телевидение; фотография; программное обеспечение и базы данных; визуальное и графическое искусство; рекламные агентства и услуги⁸.

Зависимые индустрии: производство телевизоров, радиоприемников, CD-DVD плееров и т.п.; производство компьютеров и оборудования; производство музыкальных инструментов; фото- и киноиндустрии; производство носителей для записи; производство бумаги.

Частично зависимые индустрии: производство одежды, текстиля, обуви; изготовление ювелирных изделий и монет; мебель; домашняя утварь, фарфор и стекло; стенные и ковровые по-

⁴ Конвенция об охране и поощрении разнообразия форм культурного самовыражения. ЮНЕСКО Париж, 20 октября 2005 года. [Электронный ресурс] URL: http://www.ifapcom.ru/files/Konventsia_ob_ohrane_i_pooschrenii_raznoobraziya_form_kul_turnogo_samovyrazheniya.pdf

⁵ Creative Industries Economic Estimates Methodology. GB Department for Culture, Media and Sport, 2016.

⁶ Creative industries: Analysis of industry-specific framework conditions relevant for the development of world-class clusters / Extension of the European Cluster Observatory, Promoting better policies to develop world-class clusters in Europe. PWC, European Commission, 2013.

⁷ Copyright + creativity = jobs and economic growth: WIPO studies on the economic contribution of the copyright industries. WIPO, 2012.

⁸ Общества сбора роялти мы выносим из списка.

¹ Creative Industries Mapping Documents 2001. UK Department for Culture, Media & Sport. [Электронный ресурс] URL:

https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/183544/2001part1-foreword2001.pdf

² Throsby D. The cultural industries as a sector of the economy // The Routledge companion to the cultural industries / ed. by K.Oakley and J.O'Connor. NY: Routledge, 2015. P.59.

³ Understanding Creative Industries: Cultural statistics for public-policy making. UNESCO, 2006. P.3.



Александр Юрьевич КРАМЕР / Alexander KRAMER

| Концепт «культурных индустрий» и воспроизводство в культуре прессы как медиаиндустрии / Cultural Industries: Some Their Reatures Regarding Cultural Reproduction of the Printed Media |

крытия; игрушки и игры; архитектура; музеи; дизайн; фестивали и культурные события⁹.

Отметим важный момент: термины «креативный» и «культурный» очень часто используются в одинаковом смысле. И здесь важно помнить, что различение этих терминов носит прежде всего политический смысл: подмена «креативного» на «культурное» произошла в 1980-х, когда центристское лейбористское правительство Великобритании решило дистанцироваться от «левацкого» Совета Большого Лондона (Greater London Council)¹⁰, преимущественно в связи с идеями «креативного Лондона». Впоследствии GLC был поглощен правительственными структурами, но оба термина успешно работали в проекте ребрендинга Лондона. Возможно, именно благодаря политическим событиям подобного масштаба можно говорить о связанности культурных индустрий с «производством социального смысла»¹¹ – но не только. Важно понимать, что концепт «креативной / культурной / копирайт- индустрии» сложился во второй половине XX века и породила его в промежутке между 1944 годом и серединой 1950-х весьма интересная комбинация сил.

Первая – экономическая. В 1944-м созывается бреттон-вудская конференция, утвердившая мировую валютную систему и привязавшая курс доллара к «золотовалютному стандарту», – в которой транснациональные корпорации получили права самостоятельных игроков на валютном рынке. В 1944-м же заключено соглашение ГАТТ (предшественник ВТО), а в 1948-м учреждена ОЕЭС (предшественница ОЭСР, созданная для восста-

⁹ Два последние добавлены к 2014 году (2014 WIPO studies on the economic contribution of the copyright industries overview. [Электронный ресурс] URL:

http://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/performance/pdf/economic_contribution_analysis_2014.pdf.

¹⁰ Hesmondhalgh D., Pratt A.C. Cultural industries and cultural policy // International journal of cultural policy. 2005. No. 11 (1). P.5.

¹¹ Хезмондалш Д. Культурные индустрии. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. С.27.

новления послевоенной Европы в рамках Плана Маршалла).

Сила вторая, юридическая: в 1948 очередная редакция Бернской конвенции (Брюссельский акт); 1952 – всемирная конвенция авторского права (под патронажем ЮНЕСКО).

