

М. А. Корецкая

**Смерть автора и авторское право:  
парадоксы современной креативности<sup>1</sup>**

Если исходить из того, что парадоксы не просто имеют какой-то смысл, но зачастую именно они и производят его, то рискнем предположить, что различные несообразности, с которыми мы имеем шанс столкнуться в современности, не лишены своей собственной логики. Таково эффектное соседство ставшей уже тривиальной идеи «смерти автора» и института авторского права, о пафосной борьбе за торжество которого обыватель то и дело узнает из СМИ. Парадокс не только в том, что такое соседство возможно, но и в том, что как-то не замечается вся его противоречивость. Конечно, двусмысленность больше бросается в глаза благодаря именно русской редакции терминов, но западное «copyright» — право делать копии, право удостоверить оригинал для оттисков, право отличать единственную «правильную» версию текста от многочисленных «неправильных» — все равно явным образом опирается на фигуру автора.

Смерть автора, будучи модификацией смерти Бога, по сути, предполагает распад субъектных структур и так же, как и смерть Бога, имеет разные смыслы. Автор умирает как привычка читателя искать по ту сторону текста предсуществующего творца, умирает как вера в возможность фигуры гения и отчасти даже как внутренняя функция текста, сводящая поток письма к единству точки зрения, метафизической позиции. Иными словами, везде, где процедуры чтения/письма некогда предполагали отблески божественной субъективности, ныне мы видим лакуны, разрывы и осколки. Но если это действительно так, то на чем в таком случае может

---

<sup>1</sup> В основе данного эссе — статья М. А. Корецкой и Д. С. Блинова «Интеллектуальная собственность и кризис новаторства» (Mixture verborum`2006: топология современности : сб. ст. / под общ. ред. С. А. Лишаева. Самара: Самар. гуманит. акад., 2007. С. 159–179), существенно измененная и расширенная для данного издания.

держаться практика авторского права? У интеллектуальной собственности, поскольку это именно собственность, как-никак, должен быть субъект, статус которого, вообще говоря, должен быть хоть как-то метафизически обеспечен. То ли авторское право свидетельствует о том, что автор до сих пор жив, несмотря на все некрологи; то ли власть, забывая о соблюдении авторского права, стремится вернуть автора из небытия в приказном порядке из каких-то своих прагматических соображений; то ли институт интеллектуальной собственности в том виде, в каком он есть сейчас — с его принципиальной отчуждаемостью, — оказался возможен только *после* того, как автор был деконструирован. Есть и другие странности. Например, чем жестче мероприятия по охране копирайта, тем масштабнее и разнообразнее нарушения. Более того, интеллектуальная собственность<sup>2</sup> является системой защиты и поощрения новаторской деятельности во имя незыблемости идеи прогресса, призванной вопреки принципу капитализма — стремлению к чистой конкуренции — всячески помогать интеллектуалу в его нелегком труде создания нового и уникального. Однако, несмотря на это, все меньше и меньше происходит новых открытий, творится все меньше действительно новых произведений, и это на фоне резкого увеличения тенденции внедрять уже имеющиеся шедевры в повседневную жизнь и производить огромное количество спекуляций и фальсификаций былых достижений. К тому же появилось и получает все больший резонанс движение

---

<sup>2</sup> Понятие «интеллектуальная собственность» является обобщающим по отношению к целому ряду правовых институтов, таких как авторское право, патентное право, коммерческая тайна и товарный знак. В идеале законодательство о коммерческой тайне представляет собой правовой инструмент охраны секретов производства. Патентное право способствует исследованиям и развитию новых идей, поскольку вопреки принципу рыночной конкуренции позволяет возместить расходы на исследования и разработки, приведшие к появлению изобретения. Авторское право, действуя по аналогии с патентным правом, способствует созданию литературных, художественных и музыкальных произведений, а также программного обеспечения для компьютеров. Законодательство о товарных знаках «увязывает» продукт с его производителем.

антикопирайта<sup>3</sup>, инициаторами которого являются отнюдь не только пиратствующие потребители, но и интеллектуалы и разного рода «креативщики», то есть как раз та категория лиц, интересам которых и должен по идее служить копирайт. Иными словами, эффект явно расходится с декларацией. Разумеется, так часто бывает, однако любопытно приглядеться повнимательнее к тому, что стоит за сим расхождением в данном случае.

Если обратиться к истории развития авторского права, мы увидим следующее. Первый закон, вводящий копирайт, принят британским парламентом в 1710 году. Это так называемый Статут королевы Анны, который должен был защищать авторов книг, карт и чертежей, закрепляя за ними исключительные права на их творения на протяжении 14 лет с правом последующего продления еще на 14 лет. По истечении этих сроков произведение становилось общественным достоянием. Предшественниками данного закона были так называемые «привилегии», которые выдавались монархом лично автору по его просьбе. Такая практика была довольно редкой и касалась только литературных произведений. И само собой, она возникла только тогда, когда появилась техническая возможность механически воспроизводить тексты заметными тиражами для продажи, то есть после того, как плоды гуттенберговой революции вошли в повседневную практику, и впредь вывести текст в публичное пространство означало провести его через *производственный* этап публикации с сопутствующим любому производству элементом отчуждения. Текст одной из привилегий<sup>4</sup> (1555 год) весьма недвусмысленно

<sup>3</sup> Антикопирайт, как явствует из самого понятия, — движение против интеллектуальной собственности вообще и авторского права в частности, базирующееся на ситуационизме Ги Дебора, в основе своей леворадикальное, применяющее к реалиям информационного общества протест против монополий. Ключевая интенция — *каждый* должен иметь доступ ко *всей* информации без исключения (см.: *Вербицкий М.* Антикопирайт. URL: <http://static.221.54.63.178.clients.your-server.de/read13224/> (дата обращения: 01.10.2011)).

