

ЗМІСТ

Частина перша. Основні проблеми

- 1. Вступ 11
- 2. Мистецтво і гроші 23
- 3. Кращого-моменту-не-придумати
(технологічно-утопічний наратив) 37

Частина друга. Повна картина

- 4. Нові умови 53
- 5. Зробити самому 82
- 6. Час і простір 101
- 7. Коло життя 123

Частина третя. Мистецтво й митці

- 8. Музика 143
- 9. Письменництво 170
- 10. Візуальне мистецтво 201
- 11. Кіно і телебачення 230

Частина четверта. На що перетворюється мистецтво

- 12. Історія мистецтва 259
- 13. Четверта парадигма 270

Частина п'ята. Що робитимемо?

- 14. Школи мистецтв 299
- 15. Піратство, авторське право й Гідра технологій 314
- 16. Не скигліть, організуйтеся 331
- Подяки* 346
- Бібліографія* 348
- Примітки* 352

Частина перша

Основні проблеми

ВСТУП

Це книжка про мистецтво, гроші та їхні взаємини, які змінюються не на користь мистецтва. Це книжка про те, як митці — музиканти, письменники, художники, творці із царини кіно й телебачення — заробляють (або намагаються заробити) на життя в умовах економіки ХХІ століття.

Ось кілька замальовок.

Меттью Рот — хасидський єврейський мемуарист, молодий автор романів для дорослих, автор новел і дитячих книжок, слемпоет, дизайнер відеоігор, блогер, автор інтернет-журналів, колумніст і сценарист. Він колись зустрічався із секс-працівницею, яка не була єврейкою, виступав на Бродвеї в Def Poetry Jam і став єдиним чоловіком у феміністичному колективі художньої декламації Sister Spit у Сан-Франциско, де готував шабатні вечери для дівчат із руху Riot grrrl. Його книжки мають такі назви, як «Йом Кіпур для танцівниць гоу-гоу» (Yom Kippur a Go-Go), «Не звертайте увагу на Голдбергів» (Never Mind the Goldbergs) і «Мій перший Кафка» (My First Kafka). Рот — приємний, чимось схожий на дитину чоловік. Він пише в маленьких блокнотиках, поки годину добирається на роботу з Брукліну на Мангеттен, а тоді назад у Бруклін, де живе з дружиною й чотирма дітьми. Якщо ідея приходить у шабат (а ідеї його відвідують постійно), йому доводиться чекати заходу сонця, щоб записати її.

Більшість із того, що робить Рот, приносить дуже мало грошей або не приносить їх зовсім. Коли у 2004 році він продав перший роман за 10 000 доларів, це була приблизно вдвічі більша сума, ніж він заробив за рік перед тим. У 2016 році, коли він уже попрацював для єврейського сайту (створював відеоконтент) на компанію, яка займалася освітніми технологіями (створював відеоігри), і в «Майстерні Сезам», де

писав навколонаукові скетчі, Рот відгукнувся на вакансію в маленькій фейсбук-спільноті нью-йоркських сценаристів ігор. Назви компанії вказано не було. Виявилось, що це Google, який шукав креативного копірайтера. Спершу його прийняли в команду «персоналізації» Google-асистента — треба було писати діалоги й придумувати «пасхалки», тобто раптові бонуси й жарти.

«Коли я отримав роботу в Google, усі друзі сказали: “Ну все, тепер заживеш”, — розповів мені Рот, — і десь півтора тижня я теж так думав». Та виявилось, що робота була за контрактом, який жодних бонусів не передбачав. Для його молодих безсімейних колег це були хороші гроші, але тому, чия сім'я витрачала 30 000 доларів на рік лише на медстрахування, платили не так уже й добре. Продовжувати контракт можна було на три-шість місяців, і за законом він міг там пропрацювати не більше двох років. Коли ми говорили, він якраз підібрався до позначки в півтора року. І попереду з'яв ще один знаковий момент. «Майже тридцять дев'ять з половиною, — відповів він, коли я спитав про його вік. — І я не молодшаю». Рот порівняв себе з батьком-казкарем із дитячого роману Салмана Рушді «Гарун і море історій» (Haroun and the Sea of Stories), у якого одного дня «висохне потік ідей». «Я до смерті боюся, що мій мозок просто вимкнеться, — зізнався він, — або я не зможу постійно придумувати нові цікаві ідеї». Для нього це означає, що на екваторі свого життя він як креативник стане безробітним.