Сила третья, идеологическая: В 1947-м выходит сборник Т. Адорно и М. Хоркхаймера, где опубликованы «Культиндустрии». Здесь же – фантастика, она же футурология: опубликованы «Я, робот» А. Азимова (1950) и «Кукловоды» Р. Хайнлайна (1951). В том же контексте – знаменитый вопрос Э. Ферми «Являемся ли мы единственной разумной и технологически продвинутой цивилизацией во Вселенной?» (1950).

Сила четвертая, технологическая: в 1948 году изобретен манипулятор-рука с обратной связью, в 1952 появляются идея интегральной микросхемы, в 1954-м Дж. Девол подал заявку на «про-

104

граммируемое устройство для переноски предметов».

Сила пятая, психологическая: 1950 – А. Тьюринг формулирует правила «игры в имитацию»¹², позже получившую название «тест Тьюринга». В 1951-м, М. Минский и С. Паперт в MIT AI Lab разработали обучающуюся машину SNARC (на практике реализовав метафору «компьютера как человеческого мозга»). В то же время Дж. Маккарти продумывает математику искусственного интеллекта (ему же и принадлежит термин, 1956). В 1956 же возникнет когнитивная психология с ее метафорой «мозга как компьютера», а в 1957 Ф. Розенблатт изобрел «перцептрон» – кибернетическую модель мозга, реализованную в 1960-м в компьютере «Марк-1».

Собственно, на сочетании финансовой глобализации, интеллектуальной собственности, идей «счислимого человека», радикального либертари-

¹² Задача машины «давать такие ответы, какие естественным образом мог бы дать человек» (p.435) (Turing A.M. Computing machinery and intelligence // Mind. 1950. Vol. 59. No.236. P.433–460)



Александр Юрьевич КРАМЕР / Alexander KRAMER

| Концепт «культурных индустрий» и воспроизводство в культуре прессы как медиаиндустрии / Cultural Industries: Some Their Reatures Regarding Cultural Reproduction of the Printed Media |

анства, духа свободы хиппи, предпринимательства яппи, – на фоне сплава всего этого с культурной богемностью Сан-Франциско и хайтек-индустриями Кремниевой Долины (а также на контрасте с духом строгой логики МПТ и Гарварда) возникает «калифорнийская идеология», которую часто называют «техноутопией 1950–1960-х».

В 1965 году Г. Беккер обосновывает теорию «человеческого капитала», как инвестиций в «культурную» часть человека: здоровье, организацию труда и отдыха, качество жизни¹³ – и особенно в образование. Теория «человеческого капитала» становится основой «индустрии знаний», которая порождает идею «инновации» (взамен «изобретения»), которая, «по Шумпетеру, не есть работа ученого или инженера, но скорее решение предпринимателя, рискующего инвестициями в новое рискованное начинание¹⁴». Для сравнения, приведем актуальную трактовку инновации: «Инновация – это внедрение нового или существенно улучшенного продукта (товара или услуги), или процесса, или нового маркетингового метода, или нового метода в бизнес-практиках, организации рабочего пространства или внешних связей»¹⁵ – заметим, что риск инвестиций из определения исчез. К слову, П. Стонеман на контрасте к этому определению придумал «soft innovation», этот термин означает инновацию «в продуктах и услугах, которая в первую очередь воздействует на их эстетическую или интеллектуальную привлекательность, нежели на функциональность»¹⁶.

Но вернемся в 1960-е, далее – пунктиром.

В середине 1960-х в кругах МПТ развиваются идеи антикорпоративных «гипермедиа» с девизом «пусть в национальные экономики вольются тысячи работающих в сети». Именно тогда в близких к Беркли и Стэнфорду кругах появляется концепт «хакер».

Хакер изначально – изобретатель и рационализатор: он «модифицирует что-то за пределами предписанного разработчиками поля исходных намерений и возможностей подстройки чего-либо под себя, причем неожиданными методами. Хакинг – для нахождения своего пути, исследований и превращения любопытства в действие»¹⁷.

В это же время подписан учредительный договор ВОИС (1967), совпавший с началом кризиса бреттон-вудской валютной системы. В 1968 выходит «Одиссея 2001» С. Кубрика, с компьютером ХЭЛ9000 в одной из главных ролей. Практически одновременно появляются: микросхема, патент на управление компьютерной памятью, первая программа компьютерного дизайна и первые промышленные роботы. Тогда же – программируемый калькулятор и ARPANET (предшественник современного интернета).

В 1971 году исследования поиска внеземного разума спонсирует NASA, используя их для отработки «универсальных кодов», понятных любому возможному разуму (в 1972 / 77 запущены послания внеземным цивилизациям на «Пионерах» и «Вояджерах»).