<sup>4</sup> Приводим текст с некоторыми сокращениями: «Генрих, милостью божией Король Франции. (...) Мы получили нижайшую просьбу от дражайшей и любезной нам Луизы Лабе, лионки, заклю-

сообщает о мотивах: это, прежде всего, забота автора о том, чтобы обеспечить контроль за выходом произведения в свет именно в окончательной авторской редакции и без искажения замысла, в ситуации, когда этот контроль норовит ускользнуть из трепетных авторских рук. Это то, что сейчас входит в понятие неимущественных авторских прав, заметим, что о возможной прибыли с продаж для автора здесь нет и речи. Ограничения на свободную деятельность издателей устанавливаются в интересах автора и выбранного автором издателя, которому таким образом гарантируется компенсация издержек.

Постепенно законы в защиту копирайта распространяются в Европе, причем имеют место некоторые национальные нюансы: английское законодательство защищало, прежде всего, публику от монополий издателей, что вписывалось в общую просвещенческую идеологию наиболее широкого распространения знания во имя прогресса. Во Франции, напротив, ключевой интенцией копирайта была эмансипация автора от возможной эксплуатации, и разработкой данного закона занимались не адвокаты, а самая что ни на есть пафосная интеллектуальная элита. Принятая в 1886 году Бернская

---

чающуюся в том, что она давно уже сочинила некий Диалог Безумия и Амура, а также много Сонетов, Од и Посланий, которые были взяты некоторыми из ее друзей и в еще не завершеном виде обнародованы в разных местах. Опасаясь, как бы кто не возымел намерения так их и опубликовать, она, просмотревши и исправивши их по своему усмотрению, с охотою выпустила бы их в свет с тем, чтобы первые копии считались бы недействительными. Но она опасается, что Издатели не захотят брать на себя расходы, не будучи уверенными в том, что другие затем не посягнут на их труд. А посему: великодушно принимая прошение оной просительницы, мы нашею особою милостью даем ей Привилегию, разрешение и исключительное право печатать ее Сочинения у того Издателя, которого она сама сочтет наилучшим. С воспрещением и запретом всем Издателям, Типографам и всем, до кого это имеет касательство, не печатать и не передавать в печать, не продавать и не передавать в продажу и не распространять оную выше названную книгу без желанья и согласия оной просительницы и того, кому первому поручит она это издание, в течение пяти последующих лет» (см.: *Лабе Луиза.* Сочинения. М. : Наука, 1988).

конвенция (полномасштабное международное соглашение о защите авторских прав), по сути, была продуктом авторского абсолютизма французских статусных интеллектуалов. Бернская конвенция неоднократно пересматривалась в деталях, но в общем в основании современного копирайтного законодательства (Всемирная конвенция об авторском праве, подписанная под патронажем ЮНЕСКО в 1952 году) лежит именно она.

В эволюции авторского права заметны вполне отчетливые тенденции. Неуклонно расширяется список объектов копирайта по мере того, как увеличиваются возможности массового тиражирования произведений<sup>5</sup>. Этот процесс стремительно набирает обороты с переходом к информационному обществу и началом цифровой эры. В итоге под копирайт попадает то, что никак не укладывается в классическое понятие художественного произведения (поп-музыка и компьютерные программы, например). Зато эти объекты авторского права прекрасно описываются термином *продукт* (новационный, информационный и проч.), что, в свою очередь, мало применимо к какой-нибудь поэзии XVIII века. И это различие не столько в качестве, сколько в целях: одно создается во имя идеалов Просвещения и по его логике, другое — во имя целей Потребления. Данную дифференциацию не стоит недооценивать. Другая тенденция

<sup>5</sup> 1802 г. — авторским правом разрешено защищать любые издания, вышедшие из типографии. 1831 год — в число авторов включены композиторы. 1856 г. — под копирайт попадают драматические произведения. 1865 г. — фотография. 1870 г. — живопись и скульптура. 1897 г. — музыкальные произведения запрещено исполнять без разрешения автора. 1912 г. — кинофильмы. 1980 г. — компьютерные программы. 1990 г. — архитектурные проекты, компьютерная графика, художественные постановки и представления. 1992 г. — запрещено переписывать и воспроизводить музыкальные записи без разрешения владельцев прав на них. Частная звукозапись разрешена исключительно для домашнего пользования. 1993 г. — первый процесс о нарушении прав копирайта в Интернете. 1994 г. — запрещена нелегальная запись выступлений музыкантов и перезапись видеоклипов. 1998 г. — копирайтом разрешено защищать форму корпуса суда. См. подробнее: История авторского права. URL: <http://traditio.ru/wiki/> (дата обращения: 01.10.2011)

— неуклонное увеличение срока действия авторского права: с 1998 года копирайт действует до смерти автора и еще 70 (!) лет после этого. Для корпораций срок составляет 75 лет. Если учесть, что идеология авторского права апеллирует к необходимости поощрять работу творческих индивидов, кого, интересно, и к чему должен стимулировать посмертный копирайт, который, к тому же, гораздо дольше прижизненного? Произошел отказ от вполне разумного «правила продления», которое означало, что объекты, более не нуждавшиеся в защите, перейдут в общественное достояние быстрее. Иными словами, есть движение в сторону вечных копирайтов, идея которых была отбракована еще в 1774 году английским парламентом как сдерживающая развитие культуры в интересах монополий. За этой тенденцией прочитывается ключевое изменение: современный институт интеллектуальной собственности вообще и авторского права в частности отстаивает интересы не авторов, и не потребителей, что бы там ни декларировалось, а корпораций. Учитывая, что большинство составляющих авторского права хронически предрасположено к отчуждаемости<sup>6</sup>, авторы сегодня регулярно обнаруживают себя в роли потерпевшей стороны. Эта вопиющая несправедливость и вдохновляет сторонников движения антикопирайта. Однако подозревать, что за торжеством компаний над свободными художниками стоит какой-нибудь жидомасонский заговор, — значит по-прежнему верить в субъекта, пусть и надындивидуального, и злокозненного, в ситуации, где, похоже, ответственных субъектов нет в принципе. Или, иными словами, в ситуации, где отношения превалируют над элементами.

Присмотримся пристальнее к тому культурному контексту, в котором практика копирайта могла сложиться. Само собой, для этого нужна вера в атомарного субъекта с его замыслами и волей (в том числе и «последней волей»), а также вера в то, что и текст тоже атомарен, дискретен —

<sup>6</sup> Неотчуждаемыми считаются только личные неимущественные права (право на авторство, право на имя и на обнародование), но в ситуации почти тотального распространения коллективного и корпоративного творчества — как в случае поп-музыки, кинематографа и отчасти даже массовой литературы — эти права все меньше имеют реальный вес.

