



Музыка будущего

Новый музыкальный порядок: попытка предвидения

Евгений САФРОНОВ

*«Нет на земле живого существа
Столь жёсткого, крутого, адски злого,
Чтоб не могла хотя б на час один
В нём музыка свершить переворота».*
(У.Шекспир; перевод – П.Вейнберг)

*«Музыку создает народ, а мы, композиторы,
ее только аранжируем».*
(М.Глинка)

*«Хорошая новость состоит в том, что музыку теперь
слушает больше людей, чем когда бы то ни было
раньше. Плохая – это сложно монетизировать».*
(Х.Островски, глава медиа-корпорации Bertelsmann AG)

Краткое вступление

Для того, чтобы полностью раскрыть тему, обозначенную в заголовке, ясное дело, не хватит и жизни (и не одной). В то же время говорить об этом нужно именно сейчас – в тот момент, когда мировая музыкальная индустрия находится в состоянии паники и хаоса. Слишком быстро и, на первый взгляд, непредсказуемо меняется ситуация, слишком много очевидных реалий становится неожиданностью для, казалось бы, признанных профессионалов своего дела. А ведь достаточно было просто найти время, чтобы задуматься ...

Заранее предупреждаю: каждый приведенный факт, каждая цифра, каждое умозаключение могут быть оспорены и подвергнуты уничтожающей критике. Я не претендую на точность рецептов и кристальную чистоту формул, моя цель – предложить иной взгляд на роль музыки и музыкального бизнеса в современном мире. Не только как на одну из важнейших частей экономики (думаю, доказать это будет несложно, хотя выводы будут неожиданными для многих), но и как на один из самых загадочных феноменов человеческой цивилизации.

Для начала мы очень кратко пробежимся по социологическим вопросам, после этого предпримем сжатый экскурс в историю, быстро рассмотрим традиционные взгляды на состояние современной музыкальной индустрии, после чего перейдем к главному.

Музыка в современном мире

Музыка – одно из главных развлечений и увлечений человечества. Это непреложный факт, неоднократно подтвержденный исследованиями. Опрос, проведенный в 2007-2008 гг. среди жителей США компанией **Public Opinion Strategies**, показал следующие результаты:

Вопрос: Ваши любимые формы проведения досуга

	% опрошенных
Прослушивание музыки	51%
Просмотр телевизионных программ	27%
Походы в кинотеатры	10%
Другие развлечения	12%

В ходе опроса, проведенного в марте 2008 г. Всероссийским Центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ), на вопрос «Чем Вы обычно занимаетесь в свободное время?» 24% респондентов ответили – «Слушаю музыку» (в 2006 г. такой ответ дали 18%). Такая динамика характерна и для других развивающихся стран.

По данным исследовательского холдинга «Ромир», опросившего в июле 2008 г. 1500 россиян в возрасте старше 18 лет, «сайты с музыкой» находятся в числе лидеров по посещаемости среди интернет-пользователей России.

Первая тройка интересов российских пользователей **Живого журнала** выглядит так:

1	музыка	116 382
2	книги	64 046
3	кино	54 290

В завершение: процентное распределение в сфере продаж цифрового контента через интернет (по отраслям, 2007 г., выборочные данные, источник – IFPI)

Музыкальные сайты	15%
Платные сайты газет	7%
Платное скачивание кинофильмов	3%
Приобретение цифровых версий книг	2%

Зачем нужна музыка?

Колбасу покупают, чтобы её есть, электричество покупают для освещения, работы газонокосилок и мобильных телефонов, дрова – для отопления (кризисный вариант, готовимся). Зачем нужна музыка? Почему люди её слушают (и пока ещё покупают) все больше и чаще?

Простой вопрос – ответ для каждого из нас очевиден, однако попытка сформулировать его не на бытовом, а на научном уровне в течение нескольких минут неизменно заканчивается обменом междометиями и дурацкими ухмылками (может дойти до драки, ибо некоторые смутно подозревают, что их выставляют идиотами). Парадоксально, но факт – в начале XXI века в цивилизованном мире нет внятного объяснения как самому феномену музыки, так и причинам и особенностям её взрывного развития в последние годы.

Ни один человек в мире не знает, почему последовательность сочетаний звуков различной частоты, громкости и тембра, звучащая в течение определенного временного промежутка, настолько привлекательна для человека, что ради неё он готов на многое – даже на расставание с последними кровными рублями. И почему из двух одновременно созданных одним и тем же автором и исполненных одним артистом музыкальных произведений (по всем объективным параметрам практически одинаковых!) одно становится мировой классикой (и, заметим, приносит сверхприбыли), а другое моментально забывается? Причем характерно это в равной степени для всех музыкальных стилей и жанров – как элитарных, так и массовых.

Многие головастые ученые посвятили этому феномену целые жизни и проели немало внушительных грантов. Подбирались с разных сторон – от простонародных («музыка – это весело!») и религиозных («музыка – это голос Бога») до медицинских (теория вибрации нейронов), психолого-фонетических («речь – поэзия – чтение нараспев – пение – инструмент»), парапсихологических (передача кодированной информации от высших цивилизаций в ходе музицирования) и целого букета теорий, связанных с сексом ... Каждая из этих теорий имеет более или менее серьезные обоснования, однако



Пол МАККАРТНИ – более 1 миллиарда проданных дисков

ни одна из них пока так и не смогла объяснить феномен музыки полностью.