Лілі Колодні (ім'я змінене) за всіма загальноприйнятими стандартами можна назвати успішною молодою ілюстраторкою. Завдяки своєму чарівному, трохи «дитячому» стилю, вона мала замовлення від Penguin Random House, HarperCollins, New York Times, New Yorker і багатьох інших широко відомих видавців і видань. «Друзі мені завжди говорять: “Тобі так пощастило, ти знайшла своє покликання”, — каже вона. — І коли я справді почуваюся талановитою, коли почуваюся в потоці, я думаю, що знаю, як це робити. Що я справді створена для цього».

Водночас Колодні не відпускає тривога через гроші. Вона зізнається, що «завжди просто виживала» й не накопичила жодних заощаджень. На моє запитання, яка в неї «база», тобто яку суму в доларах їй, на її думку, потрібно заробляти на рік, вона відповіла: «Конкретної цифри немає, тому що я намагаюся про це не думати. Мені складно уявити майбутнє». На момент, коли ми спілкувалися, її справи трохи поліпшилися. За останні кілька місяців перед тим вона «могла поїсти в закла-

ді й не сварити себе за це», «купила собі пару речей» і вже «не лізла» постійно перевіряти рахунок і гадати, чи вистачить їй на оренду житла. Крім того, у неї з'явився агент, вона працювала з ним над проектом, на який поклала великі надії — сподівалася, що це виведе її кар'єру на новий рівень. Проект Колодні описала як «імпресіоністичні напіввигадані ілюстровані мемуари». «Я думала, що він допоможе мені швидко розбагатіти. Але не так сталося, як гадалося, — сміється вона, — все дуже повільно».

«Для мене це свого роду золоте яйце, — пояснює Колодні. — Якщо із цим не вигорить, доведеться все переоцінити». А як виглядатиме переоцінка? Що вона може робити натомість? План Б — викладати, в ідеалі художню дисципліну, але підійде будь-що. План В — взагалі будь-яка робота. «Усі, кого я знаю, — розповідає вона, — якщо вони не сидять в офісі й не живуть за чийсь рахунок, то викладають йогу, працюють водіями в Uber, нянями». Для неї після всіх цих років було б складно «перемкнутися на щось таке настільки не пов'язане з професією». Але Колодні, якій на момент нашої розмови було 34 роки, розуміла: незабаром доведеться приймати рішення. «Це не стабільно, — каже вона про свою ситуацію, — особливо, якщо я хочу народити дитину. Ну, тобто не “якщо” — я *справді* хочу дитину».

Мартіну Бредстріту було 29, коли збулася одна з його мрій про музику. Бредстріт виріс в Австралії, живе в Монреалі. Він заснував гурт Alexei Martov. (Їхню музику найкраще описує слово «гучна».) У Монреалі гурт зібрав доволі багато шанувальників завдяки концертам, які рекламував у фейсбуку. 2015 року Бредстріт вирішив улаштувати турне. Для музиканта його складу, як розповів він, саме так і виглядав успіх: «Їздити всюди на мікроавтобусі, грати пісні, над якими працював разом із друзями», доносити щось важливе абсолютно незнайомим людям.

Тож Бредстріт заліз в інтернет, знайшов схожі на них гурти й переглянув сотні розкладів турне, шукаючи заклади, в яких вони зазвичай грають. Потім пошукав контакти цих закладів у базі даних Indie on the Move. Він розповів, що домовитися про концерт із закладом значно простіше, якщо одразу представити повноцінну програму — тобто в ній має бути, окрім твого гурту, ще пара місцевих. Тому він передивлявся, скажімо, 80 гуртів у Луїсвіллі, слухав їхню музику, вибирав ті, які найбільш подібні до його власного, і з ними зв'язувався. Потім, за його словами, було «потрібно розібратись, як прорекламу-

вати концерт у місті, в якому ти ніколи не був, у закладі, де ніколи не грав, з гуртами, яких не знаєш» — і почасти йому це вдавалося, бо він брав у тих закладів контакти місцевих медіа, тож міг звернутися до них напямую.

