

ИНТЕРНЕТ И АВТОР

В статье рассматривается трансформация института авторства как маркер наиболее значимых социокультурных изменений, связанных с распространением «новых» (цифровых) медиа и Интернета. Обосновывается идея о том, что нужно изменить наиболее распространенный в предшествующие годы ракурс рассмотрения проблемы трансформации института авторства в связи с Интернетом: не только как проблему авторских прав автора, но и как тему коллективного авторства, что обусловлено особенностями рыночной логики новых медиа. Кроме того, поднимается проблема авторских прав пользователей, ставших «просьюмерами».

Ключевые слова: автор, авторское право, цифровые медиа, Интернет, просьюмеризм, коллективное авторство, разделенное авторство.

В ответ на решение правительства Российской империи 1897 года обложить писателей налогом для того, чтобы передавать в публичные библиотеки двенадцать экземпляров от тиража каждой книги, Н.В. Федоров выступил со статьей «Авторское право и авторская обязанность, или долг?». Присоединение к обязательному добровольному налогу, по его мнению, является наилучшим показателем того, «насколько писатели искренни в своем стремлении к просвещению», ибо «в принуждении нуждаются умственно несовершеннолетние, не сознающие своего долга».

Философ обращается к литераторам с призывом говорить не столько об авторских правах, сколько об авторских обязанностях. Он резко выступает и против возможности зарабатывать литературой, и против авторского права, поскольку, по его мнению, оно основывается на приравнивании «произведений ума и души» к «произведениям ремесленным», имеющим рыночную ценность, а, следовательно, на «отрицании в слове священного значения и на признании нравственности только знанием, ни к чему не обязывающим». По Н.В. Федорову, идея литературной собственности и авторского права является «полным отрицанием авторского долга», с чем связана утрата смысла и цели жизни, так что вся деятельность человеческая становится *бесцельным трудом* [9].

Размышления Н.В. Федорова, не понятого современниками (исключением стал Л.Н. Толстой), крайне интересны на фоне современных дискуссий об авторе и авторском праве в связи с распространением «новых», или цифровых, медиа и Интернета. Новые информационно-коммуникативные технологии существенным образом изменили медийное пространство. Речь идет не просто о стремительном увеличении объема информации и скорости ее распространения — эти изменения уже фиксировались концепциями «информационного общества». Наиболее важные перемены затрагивают сложившуюся модель взаимоотношений официальных медиапроизводителей и аудитории, устоявшиеся способы медиапроизводства и медиапотребления.

* © Соколова Н.Л., 2011

Соколова Наталья Леонидовна (sokol.nat@list.ru), кафедра социологии и политологии Самарского государственного университета, 443011, Российская Федерация, г. Самара, ул. Акад. Павлова, 1.

Трансформация института авторства является наиболее очевидным свидетельством происходящих перемен: «Автор» с большой буквы — основа основ западной культуры. Массовое распространение любительских практик в интернет-пространстве — от «народной литературы» до флэш-анимации и веб-кино — привело к тому, что фигура автора перестала восприниматься как нечто сакральное. Это зачастую истолковывается как свидетельство кризиса, а то и смерти культуры. А. Кин, автор бестселлера «Культ любителя: как современный Интернет убивает культуру и разрушает экономику», сравнивает современную «революцию любительства» с Великой французской революцией и «Октябрьским переворотом», поскольку она ведет к возвышению «бесконечного цифрового леса заурядности» и разрушению устоявшейся культурной иерархии, при которой производство культуры было делом элиты [14].

С появлением цифровых медиа и Интернета оказалось крайне простым и доступным массовое тиражирование произведений культуры, это спровоцировало нелегальное использование ресурсов, пиратские вылазки, «кражу» чужих текстов и проч. Обострилась проблема авторского права, которое является юридическим подтверждением статуса современного автора; значение этой проблемы выходит далеко за пределы института авторства, затрагивая культуру в целом. Не случайно одна из формул, которые используются для характеристики поколения, живущего в эпоху новых интерактивных медиа, — «Поколение Napster», — относится к названию интернет-сервиса, позволившего пользователям обмениваться музыкальными файлами, что впоследствии привело к обвинениям их в нарушении авторских прав.

То обстоятельство, что появление новых технологий медиа меняют ситуацию авторства, зафиксировал уже В. Беньямин. Он обратил внимание на то, что уже к концу XIX века, начиная с открытия в ежедневных газетах разделов «Письма читателей», в разряд авторов стало переходить все больше читателей. С развитием средств «технического репродуцирования», в особенности фотографии и кино, разделение на авторов и читателей, по мнению В. Беньямина, начинает терять свое принципиальное значение; оно оказывается функциональным, граница между ними может пролегать в зависимости от ситуации [2, с. 54]. Современные технологии усилили этот процесс, спровоцировав развитие любительства в самых разных сферах.