И славно, скажет иной видный продюсер – да и Бог бы с ним. Нам ведь главное – деньги зарабатывать, бизнес строить, а глубокие размышления только время дорогое отнимают. Вот, к примеру, руку на отсечение отдам, – Анатолий Борисович Чубайс о существовании электронно-дырочной проводимости даже не подозревает, а ведь смотри как с энергосетями лихо разобрался (теперь вот нанотехнологии поднимает, а ведь ещё год назад не знал, с какой стороны в микроскоп смотреть). Законы бизнеса одни для всех отраслей, вообще-то.

Те, кто так говорит, и правы и неправы.

Не стоит забывать о том, что законы бизнеса до конца не изучены даже в индустриально развитых странах, что бы там ни говорили преподаватели Гарварда (события конца 2008-го многим сомневающимся прочистили мозги). Этот факт, конечно, следует учитывать в любой отрасли, в том числе и в музыкальном бизнесе. Но главное – не в этом.

В отношении любого товара или услуги (будь то перекатка нефти, производство йогуртов или, к примеру, стоматологические услуги) могут быть применены объективные оценки качества, спрогнозированы ценообразование, товарные запасы, срок годности, просчитаны перспективы производства и сбыта. Бизнес на произведениях искусства имеет очень серьёзные отличия. Здесь подключаются иные законы, значительно менее изученные, но все же с переменным успехом применяемые. А вот в музыкальной отрасли применение стандартного бизнес-прогнозирования заканчивается фатально значительно чаще, чем следовало бы. Не хочется казаться чрезмерно категоричным, но происходит это, на мой взгляд, только по одной причине: ни специалисты, ни бизнесмены, ни, тем более, слушатели пока ещё не понимают, по каким законам развивается музыка, и зачем она вообще нужна людям.

Конечно, в рамках данной статьи мы не собираемся разгадывать этот феномен. Видимо, это произойдет не так скоро (не сомневаюсь в том, что разгадка станет событием, которое в свое время потрясет человечество и многое изменит в его развитии). Для нас важен другой вопрос: может ли бизнесмен, имеющий дело с музыкой, не учитывая этой главной особенности в своей работе? Может ли он позволить себе работать в этой сфере так, как это было всегда – руководствуясь только высокоразвитой интуицией и русским «авось»? Думается, ответ понятен – это будет слишком легкомысленно и самоуверенно. Более того, не сомневаюсь, что плачевное состояние музыкальной индустрии в начале XXI века – прямой результат такой самоуверенности и расслабленности тех, кто имел все возможности для того, чтобы все это предвидеть и вовремя принять меры.

Главное звено музыкальной индустрии

Начнем с главного – кто создает музыку? Конечно, в первую очередь, авторы и исполнители. Грань между ними весьма условна – ведь если артист



Юрий АНТОНОВ получает Премию российской музыкальной индустрии «Рекорд» за 50 миллионов легально проданных дисков

не будет приносить в произведение что-то своё, успеха не будет (тоже, кстати говоря, неразгаданный феномен). А сколько, чего и когда приносить – решает сам исполнитель. Значит, он тоже соавтор, но разве не являются создателями те, кто финансирует музыкальную деятельность (скажем, продюсеры или рекорд-лейблы)? А как насчет аранжировщиков и саунд-продюсеров? И как же те, кто изготовил уникальные музыкальные инструменты и потрясающее по своим характеристикам оборудование? Или владельцы концертного зала, в котором проходит таинство приобщения к музыке? Или рабочие сцены, талантливо закомутировавшие кабели? Или водитель, с огоньком довезший артиста до студии? Или жена композитора, вдохновившая его на создание шедевра (или, наоборот, своевременно разбившая ему сердце)?

А может, музыку создают ещё и слушатели? И покупатели компакт-дисков или треков в I-Tunes?

Трудно ответить на этот вопрос. Ведь никто не знает, что такое музыка.

Поэтому будем условно считать создателями музыки авторов и исполнителей. Но всех остальных

мы тоже уважаем и считаем, что все они имеют право на вознаграждение, раз уж музыкальная индустрия приносит деньги, да ещё и весьма приличные, как мы увидим ниже. Даже коварная изменщица-жена.

Но создателями музыки все же следует считать авторов и исполнителей.

Как возникла индустрия?