Так, Бредстріт погоджується, що роботи багато, але (дяка інтернету) треба було всього лише докласти зусиль, і турне відбувалося. Спочатку він втрачав гроші, але пояснив, що вони для нього були неважливі. (Бредстріт жив на заощадження з онлайн-покера і, як він висловився, «інших інвестицій».) Йому хотілося б вийти на наступний рівень — мати свого піарника, найняти агента, який би влаштовував концерти, підписати контракт зі студією звукозапису, — але «у світі багато таких талановитих, як я». На момент нашої розмови Бредстріт уже перемкнувся на інше. «Так, займатися музикою й цим заробляти на життя було б дуже класно, — сказав він, і обличчя його посумнішало, — але коли стаєш старшим, усе встигати вже складніше, особливо із сучасним темпом життя». Та він ні про що не жалкує. Говорить, що половина з усіх найкращих вечорів у його житті припадає саме на ті півсотні виступів у тому турне.

Міка ван Гов — незалежний кінорежисер з міста Охай у Каліфорнії, який усього навчився сам. Ван Гов не ходив до кіношколи й навіть не закінчував коледж. За його словами, робити все, що він робить, «дав змогу винятково інтернет» і те, чого він там навчився. Для нього телебачення — як художня проза, кіно — як поезія. «Треба донести якомога більше за найкоротший відрізок часу, — говорить він. — Просто в житті бувають моменти, коли ніби все стає зрозумілим, або коли якась дрібничка відкриває перед тобою величезні масштаби людського життя, і мене завжди захоплювали ці моменти — вони трапляються в дуже дивних, абсолютно неочікуваних ситуаціях».

Міка розповів, що всього навчився, бо просто почав пробувати, просто «пірнув і все». У перший день зйомок своєї першої короткометражки він приніс на майданчик камеру, але забув об'єктив. На перший фільм збирав «мікробюджет» в 40 000 доларів на краудфандинговому сайті Kickstarter цілих п'ять років. Ван Гов, який виріс у бідній родині, останні десять років переважно мешкав у друзів і досі часто спить на підлозі. Він би радо жив у мами, але в неї справи йдуть ще гірше, ніж у нього. «Все залежить від того, чим ви можете пожертвувати, — зауважив він. — Я можу пожертвувати дахом над головою. Більшість людей від цього відмовитись не в змозі, і їх це обмежує».

На момент нашої розмови ван Гов закінчував другий фільм і перед нашою зустріччю монтував його до п'ятої ранку. Він планував узяти з ним участь у стількох кінофестивалях, скільки зможе потягнути вступних внесків — можливо, від 10 до 20. «Я ось-ось дізнаюся, чи справцює все те, чого я навчився», — хвилювався він. Але водночас відчував готовність зробити наступний крок — написати повноцінний сценарій, знайти реальне фінансування, близько 500 000 доларів — «адже люди бачать, коли ти готовий». Я спитав, що допомагає йому не зупинятися. «Мені скоро тридцять, — відповів ван Гов. — Дев'ять років тому я прийняв рішення, що решту життя займатимусь саме цим, і тепер від нього не відступаю. Я все поставив на цю роботу». Тепер настав час розібратися, що саме він може принести світу. «Я справді вважаю, що це певного роду генеалогія, — розмірковує він. — Ми бачимо мистецтво, яке створювали до нас, і пропускаємо його через себе — так ми починаємо говорити про світ по-своєму та змінювати його під себе».

* * *

Є дві діаметрально протилежні точки зору на те, як живеться митцям у цифрову епоху. Одна йде з Кремнієвої долини й від тих, хто розганяє цю позицію в медіа. Кажуть, ще ніколи не було ліпшого часу для того, щоб заробляти творчістю. Якщо в тебе є ноутбук — маєш студію звукозапису. Користуєшся айфоном — маєш кінокамеру. GarageBand, Final Cut Pro — всі потрібні інструменти напохваті. Виробництво дешево, дистрибуція взагалі безкоштовна. Вона називається «інтернет»: YouTube, Spotify, Instagram, Kindle Direct Publishing. Хто завгодно може стати митцем — варто тільки розкрити свій потенціал і опублікувати створене. Незабаром уже зароблятимеш на життя улюбленою справою, як і всі ті зірки, про яких читав.