В дискуссиях последних лет при значительном расхождении мнений исследователей относительно того, что именно является новым в «новых» медиа, общим является указание на то, что сегодня можно говорить о новом качестве аудитории [15]. В концепциях «активной аудитории» (Дж. Фиске, И. Энг и др.), утвердившихся в 70–80-е годы в результате теоретического осмысления многочисленных эмпирических исследований, содержалось представление о том, что медиапотребление не является пассивным актом, поскольку предполагает интерпретацию потребителями медийных сообщений в конкретном социокультурном контексте. Активность аудитории «новых» медиа не ограничивается интерпретацией: цифровые технологии сделали возможным массовое «авторство» в самых разных сферах. Например, при создании кинофильма любителям до недавнего времени было доступно практически все — написание сценария, съемка, озвучивание и др., кроме монтажа, который оставался привилегией профессионалов. Современные возможности работы с программным обеспечением сделали монтаж доступным практически любому. Для съемки анимационного фильма требовалась работа целых студий — сейчас анимационный фильм может создать любитель, к тому же многочисленные интернет-библиотеки предлагают пользователям техники создания спецэффектов, звукового сопровождения и проч.

Возможности новых интерактивных технологий предельно демократизировали медийное пространство. Современные читатели, зрители, игроки перестали быть обыч-

ными медиапотребителями, став «просьюмерами»¹, то есть потребителями, вовлеченными в производство артефактов или медиаконтента. К явлениям такого порядка можно отнести, например, так называемую «гражданскую журналистику», которая существенным образом изменила стратегии профессиональных журналистов, или «моддинг» — модификацию любителями исходных вариантов компьютерных игр, которые выполнены часто на столь высоком уровне, что используются официальными производителями игр.

Подобное участие читателей, слушателей, зрителей в производстве какого-либо продукта, произведения искусства, знания исторически не новый феномен. Любительство было распространено во многих сферах, включая сферу масс-медиа. Одним из наиболее ярких примеров может служить широкое движение Do It Yourself («Сделай сам»), сторонники которого фактически создали свои, альтернативные официальным масс-медиа. Особенность современной ситуации заключается, прежде всего, в масштабах любительского авторства, а также в том, что дистрибуция созданных любителями артефактов или медиаконтента может осуществляться самими пользователями вне специализированных профессиональных институтов. Прежде осуществление этой функции было доступно только профессионалам — сформировался целый институт посредников, включающий экспертов, редакторов, распространителей. Новый механизм дистрибуции — через Интернет (посредством блогов, форумов, социальных сетей) — означает не только легкость распространения артефактов и медиаконтента, которые стало возможным передавать в цифровой форме, а, прежде всего, то, что отныне этот процесс не санкционируется и не контролируется профессионалами, независим от суждения экспертов. Постоянное «скольжение» ролей профессионала/любителя, автора/аудитории, производителя/дистрибутора/потребителя ведет к изменению всей системы культурного производства и потребления. Действительно, можно согласиться с А. Кином в том, что Интернет «убивает» культуру, если под культурой иметь в виду устоявшуюся культурную иерархию и культурный канон.

Культ «Автора» — основа основ этой культуры. Что же происходит с автором и авторством? Действительно ли можно, как это часто делается, говорить об очередной «смерти автора» — на этот раз в связи с цифровыми медиа и Интернетом?

Для современной культуры характерно идущее от романтизма представление об авторе как человеке, организующем пространство смыслов в созданном им произведении, претендующем на оригинальность мысли и формы ее выражения. Речь идет именно об Авторе с большой буквы, фигура автора имеет сакральный смысл. Однако институт авторства историчен. В известной работе «Смерть автора» М. Фуко поставил под сомнение «вечность» категории авторства, показав, что она не является ни естественной, ни неизбежной, и охарактеризовал его как культурное изобретение, возникшее в системе западного индивидуализма. Концепт авторства М. Фуко предлагал понимать как эффективный инструмент борьбы за власть, используемый в литературной критике с целью влияния [10]. Исследования последних лет хорошо показали связь между идеей автора как создателя уникальных произведений искусства и юридическим понятием автора. Так, С.С. Аверинцев, анализируя понятие автора как «авторитета» в античности, показал, что легко усмотреть два аспекта изначального объема этих двух понятий: не только религиозно-магический, но и юридический. С его точки зрения, авторство остается «авторитетом» до той поры, пока идеал литературы будет оставаться нормативным [1, с. 121]. Исследования П. Яши показали, что институт современного авторства возникает, когда требуется легитимировать прак-

¹ Этот термин впервые был употреблен А. Тоффлером (от англ. *producer* — производитель и *consumer* — потребитель).