Музыкальная индустрия в современном понимании существует чуть более 100 лет – с начала XX века, когда записи музыкальных произведений стало возможно продавать на твердых носителях (тогда – дисках из шеллака), а чуть позднее – транслировать в эфире. Однако совершенно неверно предполагать, что до этого музыкальной индустрии не было. Археологические раскопки позволяют предполагать, что профессия музыканта является примерно настолько же древней, как и первая древнейшая (проституция) и вторая древнейшая (журналистика). В то же время рабовладельческая и феодальная экономика большого количества музыкантов, не говоря уж о структурированной индустрии, содержать не могла. Очевидно, к XVI-XVII векам речь шла всего лишь о нескольких десятках тысяч профессиональных музыкантов по всему миру и ненамного большем количестве постоянных слушателей – в основном, аристократов и придворных. Появившаяся впоследствии индустрия нотопечатания также была нацелена на сравнительно небольшую, хотя и быстро растущую аудиторию. В то же время именно тогда были созданы используемые и сейчас основные музыкальные инструменты, темперированный строй и нотная запись. Именно тогда же была создана большая часть музыкальных произведений, которые мы сейчас причисляем к шедеврам классики, а также сформирована до сих пор исправно действующая структура институтов музыкальной жизни и музыкального образования.

В начале XX века музыкальный процесс изменился до неузнаваемости, в первую очередь – за счет лавинообразного увеличения аудитории, связанного не только с изобретением звукозаписи, но и с переломом в жизненном укладе многомиллионных масс жителей Европы и Америки (а также отчасти и России), – резким спадом смертности, увеличением продолжительности жизни, уровня благосостояния, грамотности, медицинского обслуживания и т.д. Этот процесс развивался по принципу снежного кома – за прошедшее столетие музыку в мире стали слушать в сотни тысяч, миллионы раз больше. Эта цифра может показаться невероятной, но давайте вспомним, что всего 150 лет назад далеко не каждый более-менее обеспеченный житель США, Европы или отдельных городов мира (а таких людей было немного – всего несколько миллионов) мог себе изредка позволить посещение выступления профессиональных музыкантов. В начале XXI века музыка по много часов в день окружает абсолютное большинство жителей планеты не только в развитых, но практически во всех странах мира (см. начало статьи). Музыка в исполнении профессиональных музыкантов доступна сейчас практически всем (даже тот миллиард жителей Земли, который живет меньше,

чем на 1 доллар в день, время от времени позволяет себе послушать радио).

Никто не сможет поставить под сомнение прогрессивность этого процесса (даже с учетом того, что мы все-таки до сих пор не понимаем, зачем это нужно практически каждому человеку на Земле). Однако весь этот в одночасье выросший в миллионы раз механизм должен был работать по каким-то цивилизованным правилам (ведь музыка изначально была прерогативой самых развитых стран и цивилизованных слоев общества). Именно здесь и таилась загвоздка, в которой мы уже видим истоки нынешних проблем индустрии.

Должна ли быть честной музыкальная индустрия?

На протяжении десятков тысяч лет автор, исполнитель, продюсер (импресарио) практически всегда объединялись в одном человеке или небольшом музыкальном коллективе. Ученик всегда исполнял произведение, услышанное от своего учителя, с основательной долей отсебятины, а то и просто играл вариацию на услышанную тему, то есть практически являлся соавтором. Существующие в большинстве цивилизаций эпические произведения тем более являлись плодом коллективного творчества многих поколений. В этой ситуации особых проблем не возникало (спрос почти всегда превышал предложение, с учениками всегда можно было договориться заранее, а конкурентов можно было и отравить, благо их немного).

Ситуация медленно начала меняться только во втором тысячелетии от Р.Х. – внедрение общепринятой системы нотной записи позволило эффективно отделить авторов от исполнителей. Это заложило основы для развития будущей музыкальной индустрии, повышения профессионального уровня как авторов, так и исполнителей. Экономический подъем, рост доходов широких масс, а также развитие транспорта (появление железных дорог) и пиара (распространение газет) плюс небывало активная миграция населения и рост его доходов создали фундамент для появления концертной индустрии. Количество авторов и исполнителей многократно возросло. Возникла серьезная правовая коллизия – денег в музыкальной отрасли становилось все больше и больше, но авторы потеряли возможность прямого контроля за коммерческим использованием своих произведений. В XIX веке распространение нотопечатания сделало проблему критической – в развитых странах прежняя примитивная бизнес-модель изжила себя и перестала действовать (в полном соответствии с диалектическим законом **перехода количества в качество** – об этом законе мы ещё вспомним).

Понятно, что благородные цивилизованные люди (а именно они тогда в основном участвовали в музыкальном процессе) не могли пройти мимо этого вопиющего безобразия. Речь идет не только об абстрактной справедливости, но и о коммерческом расчете – ведь если одна из составных частей индустрии присваивает себе доход другой части, индустрия развиваться не будет. На музыкальную индустрию была распространена уже отработанная в книгоиздании (и что важно – издании нот) система распределения финансовых потоков, управляемая **Авторским правом**.

Наступление эпохи звукозаписи не только снова резко расширило аудиторию, но и породило продюсеров фонограмм, владельцев радиостанций и множество других желающих заработать на музыке. Высокие идеалы (уже с заметным торможением – в XX веке грамотным людям нашли множество занятий, не связанных с музыкой и справедливостью) снова сделали свое дело – появляются **Смежные права**, защищающие артистов и производителей фонограмм. Правовая система вновь серьезно дополнилась. Международный музыкальный обмен, характерный ранее для академической музыки (классический репертуар изначально практически не признавал национальных границ), неожиданно для многих мгновенно распространился и на народную музыку, которая, в свою очередь, благодаря звукозаписи очень быстро превратилась в **популярную** и заполонила эфиры и прилавки. Процесс в считанные годы захватил весь мир (напомню, раньше речь шла только о развитых странах Европы и Северной Америки), поэтому пришлось создавать систему **международных конвенций** (Бернской, Римской и т.д.), которая с каждым новым этапом развития технологий и подключением к музыкальному процессу новых стран становилась все более запутанной. Лавинообразный рост потребления музыки продолжается, к ней присоединяются все новые социальные слои и этнические группы... Думаю, сейчас для доказательств того, что существующая правовая система действительно может быть основой для эффективной работы, не хватит сил всех юристов всех развитых стран.