¹³ Becker G.S. Human Capital: a theoretical and empirical analysis, with special reference to education. 3rd ed. Chicago: University of Chicago Press, 1993.

¹⁴ Machlup F. The production and distribution of knowledge in the united states. Princeton: Princeton University Press, 1962. P.179.

¹⁵ The Measurement of Scientific and Technological Activities: Proposed Guidelines for collecting and Interpreting Technological Innovation Data, Third Edition. Paris: OECD, Commission Eurostat, 2006. P.46.

¹⁶ Stoneman P. Soft Innovation Economics, Product Aesthetics, and the Creative Industries. NY: OUPress, 2010.

P.22. Отметим двусмысленность «soft-», отсылающего одновременно к «мягкости» и к компьютерному разделению оборудования и программного обеспечения (hardware / software).

¹⁷ Von Busch O. Hacking and Heresy // von Busch O., Palmas K. Abstract hacktivism: the making of a hacker culture. London and Istanbul: OPENMUTE, 2006. P.29. Отсюда, понятие «лайфхака». Двойственной фигура хакера становится после 1980-го; теперь на «тёмной стороне» силы – луддит-саботажник (для «ломщика» защиты программного обеспечения придумали специальный термин cracker, – он же «крякер»).



Александр Юрьевич КРАМЕР / Alexander KRAMER

| Концепт «культурных индустрий» и воспроизводство в культуре прессы как медиаиндустрии / Cultural Industries: Some Their Reatures Regarding Cultural Reproduction of the Printed Media |

1973 год: А. Кларк формулирует «закон о неотличимости достаточно развитой технологии от магии». В нем подмечено уже к тому времени очевидное противоречие: для пользователя¹⁸ технологии, с одной стороны, технология должна быть user-friendly («одомашнивание» технологии), с другой стороны – вся технология должна быть спрятана от пользователя¹⁹.

1973 год: Ямайская валютная конференция закрепляет глобальный принцип свободной конвертации валют. Уже на следующий год (1974) ООН заявила²⁰ о «новом экономическом порядке» (новые правила игры на рынках развивающихся стран с целью ликвидации экономического неравенства). Практически одновременно изобретен микропроцессор и П. Бурдые выводит формулу «культурного капитала». Появляется первый персональный компьютер.

В 1978-м вступает в силу ямайская валютная система; в конце 1978 года Парижская сессия Ген. конференции ЮНЕСКО объявляет о первых результатах исследовательской программы по культурным индустриям, посвященных воздействию аудиовизуальных медиа на социокультурное поведение молодежи и женщин²¹. В 1979 году появляется первое серьезное исследование (Д. Тросби) об экономике сценических искусств.

В 1980-м (поворотный, по сути, момент нашей истории) в законодательстве США появляется статья о распространении копирайта на программный код. В 1982 ЮНЕСКО публикует работу О. Жирара о культурных индустриях, в которой

отмечается разрыв: с одной стороны, «даже креативная работа основана на индустриальных процессах», с другой – «издатель, продюсер звукозаписи, арт-дилер или программный директор на ТВ воспринимаются не как бизнесмены, производящие и продающие товары, – но как престижные посредники между талантом художника и удовольствием публики, как сорт патронов для художника и благотворителя для пользователя»²². Делается вывод: сущностью усилий ЮНЕСКО должна быть логика продвижения культуры в рынок, а не защиты ее от рынка. После 1982 года появляются: идеи «креативного Лондона», формат CD, IBM PC и DOS, проект GNU. Еще спустя год – фильм «Терминатор» (1984), тогда же писатель С. Брэнд сказал на Hackers Conference «информация хочет быть свободной». Позже добавил: «а также дорогостоящей». В 1990-м Р. Столлман переименовал «хочет» на «должна»: Information should be free²³. В 1985 появляются Word для Макинтоша, советский текстовый процессор «Лексикон», а в 1988 – первый потребительский цифровой фотоаппарат.

Гонка технологий становится необратимой, что фиксирует Ж. Эллиоль: «Технология не может ждать, – она вскоре уже станет ненужной. Все должно быть сделано за одно поколение... Мы не можем ждать накопления адаптаций; мы должны сразу создать тип человека, который нужен машинам»²⁴.

В 1994 году П. Бурдые – в рамках общего тренда на переосмысление сути нематериальных активов – выступает с концепцией «символического капитала», подчеркивающей роль преобразования экономического капитала, «которое делает не-

¹⁸ Пользователь может быть «хакером», «чайником» (обучаемым) и «ламером» (необучаемым пользователем).