тики и взаимоотношения между производителем продукции и распространителями, критиками, а также потребителями этой продукции [11].

Если проанализировать основные атрибуты и критерии авторства, так как они сложилось в проекте модерна, то приходится констатировать тот факт, что они слабо работают сегодня.

Как уже указывалось, для сложившегося понимания автора характерно представление о нем как об индивидуальности, человеке, стремящемся изобрести собственные новые формы, знаки или значения и способном воплотить их в адекватной форме. Однако, с одной стороны, идея исключительности, оригинальности, персонифицированности подрывается культурной ситуацией посмодернизма, для которого высока ценность цитирования. С другой стороны, такой, например, сегмент Интернета, как блогосфера, в значительной степени индивидуализирован, что позволило ряду авторов, например К. Честеру, провозгласить в связи с развитием блогосферы «реанимацию» авторства [13].

Может возникнуть вопрос: в какой мере пишущих в блоги, выкладывающих свои произведения на литературных или кинопорталах, можно считать авторами? Не является ли в этих случаях более точной такая часто употребляемая характеристика, как «графоманство»?

Для современного понимания авторства значимой характеристикой является указание на связь автора с произведением, текстом, который создан его творчеством. По замечанию С.А. Лишаева, изобретение письменности впервые создало технические возможности для появления текстов, способных удержать в себе авторскую индивидуальность, и именно письмо «выводит» писателя *в авторы*, делая его лицом, персонально ответственным за запечатленные суждения и образы [6, с. 61]. Однако способ создания и бытования «сетевых» текстов ставит это критерий под вопрос. Базовой формой текстуальности в Интернете выступает гипертекст, а это делает связь между авторской индивидуальностью и текстом слабее [см.: 17, с. 8]. Иногда ее вообще трудно установить. Это относится, например, к коллективным проектам «сетевой литературы» или веб-кино (где зритель может вмешиваться в любой элемент фильма, превращаясь в его соавтора или даже нового автора). В таких случаях мы встречаемся с ситуацией бесконечной трансформации исходного текста, поэтому было бы точнее говорить о «децентрализованном авторстве». О таком же «децентрализованном авторстве», как представляется, можно говорить в отношении некоторых многопользовательских онлайн-ролевых игр (MMORPG), где на авторство может претендовать и разработчик, и программист, и дизайнер, и игрок.

Авторское «Я» традиционно определялось через мастерство, в этом смысле «автор» выступал синонимом «профессионала». В словосочетании «автор-любитель» сквозит изрядная доля снисходительности. Например, высоко оценивая эстетику так называемого «наивного» искусства — самобытного творчества авторов-любителей, которым свойствен «естественный, «природный» взгляд на мир, исследователи и эксперты в качестве основного критерия такого искусства указывают на «неквалифицированность» авторов, исходя при этом из определенного эстетического канона. Однако в современных условиях критерий профессионализма также представляется размытым. Можно говорить о профессионализации любительства, ставшей возможной благодаря доступности техники, программного обеспечения, различных руководств и др. Многих любителей, чьи работы удовлетворяют самым высоким критериям и издаются официальными производителями, трудно назвать «неквалифицированными» авторами. Парадоксальность ситуации заключается в том, что компании-производители идут на то, чтобы продавать программы и технику, стимулировать рост продаж, но одновременно это создает своеобразную ситуацию, позволяющую любителям приблизиться к профессионалам.

Современное понятие авторства гарантируется институциональным контекстом. Размышляя о «театре авторства» в сфере искусства, Б. Гройс замечает, что сегодня художник может принять на себя роль социального или институционального критика, этнолога, социолога, куратора, арт-критика или даже террориста, но поскольку эти роли разыгрываются в контексте искусства, художник остается художником [3]. Однако и институциональный критерий не является бесспорным. Повышение значимости нематериального труда и креативных индустрий [см.:4], а этому в значительной степени способствовало появление новых медиа и Интернета, привело к появлению новых видов занятости, которые не имеют институционального закрепления. Заметим, что с социально-экономической точки зрения важнейшим признаком институциональной принадлежности автора/профессионала выступают производство продукта и получение прибавочной стоимости, так что профессионалы и любители различались еще и по критерию «оплачиваемый/неоплачиваемый». Однако сегодня имеет место денежное вознаграждение любителей в «соавторских» проектах, где любители сотрудничают с авторами.