Но как же иначе, спросите вы? Ведь бизнес должен быть цивилизованным.

К чему мы пришли?

Как мы уже выяснили, без цивилизованных общепринятых правил индустрия существовать не может, а если прямым текстом – превращается в бандитизм. Давайте посмотрим, смогла ли существующая сейчас правовая система это предотвратить?

Уровень пиратства в мировой музыкальной индустрии (распространение музыкальных треков без соблюдения прав авторов, исполнителей и продюсеров фонограмм – данные IFPI):

- В сфере продаж физических носителей – более 35%. При этом уровень пиратства ниже 10% наблюдается только в 17 странах, включая США и Великобританию; во многих развитых странах, включая Италию, Португалию, Голландию, – 10-24%, в большинстве стран мира – более 50%.
- Цифровое распространение – более 95%

По данным информационного агентства InterMedia реальные цифры – ещё более пессимистические.

Так смогла ли существующая система обеспечить справедливость? Ответ однозначен – нет.

Получается, что музыки в мире стало в миллионы раз больше, обороты музыкальной индустрии многократно выросли (и продолжают расти), но с её цивилизованностью дела обстоят все хуже? Как такое могло получиться?

Сначала ответим на несколько важных вопросов.

1. Понимаем ли мы, что представляет собой современная музыкальная индустрия?
2. Насколько существующие международные организационно-правовые механизмы помогают развитию собственно музыки как таковой?
3. Годятся ли эти механизмы для работы в будущем?

Матрица современной музыкальной индустрии

Под музыкальной индустрией сейчас принято понимать в первую очередь производство и распространение звукозаписей. Правильно ли это? Возможно, хотя сомнения все же остаются, в частности, даже такая приверженная традициям организация, как IFPI, публикует такую аналитическую таблицу:

Мировой музыкальный рынок в 2005 г.

(Данные IFPI. Если не указано иное, учтены данные розничных продаж)

№	Сфера применения	Стоимость, \$ млрд.
1.	Продажа музыки на физических носителях	31,4
2.	Доходы музыкальных радиостанций от рекламы *	29,9
3.	Концертно-гастрольный бизнес (живое исполнение)	14,4
4.	Продажи компактных цифровых плееров	9,0
5.	Доходы музыкальных издательств	6,9
6.	Продажи музыкального оборудования**	4,8
7.	Продажи рингтонов***	3,5
8.	Цифровые продажи (через интернет)	2,0
9.	Доходы от подписки на платные радиостанции****	0,8
	ВСЕГО	103

*Учитывая, что основным содержанием эфира радиостанций являются именно музыкальные произведения, подготовленные музыкальной индустрией, эксперты IFPI считают обоснованным включение полного объема рекламных поступлений радиостанций в общую сумму доходов музыкальной индустрии. При этом следует иметь в виду, что сумма реальных поступлений от радиостанций правообладателям оценивается примерно в 5% от указанной суммы.

** Учтены продажи только в США и Европе.

*** После выплаты роялти.

**** Данные только по США.

Таким образом, по мнению IFPI, оборот индустрии составляет около 100 млрд. долл. Это, конечно, солидная цифра, но... составляет всего лишь 1,5 промилле (15 сотых долей процента) от мирового ВВП (примерно 65 трлн. долл.). Как-то на удивление мало для индустрии, плодами которой ежедневно пользуется абсолютное большинство землян.

Давайте разберемся. Для начала посмотрим абсолютно беспристрастным взглядом, кто, когда и зачем использует музыкальные произведения в современном мире. Результаты будут весьма увлекательными.

Сразу оговорюсь – данные в большинстве случаев экспертные, прикидка довольно грубая, хотя использовалось немалое количество официальных источников. Нас ведь интересует не столько точность конкретных цифр, сколько подход и тенденция.