¹⁹ Thomas D. Hacker culture. Minneapolis: University of Minnesota press 2002, P.50

²⁰ Declaration on the Establishment of a New International Economic Order. United Nations General Assembly Resolution 3201 (S-VI). 1 may 1974. [Электронный ресурс] URL: <http://www.un-documents.net/s6r3201.htm>

²¹ UNESCO Approved Programme and Budget for 1979-1980 (20 C/5 Approved). UNESCO, 1979. P.410.

²² Girard A. Cultural industries: a handicap or a new opportunity for cultural development? Cultural industries, A challenge for the future of culture. UNESCO, 1982. P.32–33.

²³ Clarke R. «Information Wants to be Free ...» [Электронный ресурс] URL: <http://www.rogerclarke.com/II/IWtbF.html> (в 1959-м эта фраза еще не была столь актуальной как сейчас).

²⁴ Ellul J. What I believe. L.: Marshall Morgan and Scott, 1989. P.138.



Александр Юрьевич КРАМЕР / Alexander KRAMER

| Концепт «культурных индустрий» и воспроизводство в культуре прессы как медиаиндустрии / Cultural Industries: Some Their Reatures Regarding Cultural Reproduction of the Printed Media |

узнаваемым настоящим принцип его функционирования»²⁵ в накоплении символического капитала, «как отрицаемого экономического или политического капитала, неузнанного и признанного, а потому легитимного «кредита», способного при определенных условиях и всегда в свой срок гарантировать «экономические» выгоды»²⁶.

В том же 1994 году заключено соглашение ТРИПС и на следующий год начинает работу ВТО: с этого момента ВОИС и ВТО держат культурные индустрии в своих руках. 1996 – договор ВОИС по авторскому праву, 1998 – наделавший много шума Digital Millenium Copyright Act. В 2001 году принята декларация ЮНЕСКО о культурном разнообразии, и в том же 2001 году британское Министерство культуры, медиа и спорта обнародует первую внятную систему оценки культурных индустрий. В 2002 году появляется «The Rise of the Creative Class» Р. Флориды и первое издание «Культурных индустрий» Д. Хезмондалша.

Можно сказать, что дело сделано, новый глобальный рынок полностью раскрыт и начинает рост. По данным ВОИС (2014) доля интеллектуальной собственности в ВВП разных стран в среднем по миру составляла 5,1%²⁷ (в США по понятным причинам около 40%²⁸). И еще один показательный факт: благодаря патентам, необходимым для создания любого Android-устройства, Microsoft

получает с 74-х производителей роялти порядка \$3 млрд в год²⁹.

2. Пресса как «культурная индустрия» и «культурный объект»

Мы намерены во второй части нашей работы рассмотреть (имея в виду историческую перспективу) одну из культурных / креативных индустрий – прессу. Для целей этого рассмотрения сформулируем несколько теоретических соображений.

Первое: медиа в целом (и пресса в частности) существуют в культуре в форме «культурных объектов» (в смысле П. Бурдьё³⁰), которые могут быть рассмотрены в единстве процессов «распредмечивания» культурно значимых «человекообразных»³¹ артефактов (материальных объектов) в «человеческое содержание»³² практик и «опредмечивания» этих практик в артефакты.

Второе: Артефакт в логике воспроизводства культуры распредмечивается в практику, практика сворачивается и опредмечивается в артефакт, который вновь порождает – ту же, но другую, – практику.

Третье: единство артефакта и практики порождает собственно класс хабитуса (а следовательно, и идентичности, статусы, институты и идеологии, а также значимые факторы восприятия, знания, оценивания и действия).

Общая логика развития индустрии прессы предстает следующим образом.

²⁵ Бурдьё П. Практический смысл. СПб.: Алетейя, 2001. С.230.

²⁶ Бурдьё П. Производство веры. Вклад в экономику символических благ // П.Бурдьё. Социальное пространство: поля и практики. М.: Инст.экспер.соц., СПб: Алетейя, 2005. С.178.

²⁷ How to Make a Living in the Creative Industries. WIPO, 2017 (р...)

²⁸ Intellectual Property and the U.S. Economy: 2016 Update. Washington: US PTO, 2016. [Электронный ресурс] URL: <https://www.uspto.gov/sites/default/files/documents/IPandtheUSEconomySept2016.pdf>

²⁹ Ализар А. Microsoft провела две патентные атаки на Linux за неделю // Geektimes, 14.03.2016 [Электронный ресурс] URL: <https://geektimes.ru/post/272592/>

³⁰ Бурдьё П. Формы капитала // Экономическая социология. 2005. Т.6. №3. С.60–74.