представляет собой некое целое и может быть закончен. Правда, в отношениях функции (или фигуры) автора и авторского права трудно установить однозначно, где причина, а где следствие. Например, Мэтью Дэвид, опираясь на концепцию Ли Маршалла, утверждает, что автор есть производное от атрибутивности копирайта, а не наоборот<sup>7</sup>. Более того, образ автора именно как креативного гения, а не обязательного скриптора, выполняющего работу по контракту к определенному сроку, есть просто эффект репрезентации предоставляемой копирайтом монополии, а также рекламный ход определенной маркетинговой политики. Заявление, конечно, чересчур радикальное, и в этом смысле, пожалуй, уместнее говорить о корреляции, чем о жестком детерминизме, но уж точно не следует полагать, что практика авторского создания текста полностью устоялась сначала, и лишь после этого для нее в виде юридической поддержки было создано авторское право. Кстати, коррелятивность означает, что радикальная трансформация практики копирайта, имеющая место в современности, не может существовать в отрыве от радикальных трансформаций функции автора как таковой.

Далее, увязка культурной практики авторствования с правовой сферой и отношениями собственности сама по себе вещь достаточно двусмысленная, и могла она сложиться только в культуре определенного типа. Так что копирайт — очередное достижение пресловутой *протестантской этики и духа капитализма*, а потому и действует не вопреки принципам капиталистической конкуренции, а по их же собственной логике. Имеет место, так сказать, проекция буржуазной антропологии с ее преуспевающими атомарными индивидами-деятелями на сферу творческой активности. Письмо в этой перспективе рассматривается как *труд*, мышление предстает как *деятельность* особого уровня, ее результат объективируется в качестве *продукта*, который может и должен быть *товаром*, а значит и *собственностью*. Всякий труд должен вознаграждаться, текст (в широком смысле слова), поскольку он представляет

<sup>7</sup> David M. Romanticism, creativity and copyright: visions and nightmares // European Journal of Social Theory. 2006 9 (3). P. 425.

собой товар, подобает тиражировать, продавать и потреблять. Кто трудился и рисковал — тот и собственник. Однако взгляд на мышление и творческий процесс через призму производственной практики — вещь далеко не безобидная и имеющая целый ряд последствий. Интересно, что Маркс в рамках анализа капиталистической экономики проводил различие между собственно интеллектуальным трудом (труд, производящий специфический *интеллектуальный продукт*) и просто умственным трудом, свойственным, например, управляющему персоналу предприятия. Интеллектуальный труд рассматривается Марксом в черновиках четвертого тома «Капитала», где, кстати, он придает крайне высокое значение научным исследованиям, прежде всего потому, что на них базируется технический прогресс. И хотя доля интеллектуальной собственности в экономике того времени была ничтожно мала, все же важен сам факт изменения статуса мышления, которое теперь становится средством производства товара и описывается в экономических терминах. Вследствие этого уже тогда начинаются изменения в самом мышлении. К интеллектуальной собственности как к продукту умственной деятельности интеллектуала оказывается применимой и такая характеристика товара, по Марксу, как отчуждение. Отчуждение, как известно, представляет собой объективный социальный процесс, характеризующийся превращением деятельности человека и ее результатов в самостоятельную силу. Для конкретизации этого момента мы, возможно, несколько неожиданным образом, обратимся к Фуко, в тексте которого под названием «Что такое автор?» мы при желании можем обнаружить не что иное, как экспликацию именно логики отчуждения.

Как известно, Фуко, продолжая в полемическом ключе интересующую нас тему «смерти автора», поднятую Роланом Бартом, пишет о безразличии как об одном из фундаментальных этических принципов современного письма. Происходит стирание индивидуальных характеристик пишущего субъекта. Фуко разграничивает понятие автора и понятие личности писателя, автор превращается в специфическую функцию, и в этом смысле, можно добавить, он имеет «частичный» характер: «Если я, например, узнаю, что у Пьера Дюпона глаза не голубые, или что он не родился

в Париже, или что он не врач и т. д., — само это имя “Пьер Дюпон”, тем не менее, по-прежнему будет относиться к тому же самому лицу; связь десигнации при этом не так уж сильно изменится. Проблемы же, встающие в связи с именем автора, оказываются куда более сложными: конечно же, если бы выяснилось, что некоторые факты биографии Шекспира не имели места быть в реальности, то это изменение, разумеется, не нарушило бы функционирования имени автора. Однако если было бы доказано, что Шекспир вовсе не автор некоторых своих творений, которые принимаются за его сочинения, это было бы изменением совсем другого рода: оно оказалось бы совсем не безразличным для функционирования имени автора. А если бы было установлено, что Шекспир написал «Органон» Бэкона просто потому, что произведения Бэкона и сочинения Шекспира были написаны одним автором, это было бы уже таким типом изменения, которое полностью меняло бы функционирование имени автора»<sup>8</sup>. Следовательно, имя автора не есть такое же имя собственное, как все другие. Автор выполняет совершенно иные функции: он обеспечивает возможность классификации. Имя автора позволяет сгруппировать ряд текстов, разграничить их, исключить из их числа одни и противопоставить их другим. «Наконец, имя автора функционирует, чтобы характеризовать определенный способ бытия дискурса: для дискурса тот факт, что он имеет имя автора, тот факт, что можно сказать: “Это было написано таким-то”, или: “Такой-то является автором этого”, означает, что этот дискурс — не обыденная безразличная речь, не речь, которая уходит, плывет и проходит, не речь, немедленно потребляемая, но что тут говорится о речи, которая должна приниматься вполне определенным образом и должна получать в данной культуре определенный статус»<sup>9</sup>. Таким образом, заключает Фуко, получается, что «имя автора размещается не в плане гражданского состояния людей, равно как и не в плане вымысла произведения, — оно размещается

<sup>8</sup> Фуко М. Что такое автор? // Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. Работы разных лет : пер. с фр. / М. Фуко. М. : Касталь, 1996. С. 20.