Мировая экономика и роль в ней музыкальной индустрии

Позиция (отрасль)	Весь мир			Россия		
	Годовой оборот (млн. \$ США)	%	Удельный годовой оборот (млн. \$ США)	Годовой оборот (млн. \$ США)	%	Удельный годовой оборот (млн. \$ США)
Продажа физических музыкальных носителей	70 000	100	70 000	1 000	100	1 000
Концертная деятельность с продажей билетов	15 000	100	15 000	220	100	220
Концертная деятельность без продажи билетов	20 000	100	20 000	300	100	300
Продажа музыки и музыкальных услуг в сотовых сетях	10 000	100	10 000	28,8	100	28,8
Цифровые продажи музыки	4 700	100	4 700	30	100	30
Музыкальные клубы	100 000	100	100 000	50	100	50
Продажа MP3-плееров	50 000	100	50 000	548	100	548
Музыкальная пресса и информационные агентства	10	100	10	1	100	1
Издание книг о музыке и нот	300	100	300	1	100	1
Продажа бытового музыкального оборудования (кроме видео и ТВ)	300 000	100	300 000	3 000	100	3 000
Производство и продажа музыкальных инструментов	10 000	100	10 000	200	100	200
Музыкальный театр (опера, оперетта, мюзикл и пр.)	20 000	100	20 000	100	100	100
Производство и продажа музыкальных DVD	500	100	500	10	100	10
Радио	47 200	80	37 760	614	80	491,2
Телевидение	333 000	20	66 600	8 000	20	1 600
Иные зрелищные искусства (драматический театр, цирк, показы мод, выставки и инсталляции и т.д.)	15 000	10	1 500	100	10	10
Интернет-издания и сервисы	40 000	15	6 000	1 000	15	150
Интернет-сервис-провайдеры (ISP)	100 000	15	15 000	100	15	15
Производство и продажа компьютерного оборудования	3 400 000	15	510 000	18 500	15	2 775
Информационные технологии	3 000 000	10	300 000	100 000	10,0	10 000
Продажа бытового видео- и ТВ оборудования	500 000	10	50 000	4 500	10,0	450
Киноиндустрия	26 700	10	2 670	548	10	54,8
Продажа кино и другого немusикального контента на DVD	10 000	10	1 000	400	10	40
Производство и продажа компьютерных игр	200 000	5	10 000	200	5	10
Игорный бизнес	1 000 000	5	50 000	50 000	5	2 500
Массовая пресса	200 000	5	10 000	4 000	5	200
Производство и размещение рекламы	1 200 000	5	6 000	500	5	25
Производство и продажа мобильных телефонов	1 000 000	5	50 000	6 800	5	340
Общественное питание (рестораны)	5 000 000	5	250 000	13 000	5	650
Образование (дошкольное, среднее и высшее)	1 000 000	2	20 000	30 000	2	600
Транспорт	5 000 000	0,1	5 000	100 000	0,1	100
Гостиничный бизнес	2 000 000	1	20 000	5 000	1	50
Торговля	20 000 000	0,5	100 000	500 000	0,5	2 500
Государственные бюджеты (кроме военного)	10 000 000	1	100 000	227 000	1	2 270
Военные бюджеты	2 000 000	0,2	4 000	35 000	0,2	70
Бюджеты религиозных и политических организаций	500 000	1	5 000	1 000	1	10
ИТОГО			1 704 530			16 121

Несколько пояснений:

1. В таблице перечислены только отрасли, в которых музыка используется систематически. Мы подразумеваем, что систематическое использование музыки является важным (пусть и в большинстве случаев не главным) фактором развития отрасли и, соответственно, играет свою роль в создании оборота (иначе зачем постоянно тратить деньги на её использование?). Значимость музыкального фактора для общего итога каждой из отраслей, конечно же, различна. Мы попробовали очень приблизительно указать долю музыкального фактора в общем обороте отрасли (колонки «%»). Обоснования каждой из цифр и источники опущены за отсутствием места и могут быть приведены в частных беседах.

2. Некоторые позиции в таблице не являются отраслями экономики (они связаны с государством, армией и религией). Мы учитываем эти позиции в связи с тем, что в государственных, военных и религиозных целях музыка используется практически всегда (в сравнительно небольшом, но вполне ощутимом объеме – от государственных гимнов и военных маршей до церковных хоров, симфонических оркестров и фольклорных ансамблей). Цифры, относящиеся к этим расходам, даны в пересчете на официальный курс. Для большей точности обычно используют пересчет по паритету покупательной способности, отличающийся от официального иногда более, чем вдвое, но для нашего исследования больше подходит именно официальный вариант.

3.
4. Все данные приведены с учетом пиратских, серых, параллельных и других «неправильных» продаж.

5. Бытовое музицирование, художественная самодеятельность и бытовой обмен аудиозаписями (в т.ч. peer-to-peer), не нацеленные на извлечение прибыли и получение политических и других выгод, мы здесь не рассматриваем – и невозможно, и бессмысленно. Хотя, конечно, человек уделяет музыке в быту все больше времени, и было бы интересно это посчитать.



Майкл ДЖЕКСОН – более 1 миллиарда проданных дисков

Лишний раз оговорюсь: я прекрасно понимаю, что предложенная матрица крайне несовершенна, приведенные цифры можно оспаривать, уточнять, удалять, добавлять, корректировать, но конечный результат от этого существенно не изменится.

А выглядит этот результат так: оборот мировой музыкальной индустрии во много раз больше, нежели оборот «чистого» музыкального бизнеса, и составляет **около 1,7 трлн. долл.** Согласитесь, это совсем другие цифры – примерно 2-3% ВВП, и они требуют совсем другого – гораздо более уважительного подхода.

Некоторые дополнительные данные

Ещё несколько важных для понимания ситуации цифр (разброс довольно большой, но сейчас более точно не посчитать):

1. Количество профессиональных исполнителей (коллективов и отдельных солистов, которые получают большую часть доходов от музыкальной деятельности) – 1 000 000 – 2 000 000.