³¹ Петров М.К. Человеческая размерность и мир предметной деятельности // Высшее образование в России. 2010. №4. С.108–118.

³² Каган М.С. Философия культуры. СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1996.



Александр Юрьевич КРАМЕР / Alexander KRAMER

| Концепт «культурных индустрий» и воспроизводство в культуре прессы как медиаиндустрии / Cultural Industries: Some Their Reatures Regarding Cultural Reproduction of the Printed Media |

В «до-компьютерной ситуации» ключевым для индустриального производства, скажем, газеты, становится ее физическое тиражирование, для чего нужны машины, в которые свернут алгоритм: «снял копию – напечатал копию – отдал копию» – автоматы, копирующие с образца («мастер-копии»). Такие автоматы могут находиться где угодно, при условии, что существуют машины, умеющие удаленно воспроизводить мастер-копии.

Если в до-компьютерной ситуации мастер-копия существует как материальный объект (физическая газета), то с появлением компьютера мастер-копия преобразуется в ее «компьютерный образ», который изготавливается в программе верстки. В эту программу свернуты практики классификации и стандартизации инструментов верстки и, одновременно, практики самой верстки (часть практик сворачивается в артефакты управления – манипуляторы, вроде клавиатуры и мышки). Плюс к программе нужна операционная система, в которой эта программа будет работать, нужны интерфейсы, связывающие манипуляторы с программой, программу с периферийными устройствами и т.д. Важно понимать, что программный продукт – артефакт. Он материален как запись на устройстве памяти (или, если «распределенно» – на серверных устройствах). Причем программа должна: (а) быть считываема в принципе и (б) запускаться в операционной системе. Для воспроизведения записанного в файл образа мастер-копии нужны как минимум такая же ОС и та же программа (или как минимум так называемый «просмотрщик», открывающий определенный тип файлов и не предназначенный для внесения изменений). Также нам нужны практики работы с этими программами и операционной системой.

Итак: делаем газету на компьютере. В этом случае, помимо программы верстки нам нужно перевести в цифровую форму все элементы газеты (текст, фото, рисунки). То есть в наших раскладах появляются текстовый редактор и редактор изображений, а также устройства «оцифровки» (циф-

ровые камеры, сканеры) и программы управления этими устройствами.

Что изменилось? Мастер-копия как таковая осталась, но теперь это файл, требующий правильной ОС и правильной программы. Класс практик изготовления мастер-копии полностью алгоритмизирован; отдельные «до-цифровые» практики (печатать на машинке, проявка фотографий и т.д.) свернулись в цифровые артефакты и вышли из массового употребления.

Теперь отследим этапы развития прессы как культурной индустрии.

Нулевой этап:

1896 – новости в принципе выведены из авторского права – в редакции Парижского дополнения к Бернской конвенции, формулировка Берлинского акта к ней 1909 года сохраняется в наши дни: «Охрана, предоставляемая настоящей Конвенцией, не распространяется на новости дня или на различные события, имеющие характер простой прессы-информации». Однако за правообладателем (редакцией) сохраняются копирайт на дайджест и патентная защита на способ объединения в дайджест. 1907 – изобретен новый массовый способ печати: появляются офсетные машины.

Ключевые артефакты: станок массового производства (порождает практики копирования и массового распространения), мастер-копия.

Ключевые практики: машинопись и редакция, съемка и проявка, верстка, набор, цветоделение, изготовление физической мастер-копии.

Первый этап (1950 - начало 1970-х). Задача: перевести в компьютерную форму ключевые практики – сначала ввод текста (это случилось сразу, как стали писать программы), потом текстовый редактор, редактор изображений (1963 – Sketchpad с электронным пером, в 1964 – система цифрового проектирования) потом верстка (1982). Система фотонабора для офсетной печати изобретена в 1949-м, но широко распространяется во второй половине 1970-х.



Александр Юрьевич КРАМЕР / Alexander KRAMER

| Концепт «культурных индустрий» и воспроизводство в культуре прессы как медиаиндустрии / Cultural Industries: Some Their Reatures Regarding Cultural Reproduction of the Printed Media |

Ключевые артефакты: компьютер и периферия, дискеты, программы, мастер-файл и файлы-исходники.

Ключевые практики: манипулирование программами с получением файла, пригодного к распечатке. Практики нуля-этапа в цифровой среде, физическая верстка.