<sup>9</sup> Там же. С. 21.

в разрыве, устанавливающим определенную группу дискурсов и ее особый способ бытия»<sup>10</sup>.

В этом тексте Фуко, конечно же, поднимает целый ряд вопросов — и специфически литературоведческих, и широко философских, относящихся к проблеме субъекта, но хотелось бы обратить внимание на следующее. Как только некое лицо, носящее определенное имя, производит какой-либо текст, которому может быть приписан специфический статус («литературного произведения» или «философского трактата»), а в терминах Маркса «продукта интеллектуального труда»), тут же личное имя становится «именем автора», отчуждается от личности и приобретает черты специфической функции, или силы, включенной в дальнейшее обращение текста. Так, «Илиаду» и «Одиссею» называют *гомеровским* эпосом даже те исследователи, которые убеждены в отсутствии исторического лица по имени Гомер. Применяя это рассуждение к вопросу об интеллектуальной собственности, мы приходим к любопытному парадоксу: произведение сущностно связано с *именем* автора, а не с лицом. Так кому оно в такой ситуации «принадлежит» и какими процедурами может быть установлена эта принадлежность? Пока речь идет об обращении текстов в рамках классической элитарной культуры, наличие у текста имени автора свидетельствует о позиции ответственности и требует от читателя также ответственной позиции интерпретатора. Но как только литература становится, прежде всего, массовым феноменом, предназначенным для элементарного потребления, происходит мельчайшее смещение акцента и имя автора фактически превращается в маркер другого рода — бренд, название завода-изготовителя, благодаря которому потребитель узнает любимую марку. Не говоря уже о том, что массовое производство литературы требует корпоративных усилий, так что узнаваемое имя-бренд репрезентирует продукцию целой команды литературных пролетариев. Такие бренды широко известны: Дюма, Донцова и проч., и проч., и несть им числа. Более того, преимущественная практика, в конце концов, становится тотальной — имя «Джойс» начинает мало-помалу встраиваться в тот же ряд, что и «Бентли», превращаясь всего

<sup>10</sup> Там же. С. 22.

лишь в знак престижного потребления. Таким образом, автор также отчуждается от своего имени, как это происходит в случае с обычным производителем и товаром. А тогда, когда речь идет о таком объекте копирайта, как компьютерный софт, в котором имя автора не включается в сам «текст» в качестве необходимой функции, превращение имени в бренд происходит и вовсе по ускоренному и упрощенному сценарию. Примером может послужить история легендарного миллионера Питера Нортон<sup>11</sup>.

Однако трансформация мышления в вид трудовой деятельности, а произведений в интеллектуальную собственность происходил отнюдь не гладко. Ум имел божественную природу для ученых и мыслителей прошлого, поэтому ни о какой интеллектуальной собственности просто не могло быть и речи. Быть автором значило быть служителем истины, либо, в менее скромном варианте, гением, который, воспаривши в метафизические высоты, прикасается к самому Абсолюту, естественно, делая это не корысти ради. «Собственник» мыслей — Бог, а гению, как известно, достаточно лаврового венка и самого чувства боговдохновенности. Все прочие притязания в этом контексте бессмысленны и греховны.

---

<sup>11</sup> В 1986 году, на фоне шумной рекламной компании, Peter Norton Computing выбрасывает на рынок потрясающую по тем временам операционную оболочку Norton Commander. Однако сам Питер никакого отношения к разработке Norton Commander не имел. С первой по третью версии созданы программистом Джоном Соча. Но в угоду персонифицированному сценарию «раскрутки» программы Norton Commander реальный автор был забыт, а немногим позже просто уволен из фирмы (яркий пример отчуждения рабочего от труда!). После слияния Peter Norton Computing и Symantec компания на ближайшие десять лет получила эксклюзивное право на употребление «изображения и имени» Питера Нортон в рекламных целях. По договору Питер получал свой 1% с продаж товаров, «помеченных» его именем, платежи за лицензии на выпущенные им ранее продукты, право на льготное приобретение солидного пакета акций Symantec. Метка «Norton» стала своеобразным знаком качества. Имя Питера Нортон стало известно миллионам и попало в престижную категорию товарных знаков «brand-name» (см.: *Скорина И.* Питер Нортон. URL: [http://www.kar.net/~learn/nation\\_pr/History\\_Inform/Museum/Norton.html](http://www.kar.net/~learn/nation_pr/History_Inform/Museum/Norton.html) (дата обращения: 31.05.06)).

Художник — покорное орудие высшей силы. Поэтому он принадлежит своему произведению, а не оно ему.

С другой стороны, следует отметить, что истории известны попытки (и зачастую вполне удачные) торговли своим интеллектом. Можно вспомнить о софистах или даже о Леонардо да Винчи, который, судя по переписке, тоже пытался с выгодой продать свои таланты<sup>12</sup>. Да и вообще мастера изящных искусств во все времена существовали за счет работы на заказ и опеки со стороны влиятельных покровителей, что, впрочем, не помешало многим из них умереть в безвестности и нищете. Больше того, само понятие интеллектуала появляется в Средние века как обозначение именно *профессии*, т. е. способа зарабатывать на жизнь. В средневековых университетах даже разгорелась нешуточная полемика по поводу того, нечестиво ли поступают преподаватели, когда берут плату за сообщение «знания, дара Божьего, коим нельзя торговать». Интеллектуалам с немалыми проблемами удалось легитимировать свою деятельность в качестве профессиональной ссылкой на то, что они, во-первых, заботятся об общем благе, а во-вторых, получают вознаграждение не за торговлю Истиной, а за свои преподавательские усилия и трату своего времени, которое, между прочим, есть время их жизни, а потому они имеют полное моральное право получать плату за свой труд<sup>13</sup>. Так мышление действительно стало работой. Окончательно эту же двойственную логику утвердили в применении к копирайту, как ни странно, романтики. С одной стороны, именно романтизм приучил нас видеть в творчестве акт реализации божественной силы, когда человек сам уподобляется Творцу. Но вот тот же Уильям Вордсворд, нимало не сомневаясь в ценности божественного вдохновения для подлинного творчества, на закате жизни (что характерно!) задумавшись о собственном наследии и обеспечении своей семьи, принялся отстаивать право собственности на свои произведения. Его логика в упрощенном пересказе была такова. Посредством

---

<sup>12</sup> *Винчи Леонардо да.* О науке и искусстве. СПб., 2005. 129 с.