2. Количество авторов – 1 000 000 – 3 000 000.

3. Количество музыкальных произведений, создаваемых профессиональными артистами ежегодно – 10 000 000 – 30 000 000.

4. Способы дистрибуции музыкального контента: в 2003 г. – около 10 форматов (в основном CD и касеты), в 2007 г. хит Джастина Тимберлейка «Future Sex/Love Sounds» выпущен в 115 форматах, суммарные продажи – более 19 млн. копий (из них лишь 20% пришлось на традиционные CD).

5. Количество абонентов мобильной связи – 3,5 млрд. (в 2004-м – 1,35 млрд.).

6. 75% современных мобильных телефонов достаточно часто используются для воспроизведения музыки.

7. 90% современных компьютеров время от времени используются для целей, связанных с музыкой.

8. На вопрос «Почему вас больше привлекает покупать музыку в режиме онлайн?» абсолютное большинство респондентов ответило, что их более всего привлекает разнообразие и доступность выбора музыки (Nielsen, 2006 г.).

Множество полезной информации к размышлению также может быть почерпнуто в других разделах «Российского музыкального ежегодника», который Вы сейчас держите в руках. Особое внимание предлагаю обратить на статью А.Тихонова «Рекорд-индустрия в 2007-2008 г.»

Несколько слов о справедливости

Доходы авторов и исполнителей во все мире подсчитать почти невозможно. Но все же возьму на себя смелость предположить, что в совокупности они не превышают 5-10 млрд. долл. – то есть значительно меньше одного процента от всего оборота.

Куда уходят остальные деньги?

Ответ ясен – розничным продавцам, дистрибьюторам, менеджерам, продюсерам, радиостанциям, государству, политикам, церкви, интернет-провайдерам, рестораторам, производителям техники и софта – всем тем, кто успешно и с выгодой для себя пользуется тем, что создается авторами и исполнителями. В развитых странах доля авторов и исполнителей много больше, но все равно удручающе мала. В развивающихся (таких, как Россия) – значительно меньше, причем именно эти страны начинают играть все большую роль в мировом музыкальном процессе. Справедливо ли это?

Представьте, что было бы, если бы до производителей автомобилей или нефтяников доходило бы меньше 1% от общего оборота отрасли, и они должны были бы не только существовать, но и активно развиваться на эти деньги? Думаю, отрасль продержалась бы недолго (а то и вообще не возникла бы). Но музыка, как мы знаем, – отрасль, развивающаяся по своим законам, и она существует и будет существовать. Но как? А вот так:

1. Баланс между тремя основными бизнес-схемами музыкальной индустрии – прямыми продажами, рекламной и религиозно-политической – все больше сдвигается в сторону второй и третьей.

2. На стабильную прибыльность предприятия в отрасли рассчитывать невозможно, она непривлекательна для талантливых менеджеров. Работают увлеченные, но не особо талантливые, результат соответствующий. А ведь таланты – основа любой отрасли.

3. Инвестиции в музыкальные проекты происходят не в соответствии с обычными законами бизнеса (прибыль ведь рассчитать не удастся), а по принципу спонсорства и – все чаще – родства (в дочку/сына, в жену/мужа, в подругу...). Качество музыкальной атмосферы от этого, естественно, не улучшается.

4. Создатели музыки – авторы и исполнители – не получают справедливого вознаграждения за свою работу; большинство не имеет средств к достойному существованию. Те, кто послабее духом, просто меняют занятие, самые увлеченные продолжают делать музыку, считая последние копейки и жвав зубы. Музыка получается тоже соответствующая.

5. Слушателю до всех этих проблем дела нет, ему нужна музыка. А другой музыки и других музыкантов у нас для него нет (перефразируя крылатую фразу тов. Сталина). Плюется, но слушает. А что ему ещё делать?

Прошу понять меня правильно: если Пол Маккартни в результате общей неэффективности правовой системы отрасли получит вместо пяти миллиардов только один – это ужасно, плохо, позорно, но не смертельно. То же самое произойдет, если Алла Пугачева, Юрий Антонов или Александр Градский получат вместо причитающихся им пятисот миллионов только пятьдесят – ничего, выдерживают уже много лет. Хотя, конечно, 450 миллионов каждый из них потратил бы явно с большей пользой для музыки, чем хозяева палаток и интернет-сайтов.



МАКСИМ – более 3 миллионов проданных дисков

Я сейчас о другом. О том, что молодой талантливый автор новейшего суперхита, который целый год распеваает вся страна (десятки и сотни миллионов человек!), получил за это на круг шесть тысяч баксов (притом, что на этом хите одновременно сотни людей заработали миллионы долларов), – это не просто несправедливо и обидно. Это удар по индустрии и выбивание из неё талантливых кадров. Именно это происходит сплошь и рядом во всем мире – не только в России.

Но где же все эти механизмы, которые разрабатывались специально для эффективности индустрии, наведения порядка и справедливости? Где авторское право? Где смежные права?