Второй этап (середины 1980-х – начало 2000-х). Задачи этапа: снижение затрат на производство мастер-копии, перевод ее в цифровой формат; затем – снижение затрат на тиражирование (избавление от физического копирования переводом в интернет). Внедрение защиты как программного обеспечения, так впоследствии и цифрового контента. Также: избавиться от бумажных копий в производстве. К слову, фигура хакера (изготовителя «кряков» – программ обхода защиты) становится нужной бизнесу: бесплатный доступ к программам создает среду любительского освоения профессиональных навыков и тем самым обостряет конкуренцию уже среди профессионалов.

Ключевые артефакты: станки, печатающие с файла. Остальное как на предыдущем этапе. Веб-сервер. Программы-браузеры. Профессиональные программы, доступные любителям (DIY-программы). «Кряки». Электронная почта.

Ключевые практики: Практики первого этапа, плюс освоение HTML и браузеров. Практики цифровой печати на всех этапах производства.

Третий этап (середины 2000-х – 2013)³³. Задача: снизить расходы на содержание редакции (перенос производства на мобильные компьютеры), сократить расходы на производство контента

³³ Конец третьей и начало 4 фазы мы ставим на точке изгнания из Chicago Sun-Times фоторедакции в полном составе ради обучения всех репортеров съемками на айфонах (Marek L. Chicago Sun-Times cuts entire photography staff // Crain's Chicago Business, 30.05.2013 [Электронный ресурс] URL: <http://www.chicagobusiness.com/article/20130530/NEWS06/130539987/chicago-sun-times-cuts-entire-photography-staff>).

(брать «пользовательский контент» из интернета). Одновременно: отвязать копии контента от стационарного компьютера и привязать к мобильной практике (через мобильный телефон / смартфон). Соответственно меняется формат мастер-копии (верстка частично трансформируется в веб-шаблоны). Что интересно: произошло расслоение: часть прессы работает в интернете и становится мульти-медийной, другая часть, работая в интернете, сохраняет физическую печать.

Ключевые артефакты: Цифровой фотоаппарат массово. Ноутбук, смартфон, планшет. Программы для смартфона и планшета. Сервера совместной работы. CMS. «Кряки». Свободное ПО. Системы оплаты контента (подписки и т.д.).

Ключевые практики: блоггинг, работа в соцсети. DIY-журналистика. Освоение систем управления контентом. Поиск информации, оптимизация поиска.

Четвертый этап (2013 – наши дни). Задача: оптимизация конечного продукта в рамках «конвергентности» медиа (свертка артефактов в комплексный «мультимедийный» или «трансмедийный» артефакт – мультимедiateкст). Это при том, что физические газеты сохраняются. Программное обеспечение для изготовления контента сворачивается в упрощенные веб-сервисы. Изменяется представление о профессии «журналист» – он становится «мультимедийным», ему требуется владеть словом уже не в смысле литературы, а в смысле соблюдения авторских прав³⁴.

Ключевые артефакты: Смартфон, планшет, «умные устройства». Программы персонализации доступа к контенту. Системы анализа контента (включая проверку на плагиат). Веб-сервисы производства контента. Мультимедийный и «трансмедийный» контент.

³⁴ Общая тенденция, включая образование и науку: использование чужих материалов без ссылок на источники и часто вообще без проверки содержания на фактическую точность.



Александр Юрьевич КРАМЕР / Alexander KRAMER

| Концепт «культурных индустрий» и воспроизводство в культуре прессы как медиаиндустрии / Cultural Industries: Some Their Reatures Regarding Cultural Reproduction of the Printed Media |

Ключевые практики: мультимодальная и семантическая обработка медиатекстов, проверка информации на фактическую точность. Практики создания «мультимедийного продукта». Что интересно: практически все ключевые практики нулевого этапа – сохраняются, пусть и в измененном виде.

Если проследить общую логику, то первым ключевым сдвигом в нашей истории было представление естественного алгоритма практики как программного алгоритма (конец 1950-х). Второго сдвига подобного масштаба изменения практик и артефактов не произошло до наших дней. Устройства уменьшаются, количество выполняемых ими функций увеличивается, но это все те же функции нулевого этапа, в некоторых случаях даже с теми же интерфейсами, – например, QWERTY-раскладка клавиатуры впервые появилась в 1878 году и сохраняется до сих пор. На уровне практик произошло множество инноваций, но не было ни единого решения изобретательского уровня. Практики приспособляются к новым артефактам, при этом на уровне артефактов накапливаются сдерживающие развитие факторы, такие как:

(1) отсутствие массовых – емких и недорогих – аккумуляторов с пополнением без привязки к стационарным проводным электросетям;

(2) естественные ограничения восприятия и манипуляции информации на мобильных устройствах, – нужны разворачивающиеся виртуальные экраны а также интерфейсы к ним, но без дополнительных физических устройств;

(3) стоимость информации, особенно накопленной в соцсетях и на «облачных» серверах, несопоставимо мала в среднем по сравнению со стоимостью хранения информации;

(4) стоимость цифрового контента приближается к стоимости их физического аналога, это уже заметно по книгам и журналам. Информация, поставляемая прессой, в сети становится платной и

возникает проблема недоступности уже и не-эксклюзивной информации;

(5) естественные границы контроля устройств и их «самостоятельности» в силу миниатюризации и переусложнения порождают проблему контроля и выводит «хакерство» на новый уровень, что в свою очередь, даст толчок новым инновациям.

Такова, как нам представляется, любая «культурная индустрия» – ее сущность заключена в безостановочных инновациях артефактов и привязке к ним существующих практик, а вовсе не в создании принципиально новых практик. Бизнес. Ничего личного.

3. Homo computabilis: вместо заключения

Три факта и два, как говорится, «нюанса» напоследок.

Факт первый: китайский робот самостоятельно сочинил новость³⁵.

Факт второй, из отчета The Robotics Market Report: «... возможные продавцы роботов все еще сталкиваются с несколькими крупными препятствиями. Одно из них – хорошо изученное отвлечение, которое большинство испытывает к чересчур гуманоидным роботам»³⁶.

Факт третий: Илон Маск предупреждает, что, если не расширить способности человека «слиянием биологического интеллекта с машин-

³⁵ Манукян Ж. Китайский робот-журналист опубликовал дебютную статью // РИА Новости, 19.01.2017. [Электронный ресурс] URL: (<https://ria.ru/world/20170119/1486037961.html>)

³⁶ The Robotics Market Report // BI Intelligence. [Электронный ресурс] URL:

https://www.businessinsider.com/intelligence/research-store?IR=T&utm_source=facebook&utm_medium=cpm&utm_term=paid_post&utm_content=Report_Store&utm_campaign=FB_Paid_Post_Report_Store_BII_Website_Visitors_Target#!/THE-ROBOTICS-MARKET-REPORT/p/51811152/category=11987291



Александр Юрьевич КРАМЕР / Alexander KRAMER

| Концепт «культурных индустрий» и воспроизводство в культуре прессы как медиаиндустрии / Cultural Industries: Some Their Reatures Regarding Cultural Reproduction of the Printed Media |

ным», человек станет «домашним котом» для искусственного интеллекта³⁷.

Креативная / культурная экономика уже невозможна без компьютеров, сетевой работы, цифровых продуктов, причем увеличение доли нематериальных активов в продукте неизбежно приводит к уменьшению расходов на производство единицы массового «культурного продукта». Стоимость рабочей силы в результате неизбежно падает, что в конечном итоге приводит к появлению социального класса работников с устойчиво непостоянной занятостью – так называемого «прекариата». По оценкам А. Вержбицкого, через 40 лет хорошо образованный прекариат составит половину всей рабочей силы³⁸.

Это был нюанс первый. А вот второй: разнообразные «форсайты» связывают будущее с искусственным интеллектом и «большими данными» – что, по сути, есть продолжение истории о «счислимом человеке». Продолжаются попытки классификации человеческого и создания разнообразных алгоритмических схем описания человека, – например, через систему «интеллектов». На сегодня известны ментальный интеллект (хорошо знакомый IQ), эмоциональный (EQ, самосознание, эмпатия, способность коммуникации), культурный (CQ, способность понимать даже жесты людей разных культур), физический (PQ, забота о здоровье и физической форме), а также «духовный» (SQ) и «многообразный» (DQ, «способность ориентироваться в социальном, культурном, расовом и иных человеческих многообразиях, и правильно использовать в

отношениях с защищенными классами на рабочем месте»³⁹).

Предполагается, что искусственный интеллект вберет в себя все эти «интеллекты», включая культурный, в рамках входящей в моду ambient Intelligence technology (AmI, «для эффективной поддержки и удобства пользования – интуитивно, ненавязчиво и естественным образом, интерактивно, учитывая потребности и даже предвосхищая желания»⁴⁰).