Самі митці (особливо музиканти, але й письменники, кінорежисери, художники) вважають інакше. Так, звичайно, опублікувати можна все, але хто за це заплатить? Цифровий контент демонетизувався: музика стала безкоштовною, тексти — безкоштовними, відео — безкоштовним... Навіть картинки, які ви публікуєте в інстаграмі й фейсбуку, теж нічого не коштують, тому що люди можуть просто взяти їх (і беруть). Не кожен може називатися митцем. Щоб займатися мистецтвом, необхідно присвятити йому не один рік — і весь цей час хтось має підтримувати тебе фінансово. Якщо нічого не зміниться, мистецтво в багатьох його проявах може просто не вижити.

Я схильний вірити митцям. Як мінімум, я не довіряю Кремнієвій долині. У них є мільярд причин гнути свою лінію, і зараз уже зрозуміло, що вони не такі звичайні корпоративні працівники, якими себе позиціонують. Плюс факти теж говорять на підтримку митців — їм усе-таки видніше.

Але люди й досі займаються творчістю. Причому сьогодні їх як ніколи багато — на цьому люблять акцентувати прибічники технокомпаній. То як у них це виходить? Чи прийнятні нові умови? Чи стабільно вони в них почувуються? Чи стали ці умови демократичнішими (тобто чи став інтернет тим «ігровим майданчиком для всіх», яким начебто мав стати)? Як митці пристосовуються до них? Як вистояють проти них? Як їм вдається процвітати — тим із них, кому це взагалі вдається? Що конкретно потрібно для успіху в умовах економіки XXI століття?

Сучасна економіка — вона й про інтернет (з усім хорошим і поганим, що він нам дав), але так само й про вартість оренди житла та студій, яка мчить галопом, випереджаючи інфляцію. Вона про вартість навчання в коледжах і художніх школах, яка злетіла до небес, а разом з нею злетіли й розміри відповідних студентських кредитів. Вона про ріст економіки фрілансу, який іде рука об руку з довготерміною стагнацією зарплат, особливо це стосується низькокваліфікованої роботи у сфері обслуговування, коштом якої стільки років виживали молоді митці. Вона зрештою про глобалізацію: глобалізовану конкуренцію, глобалізовані потоки капіталу. На багатьох із нас — можливо, навіть на більшості — уже відбилися (чи незабаром відіб'ються) ці карколомні зміни. Творчі люди відчули їх одними з перших, і все це вдарило по них чи не найсильніше.

* * *

Хтось може сказати, що творчим людям завжди жилося нелегко. У певному сенсі так, бо це «завжди» — насправді не такий уже й довгий проміжок часу. Але кому саме так жилося? Молодим митцям, які ще не встигли зробити собі ім'я, посередностям, яких у всі часи вистачало, і тим, хто мав неабиякий талант, але так і не зміг знайти свою аудиторію й досягти успіху. Різниця в тому, що тепер тобі буде складно навіть тоді, коли ти *доб'єшся* успіху: достукаєшся до слухачів або читачів, завоюєш визнання критиків і колег, будеш стабільно й повноцінно робити свою справу. Я поговорив про все це з Яном Маккеєм,

фронтменом хардкоргуртів Fugazi й Minor Threat і провідною фігурою індімузики з початку 1980-х. «Я знаю багатьох режисерів, — сказав він, — які вбухували у свої проєкти все серце, душу й гроші задовго до появи інтернету — і абсолютно все нахрін просрали, тому що мало хто хотів дивитися їхнє кіно». І справді, так влаштований світ. Але нині проблема ще й у тому, що нахрін усе просрати можна й тоді, коли багато людей хоче дивитися твоє кіно, читати твою книжку й слухати твою музику.