Они, конечно, работают. Но, как видим, работают как-то слабенько (см. выше). Борьба с аудиопиратством не дает ощутимых результатов, и с этим вряд ли кто-то поспорит.

Но, возможно, наконец-то скоро наступит перелом, и все десятки миллионов организаций, которые зарабатывают на музыке, начнут все-таки заключать сотни миллионов прямых договоров с десятками миллионов правообладателей – разумеется, с помощью сотен миллионов высокооплачиваемых юристов? Может быть, все страны, подписавшие международные конвенции, наконец-то начнут выделять миллиарды долларов, необходимые для организации их соблюдения? Регулярные войска наконец-то будут введены во все подземные переходы и конторы интернет-провайдеров? Возможно, понятие «авторское право» наконец-то перестанет вызывать гомерический смех в широких народных массах? Вы искренне верите в это?

Светлое будущее

Чтобы ответить на этот вопрос, давайте немного заглянем в будущее. Непредсказуемость и мистическая природа музыкальной индустрии вовсе не предполагает, что предвидеть нельзя вообще ничего. Давайте

подумаем. Ведь есть же какие-то законы, по которым эта отрасль развивалась все это время? Попробуем их сформулировать (намеренно отвлечемся от понятий «массового» и «элитарного» – законы, как выясняется при ближайшем рассмотрении, одни и те же, да и грань уже практически незаметна).

Актуальность. Везде и во все времена наибольшей популярностью (и бизнес-потенциалом) пользовалась новая, только что появившаяся музыка. Часть её неумолимо текущее время переводит в разряд «ретро», потом – в разряд «старых добрых...», потом – в классику эпохи, потом – в мировую классику... (скажем, Вивальди, Брамс, Элвис Пресли или АВВА). Далеко не все, что мегапопулярно сейчас, будет почитаться когда-нибудь классикой, но если ты не популярен среди своих современников, то классиком тебе не быть. И, конечно же, никакая классика никогда не сможет соревноваться с актуальной, современной музыкой.

Доступность. Слушатель должен получить доступ к музыке максимально легко, быстро и дешево. При этом он должен получить именно ту музыку, которую он хочет, то есть ему необходим простой и оперативный механизм поиска и максимально широкого выбора.

Качество. Слушатель должен получить полный трек в хорошем качестве (или оказаться максимально легко и удобно на концерте).

Вот, собственно, и все. Теперь давайте представим себе, как это будет выглядеть на практике в самом недалеком будущем.

Акустические системы для коллективного прослушивания музыки будут весьма мощными и компактными (комплект для озвучивания среднего концертного зала можно будет принести с собой в портфеле, а для школьного актового зала – в кармане). Высококачественные **индивидуальные акустические системы** будут вживляться в уши (скорее всего, немедленно после рождения) методом технологического пирсинга и будут использоваться не только для наслаждения музыкой, но и для свободного общения, напоминающего нынешние телефонные разговоры (микрофон, вероятно, найдет свое самое удобное место в кончике носа). За **воспроизведение** музыки будет отвечать микроскопический сверхмощный индивидуальный компьютер, поначалу носимый на запястье, впоследствии – вживленный под кожу. **Управление** будет осуществляться либо голосом, либо мануально (возможно, с помощью сенсорного виртуального дисплея, формирующегося в нужном месте окружающего пространства), либо другими, пока непредсказуемыми сейчас способами – главное, что оно будет очень простым и оперативным.

О **кабелях** забудут, связь между источниками музыкальной информации, системой управления, акустическими системами, другими компонентами будет осуществляться более совершенными способами. Для питания техники, возможно, будет использоваться тепло человеческого тела.

Как будет осуществляться **доставка музыкального контента** потребителю? Максимально просто – потребитель по первому желанию сможет получить

доступ ко всем существующим в мире музыкальным трекам (включая записанные в текущую минуту), а также к трансляциям всех значимых живых выступлений, проходящих в данный момент в любом месте Земли. Каким именно образом, его особо заботить не будет – отвечать за это будет его **музыкальный провайдер** (программа-робот с элементами искусственного интеллекта, настроенная самим пользователем). Музыкальный провайдер также будет подсказывать, что и как нужно пользователю слушать в соответствии с его желаниями и предпочтениями. Как организовать доступ к музыке – из памяти собственного устройства или через немого напоминающую наш архаичный TCP/IP-интернет сверхбыструю глобальную беспроводную сеть, к которой человек будет подключен круглосуточно, – музыкальный провайдер будет решать сам, загружая пользователя вопросами только в самом крайнем случае. Более того, потребитель будет все чаще переходить от пассивного прослушивания к непосредственному участию различными способами в музыкальном процессе – вплоть до коллективного или индивидуального создания музыки.

Способ функционирования **концертной отрасли** (Live performance) практически не изменится, как не менялся он с эпохи палеолита – разве что прямые трансляции на весь мир станут неотъемлемой частью практически любого значимого концерта.