<sup>13</sup> *Ле Гофф Ж.* Честные и бесчестные профессии // Другое Средневековье: Время, труд и культура Запада / Ж. Ле Гофф. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2002. С. 69.

художника творят, конечно, высшие силы, но без индивида по имени, скажем, Вордсворд у этих сил, пожалуй, сборника стихов тоже не получилось бы. Или, другими словами, если истинное искусство появляется только благодаря истинному художнику и не есть нечто, полученное в результате простой лишь выучки, художник имеет право не только решать судьбу произведения, но и получать прибыль с результатов своего творчества примерно так же, как землевладелец получает ренту со своих полей<sup>14</sup>. Ох уж этот загадочный нордический характер, сочетающий нам на зависть метафизику и гешефт в совершенно невообразимых пропорциях! Но как бы то ни было, здесь впервые было заявлено, что аутентичность и оригинальность имеют свою цену.

Однако декларация — это одно, а «справедливое» исчисление стоимости интеллектуального труда — совсем другое. Основание данной проблемы, по всей видимости — это некая принципиальная нестыковка при переводе мышления из ранга метафизического события в разряд вида трудовой деятельности. Об этом писал уже Маркс: «Продукт умственного труда — научные результаты — всегда оцениваются значительно ниже своей стоимости, поскольку рабочее время, требуемое для их повторения, никак не связано с рабочим временем, требуемым для их первоначального производства. Например, школьник может выучить биномиальную теорему за час»<sup>15</sup>. Таким образом, Маркс вполне отдавал себе отчет в том, что его теория при описании процесса производства интеллектуального продукта, как минимум, сталкивается с существенными проблемами, но так и не исследовал этот вопрос основательно. Если верить Бодрийяру<sup>16</sup>, это весьма симптоматичный сбой марксистской трудовой теории стоимости, свидетельствующий о ее несостоятельности, как минимум, для анализа постиндустриального общества, в котором капитал освобождается от производительного труда, и происходит структурная революция ценностей. Суть этой

---

<sup>14</sup> *David M.* Romanticism, creativity and copyright: visions and nightmares // *European Journal of Social Theory*. 2006 9(3). P. 426.

<sup>15</sup> *Маркс, К.* Капитал. URL: <http://www.oglibrary.ru/data/demo/2875/2875.html> (дата обращения: 21.04.06).

<sup>16</sup> *Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000. С. 74–75.

революции в том, что свободные от референтов знаки (в том числе и денежные) плодят сами себя в геометрической прогрессии и от того называются симулякрами. Но что это означает применительно к вопросу об авторских гонорах?

Умопомрачительные суммы, которые приносят своим авторам бестселлеры, иначе как структурным законом ценности (или информационной теорией стоимости) и не объяснишь. Само понятие бестселлера предполагает, что книга в качестве товара пользуется огромным спросом и при том, что она широко представлена на всех распродажах, цена за нее стабильно останется существенно выше цены аналогичных по объему и качеству печати книг (например, каких-нибудь привычно популярных классиков, чьи тексты, кроме всего прочего, за давностию лет перешли в общественное достояние и свободны от защиты копирайта). Поскольку же абсолютно все, участвующие в производстве книги-бестселлера, выполняли в точности ту же работу, печатай они классиков, разница в цене уходит, кроме всего прочего, в пользу удачливого автора. Классический вещный товар может быть продан лишь один раз. Продукт интеллектуального труда подчиняется в значительной степени иным законам: производя один экземпляр товара, автор одновременно производит потенциально бесконечное количество его экземпляров. Таким образом, завершая свое производство, автор бестселлера создает потенциально бесконечную стоимость, которая со временем материализуется в совершенно неизвестную заранее (и, к тому же, постоянно растущую) реальную стоимость, конкретная величина которой, вообще говоря, никак не связана с величиной вложенного в ее производство труда и времени. Интеллектуальная собственность приобретает черты специфического *капитала*, то есть позволяет владельцу извлекать доход из самого факта владения<sup>17</sup>. К примеру, Джоан Роулинг получила серьезные дивиденды от экранизации «Гарри Поттера», причем доходы, которые принес ей фильм, определялись отнюдь не ее прямым трудовым вкладом. К тому же, если какой-либо другой автор

---

<sup>17</sup> Анализ формирования стоимости интеллектуальной собственности см.: *Зубатов С.* Состояние современного левого движения в первом мире. Область применимости классической марксистской политической экономии. URL: [http://proriv.ru/articles.shtml/zubатов?economic\\_dogmatism\\_1](http://proriv.ru/articles.shtml/zubатов?economic_dogmatism_1) (дата обращения: 01.09.2011).

рискнет написать какое-нибудь «ответвление», Роулинг в качестве владельца прав собственности на исходный текст по-прежнему извлечет из этого предприятия доход, хотя в новом романе не будет содержаться уже ни строчки из старого. Больше того, в том случае, если владелец прав интеллектуальной собственности уступит их кому-то другому, то именно это третье лицо, не являясь автором в принципе, получит всю прибыль — такова логика отчуждения.