Так, творчим людям завжди жилося непросто, але в цього «непросто» є різні ступені. І вони багато чого визначають. Скажімо, від того, наскільки тобі непросто, залежить кількість часу, який ти будеш присвячувати мистецтву, а не стражденно відпрацьовувати робочий день. А отже від цього залежить і рівень майстерності, якого можеш досягти, і кількість творчого продукту на виході. Ступінь цього «непросто» (тобто те, наскільки важко живеться митцям) впливає й на те, хто взагалі в змозі займатися мистецтвом. Що менше ти можеш заробити на творчості, то більше покладаєшся на інші джерела підтримки — мамцю й татка, наприклад. Що менше грошей крутиться в царині мистецтва, то більше воно стає розвагою для багатеньких діточок. А статки корелюються з расою й гендером. Якщо вас хвилює різноманіття — вам потрібно дбати про економічний бік справи. Думати, що «люди все одно будуть цим займатися» — мовляв, якщо ти справді творча особистість, ти творитимеш незважаючи ні на що — може тільки наївна, нерозумна або ж привілейована людина.

Є цілком очевидні причини, чому так багато з нас уявлення не мають про реальний стан справ митців у сучасній економіці. Сьогодні з'являється не просто чимало мистецьких витворів — їх дуже, дуже багато, як ніколи багато, і за значно меншу ціну. Для тих, хто любить мистецтво, нинішній час і справді ідеальний — принаймні, якщо для вас якість не дорівнює кількості, і ви не надто сильно хвилюєтесь про тих, хто працює на іншому кінці цієї ланки поставок. Спочатку в нас з'явився фастфуд, потім фастфешн (дешевий односезонний одяг, пошитий за копійки у В'єтнамі чи Бангладеш), тепер у нас є «фастарт»: «фастмузика», «фасттексти», «фаствідео», фото, дизайн, ілюстрації — все це дешеве й споживається на бігу. Всім цим смачним контентом можна наїстися досхочу. Питання в тому, наскільки ці продукти поживні та як довго проживе система, що їх створила.

* * *

Те, звідки (і в якій кількості) митці беруть гроші, впливає на мистецтво, яке вони створюють: мистецтво, яке потім стає орієнтиром та формує мислення, і за яким пізніше згадуватимуть наше століття. Так було завжди. І так, мистецтво може бути поза часом — у тому сенсі, що випереджає його, але як і все інше, що створює людина, воно обумовлене часом і обставинами, за яких з'явилося. Звичайні люди це переважно заперечують, але творчі — розуміють. Ми отримуємо більше, коли щось підтримуємо. Справді оригінальні витвори мистецтва — експериментальні, революційні, нові — завжди були ризикованою справою. Коли для мистецтва настають хороші часи, таким витворам частіше вдається вижити, поки сам митець вперто й наполегливо продовжує творити, і аж поки вони не дістануть свого визнання. Коли часи настають погані — їм це вдається рідше. Яке мистецтво ми вибираємо у XXI столітті?

Люди, які платять за мистецтво, напряму чи опосередковано впливають на те, що буде створено. Так було з меценатами епохи Відродження, з буржуазними поціновувачами театру XIX століття, з масовими аудиторіями XX століття, фондами, спонсорами, колекціонерами й так далі. Економіка XXI століття не просто висмоктала з мистецтва купу грошей — вона також і змінила його непередбачуваними, але не такими вже й поганими способами. З'явилися нові джерела фінансування, з яких найцікавіші — краудфандингові сайти, повертаються й старі (наприклад, прямий приватний патронаж), а ті, що нині існують, стають або сильнішими (брендоване мистецтво чи інші форми корпоративного спонсорства), або слабшають, як, наприклад, постійна робота в університеті. І це теж сильно впливає на результат.

У цій книжці мені найцікавіше окреслити нинішні зміни. Інтернет дозволяє говорити з аудиторією й митцем без посередників. Якщо професіоналам у цих умовах непереливки, то аматори, навпаки, розквітають. Тут цінується стислість, швидкість і повторюваність; новизна, але водночас і впізнаваність. Заохочується гнучкість, універсальність та екстраверсійність. Все це (і ще дуже багато чого) змінює наше уявлення про мистецтво — змінює те, що саме ми вважаємо хорошим, і те, що саме ми вважаємо мистецтвом.

Чи виживе саме мистецтво? Я не маю на увазі креативність чи здатність щось створювати: грати музику, малювати, писати книжки. Ми це робили впродовж усієї історії й робитимемо надалі. Я маю на