Не сразу, разумеется. Когда и если это случится, сдвига в экономике не произойдет, потому что «дополненная» и виртуальная реальности немедленно станут нематериальными активами. Однако человек «прекариата» превратится, как предостерегал Ж. Эллюль, в теоретика «абсолютной свободы, предоставляемой человеку техникой»⁴¹ или – наоборот – в практика борьбы с «нейроинтерактивной симуляцией»⁴². Или «домашнего кота». И далее, памятуя, что типология интеллектов придумана людьми, непонятно, захотят ли искусственные интеллекты заменить людей в правительствах? Захотят ли хакеры бороться с искусственным интеллектом? И не будут ли те же хакеры – вне этой «симуляции» – удовлетворены ролью «домашних котиков»?

А вот здесь мы остановимся и поставим жирное многоточие.

³⁷ Solon O. Elon Musk says humans must become cyborgs to stay relevant. Is he right? // The Guardian. 15.02.2017. [Электронный ресурс] URL:

<https://www.theguardian.com/technology/2017/feb/15/elon-musk-cyborgs-robots-artificial-intelligence-is-he-right>

³⁸ Wierzbicki A.P. The Future of Work in Information Society: Political-Economic Arguments. NY: Springer, 2016. P.48.

³⁹ Hughes C. Diversity Intelligence - Integrating Diversity Intelligence alongside Intellectual, Emotional, and Cultural Intelligence for Leadership and Career Development. L.: Palgrave Macmillan, 2016.

⁴⁰ Bibri S.E. The Human Face of Ambient Intelligence – Cognitive, Emotional, Affective, Behavioral and Conversational Aspects. Amsterdam: Atlantis Press, 2015. P.5.

⁴¹ Эллюль Ж. Технологический блеф // Это человек: антология. М.: Высш. шк., 1995. С.283.

⁴² Термин из кинофильма «Матрица» вполне подходит для описания входящих в моду нейроинтерфейсов и костюмов виртуальной реальности с обратной связью.



Николай Николаевич ЯРОШЕНКО / Nikolay YAROSHENKO

| Индустрия развлечений в пространстве современных культурных практик / The Entertainment Industry in the Field of Contemporary Cultural Practices |

Николай Николаевич ЯРОШЕНКО / Nikolay YAROSHENKO

*Московский государственный институт культуры, Россия
Доктор педагогических наук, профессор, заведующий кафедрой социально-культурной деятельности**Moscow State Institute (University) of Culture, Russia
Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Head of Department of Social and Cultural Activities
yaroch1@yandex.ru***ИНДУСТРИЯ РАЗВЛЕЧЕНИЙ В ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННЫХ
КУЛЬТУРНЫХ ПРАКТИК**

В статье рассматривается индустрия развлечений – новый сегмент культурных индустрий, становление которого отражает общие закономерности развития современного культурного процесса. Гедонистическая функция определяет специфику всех социокультурных функций индустрии развлечений (развивающая функция, познавательная функция, функция отдыха, функция развлечения, коммуникативная функция и др.). Возможность получения удовольствия и впечатлений является основными побуждающим мотивом развлечений. В развитии мировой индустрии развлечений преобладает вектор интеграции потребностей в получении новых впечатлений и форм удовлетворения этих потребностей. Дальнейшее развитие индустрии развлечений автор связывает с развитием социально-культурных технологий, позволяющих решать задачи социально-культурного воспитания и развития личности в специфических условиях организованного досуга.

Ключевые слова: культурные индустрии, индустрия развлечений, индустрия досуга, организация отдыха и развлечений, функции индустрии развлечений.

**THE ENTERTAINMENT INDUSTRY IN
THE FIELD OF CONTEMPORARY
CULTURAL PRACTICES**

The article discusses the entertainment industry – a new segment of cultural industries, the formation of which reflects the general regularities of development of modern cultural process. Hedonistic function determines the specificity of all social and cultural functions of the entertainment industry (educational function, cognitive function, function of recreation, the entertainment function, communicative function, etc.). The possibility of obtaining fun and excitement is the main encouraging motto for entertainment. In the development of global entertainment industry needs to gain new experiences dominates. Further development of the entertainment industry the author considers as the development of socio-cultural technologies, allowing to solve tasks of social-cultural education and personal development in the specific conditions of organized leisure.

Key words: cultural industry, entertainment industry, leisure industry, leisure and entertainment functions, entertainment, industry.

В системе культурных индустрий особое место занимает сегодня развлекательная индустрия – она являет собой не только

бурно развивающийся сектор экономики, но и образец яркой и притягательной культурной формы, которая устанавливает новые приоритеты социаль-