На этот счет очень хочется фыркнуть что-нибудь в том духе, что величина выгоды от авторских прав плохо увязана с авторскими достоинствами. Дескать, быть автором «Гарри Поттера» одновременно и выгодно, и постыдно, в том смысле, что литературные достоинства этого текста далеки и от литературы, и от достоинств. И все ж таки стоит попридержать сарказм. Пока капитализм не вступил в информационную эпоху и сохранялось различие между культурой массовой и элитарной, для амбициозного автора отсутствие признанности и больших заработков оказывалось чем-то вроде инициации (иногда длиною во всю творческую жизнь), и выдержать это испытание с честью значило почти что гарантировать себе символический капитал в вечности. Вот письмо Ницше, который, кстати, и вовсе отказывался от гонораров за публикации, адресованное Карлу Шпиттелеру: «Вы возмущаетесь по поводу редакций и издателей — это, простите уж, слегка настраивает меня против Вас! Создающему то, что не служит кормом для масс, не следует ставить в вину поставщикам массового корма равнодушие к изысканной продукции. Для такого равнодушия им нет нужды быть ни «трусливыми», ни «продажными». Такое положение вещей следует рассматривать как свое преимущество (я исхожу из опыта) и несмотря ни на что скалить зубы. (...) И наконец — не следует полагать, что можно прожить на свои таланты (при условии, конечно, что это — таланты исключительные)<sup>18</sup>. Да, разумеется, честолюбие мастеров старой закалки выражалось, прежде всего, в том, что они творили для «вечности», а не для конъюнктуры, но ситуация изменилась. И современный

<sup>18</sup> Ницше Ф. Письмо Карлу Шпиттелеру в Базель, Зильс-Мария, 17 сентября 1887. Письма 1887-1889 годов / Ф. Ницше // Иностранная литература. 2007. № 1. С. 192.

интеллектуал, который не может никому продать плоды своей гениальности, чувствует себя не возвысившимся над этим суетным миром, а попросту социально униженным. Суть даже не в том, что интерес автора перенесся с акта творчества на продукт, который он пытается выгоднее продать и защитить от посягательств других. Продажи стали мерой популярности, известности и, в конечном итоге, творческой состоятельности. А так как автор не является профессиональным маркетологом, не может воспроизводить (тиражировать) и продавать в массовом порядке свой «продукт», то ему «приходят на помощь» фирмы, с которыми он «делится» прибылью. Следствием такого разделения обязанностей является перманентно назревающий конфликт между автором и менеджером, так как в этой гонке автор чувствует себя проигравшим всегда (вспомним о том, что копирайт сейчас защищает, прежде всего, корпорации). Есть и другой сценарий — автор сам всерьез ориентируется на конъюнктуру. Один из последних романов В. Пелевина «Т» — со знанием дела написанная пародия на коллективное авторство, меняющее источники финансирования и вслед за ними авторские стратегии в надежде состряпать бестселлер и «отбить бабло». Однако итоговый триумф графа Т (нашедшего-таки способ создавать самого себя посредством письма) над главой авторской бригады Ариэлем не в последнюю очередь объясняется негнбаемой «невинностью» графа, упорно не желающего начинать думать, как «маркетолог». В любом случае, современность предъявляет интеллектуалу очень двусмысленные требования, среди которых есть и требование создавать серии, а не шедевры, чтобы выработать привычку потребителя к слюноотделению на соответствующий авторский бренд. Выдавливает тексты из себя по капле к сроку — это ведь, по сути, уже даже никакая не аскеза, а самое настоящее литературное рабство вне зависимости от того, об интеллектуальной или развлекательной литературе идет речь. Не говоря уже о том, что разного рода маркетинговые мероприятия отнимают и силы, и время — для работы почти не остается внутренних ресурсов, если постоянно надо участвовать в тусовках. Так амбициозный автор оказывается меж двух кошмарных перспектив — так и застрять навеки в непризнанности из-за своего чистоплюйства или оказаться в

ситуации, когда каждая твоя последующая книга становится хуже предыдущей.

Вообще же информационное общество с его тенденцией превращать интеллектуальную собственность в капитал таит в себе немало сюрпризов для интеллектуальной деятельности, и далеко не все эти сюрпризы приятны. Смена статуса знания — т. е. его превращение в *информацию* как производительную силу — рассматривается Ж.-Ф. Лиотаром в качестве основной характеристики состояния постмодерна<sup>19</sup>. Информация, в отличие от классического, традиционного знания, представляет собой поток, который жестко не привязан ни к отправителю, ни к получателю, ни к референту. Поэтому в информационном обществе спросом будет пользоваться только такое знание, которое может быть широко транслировано и для этих целей поддается перекодировке без существенных потерь смысла бесконечное количество раз. В связи с этим напрашиваются сами собой выводы о печальной судьбе того, что именуется гуманитарным знанием вообще и философией в частности с их принципиальным упором на авторскую интерпретацию. Из рассуждений Лиотара можно сделать еще один вывод: потоки информации невозможно присвоить (информация по своей природе «запрограммирована» на утечку), но ими можно распоряжаться. Так что вся власть (в том числе и экономического характера) сосредоточена в точках перераспределения каналов информации, а вовсе не в точках производства знания. Не здесь ли причина того, что интеллектуал оказывается фатально невластен над результатом своих собственных усилий и в конечном итоге намечается расслоение между реальным автором и собственником авторского права?

Далее, прибыльность в современной экономике определяется в значительной мере технологическими инновациями, а потому есть смысл всячески поощрять так называемую новаторскую деятельность, финансируя ее и оказывая ей правовую поддержку. Темп потребления неуклонно нарастает, с ним вместе увеличивается и потребность в совершенно новых товарах, а стало быть, и научных разработках. Однако

<sup>19</sup> Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна // Институт экспериментальной социологии. М. ; СПб. : Алетей, 1998. С. 18—19.