Скажете – бред, фантастика? А попробовали бы вы описать функционал обычного смартфона продвинутому специалисту середины 70-х – каким неприличным словом он бы вас обозвал? Всего-то 30 лет прошло. То, что потребитель хочет получить, наука и промышленность рано или поздно создадут, сомнения нет. А потребитель, как мы знаем, этого **ОЧЕНЬ** хочет (лишний раз напомню, что мы не знаем, зачем именно). Так что такая система потребления музыки сформируется очень быстро, как это было всегда в истории развития музыкального процесса – только потому, что она соответствует трем его главным законам и будет использовать самые последние достижения технологий. И – что очень важно – объем потребляемой музыки во всем мире возрастет ещё в тысячи и миллионы раз.

Что дальше?

Как же со всем этим великолепием будет управляться наша правовая система, достигшая таких грандиозных результатов в начале XXI века (см. выше)? Думаю, никак.

С XIX века нерушимое здание музыкальной индустрии, основанное на разработанных тогда же понятиях авторского и смежных прав, постоянно изменялось и достраивалось – с каждым технологическим или политическим витком истории стараниями сотен людей, которыми двигали благородные и не очень устремления, на нем появлялись новые этажи, балконы, пентхаусы, а в последнее время – новые стяжки, подпорки и заплатки. Сейчас мы видим грандиозное многоэтажное сооружение устрашающего вида, вокруг которого мечутся в ужасе миллионы его жильцов, лихорадочно подставляющие подпорки под осыпающиеся стены. Задумываются ли они о том, что вся многотонная махина построена на фундаменте аккуратного викторианского одноэтажного

особнячка? И каждая новая подпорка (будь то модель «360 градусов» или соглашение Саркози) только оттянет дату окончательного краха?

И теперь самое время вернуться к диалектическому закону перехода **количества в качество**. Очень многим уже ясно, что за короткое время выросшая в сотни миллионов раз музыкальная индустрия нуждается не в подпорках, заплатах, чудовищно затратных силовых и пропагандистских акциях, лихорадочно пытающихся угнаться за техническим прогрессом и социальными изменениями и поэтому заведомо опаздывающих. Более того, стремление к формальному соблюдению существующих правовых норм (даже самое искреннее) уже сейчас не только не облегчает путь музыки к слушателю (что, как выясняется, **СОВЕРШЕННО НЕОБХОДИМО** человечеству), но и создает на этом пути серьезные препятствия.

Таким образом, вывод один – существующая правовая система не в состоянии обеспечить нормальное развитие музыкальной индустрии. Необходима **КАЧЕСТВЕННО НОВАЯ Правовая система музыкальной индустрии**.

Задача крайне сложна, но её решение нужно миру – это значит, что рано или поздно это произойдет. Многие профессионалы музыкального бизнеса имеют свои проекты и предложения по этому поводу. Предположу, что об этом думают – пусть

меня обвинят в наивности – даже некоторые политики и инвесторы. Давайте попробуем начать (только начать!) формулировать Цели и Характеристики этой системы.

Первая цель Системы – максимально свободное и беспрепятственное распространение музыкальных произведений.

Вторая цель Системы – обеспечение справедливого вознаграждения для авторов, исполнителей, производителей фонограмм и других звеньев индустрии от всех видов использования музыкальных произведений, включая не связанные с бизнесом.



Алла ПУГАЧЕВА – более 100 миллионов проданных дисков

Характеристики Системы:

- низкая затратность и прозрачность аппарата функционирования, универсальный механизм общественного контроля;
- возможность эффективной работы не только в развитых странах, но и в любой стране мира;
- возможность «подстройки» под будущие технологические и социальные изменения.

Несколько важных вопросов и ответов

Возможно ли вообще создать столь совершенную Систему?

Ответ: Конечно, да.

Легко ли создать такую Систему?

Ответ: Конечно, нет.

Как быстро будет создана новая Система?

Ответ: На это уйдут годы и десятилетия.

Что нужно делать сейчас?

Ответ: Начинать. Открывать национальные и международные дискуссии, созывать конвенции, находить финансирование для рабочих групп. В первую очередь подумать, могут ли нормально функционировать в современности лицензионные договоры, так ли уж они нужны, и не проще ли перейти на систему роялти? Подумать, стоит ли устанавливать одинаковые условия для всех стран вне зависимости от их положения в мировой экономике? Подумать о создании единой международной информационно-расчетной системы музыкальной отрасли. Подумать, как осуществить плавный переход от системы несовершенной, но пока ещё действующей, к Новой системе без потерь для создателей музыки и её слушателей.

(Замечу в скобках, что через несколько лет социальный и технологический прогресс поставит в такое же сложное положение и киноиндустрию. Там ситуация та же – голливудские и минкультовские теоретики продолжают заниматься подпорками и заплатками. А жаль – неплохую музыку можно и в гараже записать, а вот приличное кино там снять непросто ...)

Эпилог

Мировая музыкальная индустрия очень много сделала и ещё больше может сделать для современной мировой цивилизации. Кризисный период – это не повод для уныния, а отличное время для переосмысления реальных и мнимых достижений, создания новых механизмов, в которых так нуждается человечество. Настало время консолидировать усилия и начинать работу над **Новым музыкальным порядком**.

Редакция

«Российского музыкального ежегодника-2009» выражает искреннюю благодарность за креативное содействие в подготовке материалов для данного раздела кандидату исторических наук Льву АГРОНОВУ.