фундаментальная наука вообще не терпит спешки, и даже искусственное ускорение темпов изобретательства — мероприятие крайне сомнительное. Когда по причине вечной гонки нет возможности создавать что-то действительно новое, увеличивают характеристики уже существующего, соединяют ранее несоединимое, развивают количество и качество, но все того же по сути продукта. Либо и вовсе с помпой осваивается фантастический бюджет под какую-нибудь наукообразную фикцию. Сложная цивилизация требует сложных усилий для поддержания, а эти усилия особо некому производить — все привыкли быть потребителями благ цивилизации и никто не хочет быть ее двигателем. Тем более что, учитывая легкость утечки информации, вопреки всем усилиям по защите интеллектуальной собственности, гораздо проще и рентабельнее позаимствовать идею или продать вторичную продукцию, а не создавать что-либо самому. Дуализм новатора в том, что, являясь по призванию творцом, по сути он потребитель: он заинтересован, прежде всего, в личной выгоде, дабы иметь возможность самому потреблять общественные блага. Это понятно, ведь занятие наукой стало куда менее почетным, чем во времена Аристотеля или Ньютона. Со «смертью Бога» исчезает онтологическая ценность знания — особо больше не к чему идти. А раз идти не к чему, то надо хотя бы устроить то место, в которое мы сели: нет ни Рая, ни Бога, но есть курорты и карьера. Так что если сравнить ученого прошлых веков, который почти со священным трепетом занимался наукой как самым важным делом своей жизни, часто впадая при этом в полную нищету, и типичного ученого наших дней — узкого специалиста, серую рабочую лошадку, для которого наука — средство заработка на хлеб насущный, ибо иного не умеет (не хочет или не может уметь), то нет повода удивляться, что сейчас главными стали отнюдь не реальные достижения, а наукообразие ради получения грантов. Все это было бы даже в чем-то трагично, если бы не то внушающее оптимизм обстоятельство, что «Прогресс есть лишь современная идея, иначе говоря, фальшивая идея»<sup>20</sup>, хотя бы в том смысле, что сейчас она служит, прежде всего, легитимации потребления. А потому неспособность интеллектуальной деятельности и впредь обеспечивать эту

идею сама по себе не означает еще цивилизационной или антропологической катастрофы.

Однако предоставив новатору самому себе, вернемся вновь к нашему автору, впрочем, чтобы обнаружить, что и возвращаться-то особо не к кому. Осталось разве что проследить, как автор в потребительском экстазе сливается с читателем в фигуре пользователя.

Предположительно дело было так. Ролан Барт, поясняя провозглашенную им «смерть автора», писал о том, что автор сменяет скриптор. Автор — всего лишь предрассудок, заставляющий читателя приписывать тексту некий исходный и однозначный смысл. На самом же деле автор не предшествует произведению, а через функцию письма, которую выполняет скриптор, выражает себя сам язык. Так что скриптор — не человек с личным опытом и биографией (то, что традиционно входит в «авторское достояние»), «а только необъятный словарь, из которого он черпает свое письмо, не знающее остановки; жизнь лишь подражает книге, а книга сама соткана из знаков, сама подражает чему-то уже забытому, и так до бесконечности. Он может лишь вечно подражать тому, что написано прежде и само писалось не впервые»<sup>21</sup>. Благодаря этой метаморфозе на первый план теперь выходит читатель: «Читатель — это то пространство, где запечатлеваются все до единой цитаты, из которых слагается письмо; читатель — это человек без истории, без биографии, без психологии, он всего лишь некто, сводящий воедино все те штрихи, что образуют письменный текст»<sup>22</sup>. Забавно, что тот гениальный читатель, ради которого автор был принесен в жертву, читатель, способный силой мысли и художественного вкуса собирать и пересобирать тексты, наделяя их каждый раз новым смыслом, так и не родился... точнее сказать, он довольно быстро выродился в читателя массового. Пока классическая литература воспитывала и наставляла, пока автор вел за собой, читатель согласен был за ним следовать и иногда даже довольно далеко, потому что

<sup>20</sup> Ницше Ф. Антихрист. Проклятие христианству // Сочинения в 2 т. Т. 2 / Фридрих Ницше; пер. В. А. Флеровой. М.: Мысль, 1990.

<sup>21</sup> Барт Р. Смерть автора // Избранные работы: Семиотика. Поэтика / Р. Барт. М., 1994. С. 387–391.

<sup>22</sup> Там же. С. 391.

впереди его ожидал некий монолит превосходнейшего смысла. Но тратить титанические усилия на убегание от абсурда во время чтения текста без начала и конца — увольте! Более того, индустрия массовой культуры также ориентирована на воспитание необходимого обществу потребления качеств. Да и сам потребитель хочет получать те смыслы, которые уже готовы в качестве полуфабриката, поэтому спросом пользуются комиксы, а не высокоинтеллектуальная литература. Массовый читатель относится к текстам как к тому, что позволит ему приятно отдохнуть, он всегда уже слишком измотан работой для светлых целей самосовершенствования. Дж. Кавелти вообще говорит о формулах, а не об авторах и читателях — и те и другие одинаковым образом оказываются в роли *пользователей*<sup>23</sup>. Формульная литература создается и распространяется исключительно на коммерческой основе. А при том, что этому процессу свойственна определенная инерция, создание формул во многом зависит от отклика аудитории.

И вот здесь намечается метаморфоза, произошедшая с потребителем под воздействием, прежде всего, медиасреды нового поколения, с характерной для нее интерактивностью. Пассивное потребление сменилось активным, что выражается в священном отныне праве пользователя изменять опубликованный текст, напрямую вмешиваться в него<sup>24</sup>. В Интернете пользователи сами производят знания, помещают в сеть, продают их через магазины электронных товаров, различные каталоги или свои странички, демонстрируют, призывают, просто делятся — всех направлений такого рода активности просто не счесть! Потребитель, причем массовый, вдруг сам в массовом же масштабе приобщился к элитарной некогда практике создания текста. Чего стоит один только фан-фик! И ведь не скажешь даже, что пользователь в данном случае

<sup>23</sup> Кавелти Дж. Г. Изучение литературных формул // Новое литературное обозрение. 1996. № 22. С. 33–64.

<sup>24</sup> Этой теме посвящена монография Н. Соколовой «Популярная культура Web 2.0», в которой поднимаются проблемы, связанные с соучастием потребителей в культурном производстве (см: Соколова Н. Л. Популярная культура Web 2.0: к картографии современного медиаландшафта. Самара: Изд-во «Самарский университет», 2009).

— это тот чукча из анекдота, который не читатель, а писатель, поскольку юзер-чукча скорее уж Юлий Цезарь, который умудряется читать, писать и общаться одновременно. И что особенно замечательно, к этому персонажу вполне подходит большинство характеристик, вмененных Бартом читателю и скриптору (см. выше), разве с той разницей, что «необъятный словарь» сего скриптора — это по преимуществу словарь «албанский». Но шутки шутками, а именно свободная пользовательская активность создает львиную долю контента, а стало быть, и напрямую участвует в производстве сверхприбылей, получаемых не пользователями, а компаниями. Разве это не эксплуатация? Разве не нарушение авторских прав? Компании, видя явную пользу от этого сотрудничества, не настаивают на слишком жестком соблюдении своих авторских прав, сталкиваясь при этом с активностью аудитории, которую трудно контролировать. Сами же пользователи за редким исключением как-то не особо горят желанием бороться за свой копирайт, довольствуясь самим фактом того, что их соучастие в продукте и его распространении оказывается замеченным. Такой добровольный отказ юзеров от имущественной стороны данного вопроса связан отнюдь не с их наивностью, тем более, что они тратят на эту деятельность и время, и силы, и средства. Здесь можно предположить ряд причин. Во-первых, это прелесть любительства, а не профессионализма: о двусмысленности профессионализации речь шла выше, поэтому не стремиться получать материальное вознаграждение за увлекающую тебя деятельность — значит не воспринимать ее как *работу*, как бы ускользая тем самым от рутины и отчуждения. То, что делается, делается только «для души», в качестве развлечения и досуга. И это не отменяет того факта, что многое создается на достаточно высоком уровне, предполагающем хорошее владение специальными знаниями и навыками. Статус досуговых занятий означает отсутствие серьезных авторских амбиций. К примеру, создателей фан-фика вряд ли вдохновит рецепт Достоевского, гласящий, что для того, чтобы стать писателем, нужно, прежде всего, *страдать*. Пользователь, конечно же, не согласен претерпевать страдания а-ля Достоевский или «ледяное одиночество» а ля Ницше, и трудно за это его винить. В конце концов, те принципы, которые вызвали уважение в XIX веке, сейчас,

будучи озвучены на полном серьезе, будут, пожалуй, непристойно попахивать «духовностью», неуместной и от того нелепой. В этом контексте как-то принято задумываться о различии творчества и креативности, но интересной мысли из этих раздумий как-то не получается. Что касается творчества, это, опять же, по ведомству романтиков с их роковыми безднами. А вот креативность в качестве способности легкого и гибкого оперирования знаками прекрасно характеризует способности, востребованные эпохой тотального дизайна. И довольно об этом.

В случае с пользовательским сетевым производством текстов копирайт бессмысленен и по причине отсутствия имени автора как функции текста, той самой функции, о которой пишет Фуко. Производство текста, состоящее в бесконечной переключке ссылок, цитат и реплик, — это принципиально коллективное творчество, продукты которого не существуют в виде завершенных артефактов (характерный пример — Википедия) и уже поэтому не являются в собственном смысле произведениями. Субъект этой креативности — пресловутый Анонимус, то есть *кто угодно, любой*. И пользователи хотят читать именно этого любого. Вот уж, действительно, «какая разница, кто говорит: “какая разница, кто говорит”». То, что значительная масса контента представляет собой обмен мнениями, не должно вводить в заблуждение, в том смысле, что за этими мнениями, как правило, не стоит никакая продуманная позиция. На одной из страничек, посвященных правилам сетевого этикета, провозглашается: «Помни, все, что ты напишешь, в сети уже есть!». Так что ценно в данном случае не новаторство (в стиле «такого еще не было») и не оригинальность («так могу только я»), а просто возможность произвести информационный повод. Пользователь создает контент как повод для общения, и чаемое чувство общности здесь первостепенно, отсюда и популярность дистанционного совместного творчества, будь то шитье покрывала из лоскутков, или написание романа, или съемки фильма. То, что текст создается и воспринимается именно в качестве *контента*, накладывает на него определенный отпечаток, рискнем предположить, фатальный для функции автора. Для контента важно наполнение, информационная емкость, а не — воспользуемся термином Ницше — *перспектива оценки*, связанная с авторской позицией. Вообще вычленять

перспективы оценки в сетевом пространстве гипертекста — значит только все неминуемо запутывать. Оттого-то и «копираст» как техника склеивания кусков по тематическому принципу без учета прочих различий не вызывает в пользователем сознании радикального неприятия.

Вообще тотальное распространение цифровых медиа по идее противоречит самим принципам копирайта, что, вероятно, приведет к серьезной трансформации правовой практики. В самом деле, в рамках культуры симулякра массовым спросом пользуется принципиально тиражируемая продукция (диски с фильмами, а не театральные постановки, например). В ситуации, когда все цитирует все, дистрибуция, по большому счету, случайна. Если в принципе у создаваемых артефактов нет онтологического деления на копии и оригиналы, а информация поточна — как вообще отстаивать копирайт? Опять же, если потребитель считает уже своим естественным правом распоряжаться информацией по своему усмотрению и вмешиваться в привлекательный для него текст — он уже не может *пользоваться* медиапродукцией, не создавая по ее поводу фан-арта, — есть ли смысл и для компаний категорично настаивать на своем. Если нарушить закон гораздо легче, чем его соблюдать, а поймать нарушителя трудно, это свидетельствует об искусственности самой системы правил, удержать которую на плаву можно только за счет непомерных штрафных санкций. Что, собственно, и делается; и делается, заметим, отнюдь не в интересах потребителя. Однако все эти шумные процессы касаются, прежде всего, поп-музыки, кинофильмов, компьютерного софта и прочих вещей, по определению связанных с корпоративным способом производства и мегаприбылями. В то время как последние бескорыстные адепты авторского письма сидят себе под крылышком своих университетов, тихонько пишут, тихонько публикуются и имеют шанс в принципе ни разу в жизни не столкнуться с необходимостью даже задуматься о своем копирайте просто потому, что нет охотников на него покуситься.

Каковы итоги? Авторское право не сложилось бы, если бы не сложилась практика создавать тексты с функцией автора, и не приняло бы современного вида, если бы «смерть автора» не разразилась как гром среди культурного неба.

Забавно получается: только-только автор окончательно эмансипировался от Бога и вот уж практически умер сам! Из всего вышесказанного не стоит делать вывод, что сегодня практика авторствования невозможна или совершенно не востребована. В конце концов, будем надеяться, все, что не убивает в нас автора окончательно, делает его сильнее. Что же до авторского права в его современной редакции, это явление, относящееся к шлейфу осколков субъекта, свечение хвоста кометы в тот момент, когда распадается ее ядро, высвобождая энергию анонимной креативности.