Различные формы сотрудничества читателей и писателей существовали и раньше. В средневековой Европе издатели обычно помещали в конце книг обращения к читателям с просьбой продолжить или исправить их работы. Современная система авторства и авторского права в это время не сложилась, так что вопрос об «авторстве» не приобрел такой остроты, как впоследствии. Сегодня же многие писатели, художники к сотрудничеству с потребителями прибегают по собственной инициативе, поскольку благодаря Интернету технологически стало возможным вступать в коммуникацию с огромным количеством читателей, зрителей и др. Практика написания литературных произведений путем выкладывания отдельных материалов, которые правятся после обсуждения с читателями, стала вполне обычной. Так, например, был написан бестселлер «Метро 2033» Дмитрия Глуховского. Показательно, что при публикации повести Януша Вишневского «Мартина» двое из фанатов были указаны как соавторы книги. Подобные совместные проекты относятся не только к литературе. Можно привести многочисленные примеры использования идей и артефактов, созданных любителями, для реалити-шоу, сериалов и т.п. Серьезным ресурсом для официальных производителей компьютерных игр является творчество геймеров и, в особенности, моддеров – игроков, создающих собственные модификации игр на основе уже существующих.

Как в этом случае квалифицировать авторство? Так, Д. Глуховский выступал в качестве автора идеи «Метро 2033»: все остальное – детали, повороты сюжета, предложенные читателями, «подверстывались» под эту идею. Однако возможны иные варианты. Например, в недавно начавшихся съемках телесериала по мотивам серии игр *S.T.A.L.K.E.R.A* не только используется идея и сценарий любительской команды, которая победила в конкурсе, организованном компанией-разработчиком игр, любители участвуют в съемках, выполняя практически все виды необходимых работ. Это любители, моментально перешедшие (если исходить из принятых критериев – оплачиваемость, мастерство, институциональная принадлежность) в профессионалов и «авторов». Представляется, что в этом случае вполне можно говорить о коллективном или «разделенном» авторстве.

Подобные примеры вовсе не являются незаконным «вторжением» читателя на «святая святых» – территорию автора. Здесь действует современная рыночная логика: современные стратегии продвижения продукта и брэнда предполагают сотрудничество потребителей и профессионалов. В подобных проектах автор поддерживает интерес к себе и своим произведениям, создает себе рекламу, а читатели получают воз-

возможность самовыражения и дополнительного развлечения. В некоторых случаях, таких, как функционирование интернет-платформ, основанных на пользовательском контенте, или формирование брэнда трансмедиа, такое участие потребителей становится условием существования проекта. Использование ресурса потребителей настолько важно для современного бизнеса, что допускается нарушение авторского права. Представляет интерес анализ подобного нарушения в Японии Л. Лессигом, известным экспертом в области авторского права. Тысячи рядовых японцев создают «додзинси», или подражательные комиксы в стиле манги. По японскому законодательству додзинси нелегален и считается нарушением авторского права. Однако срабатывает, по словам Л. Лессига, «экономическая рациональность»: власти закрывают на это глаза, поскольку такая ситуация обеспечивает дополнительную прибыль японскому рынку манги [5].

Современная ситуация такова, что новые культурные феномены и практики вступают в противоречие со сложившимся пониманием авторства и авторского права. Изменения в этой сфере очень динамичны. Всего несколько лет назад (в статье 1992 года) Дж. Фиске, характеризуя аудиторию популярной культуры, в качестве наиболее показательного кейса рассматривал фан-сообщества и говорил о существовании «теневой экономики» фанатов [см.: 16], которые занимаются «воровством» чужих текстов, создавая на их основе свои собственные произведения (это явление известно под названием фан-арта, «фанатского искусства»). Сегодня же культурный капитал фанатов воспринимается как часть культурного производства, и если некоторые виды деятельности и практики фанатов не признаются легитимными, то, по крайней мере, практики вынуждены принимать их в расчет и, более того, выстраивать свою деятельность в расчете на их активность.

Как представляется, подобные изменения приводят к необходимости изменить сложившийся в предшествующие годы ракурс рассмотрения проблемы автора и авторского права в связи с распространением цифровых медиа и Интернета. Проблема авторского права, то есть охраны прав текстов в привычном, традиционном смысле является одной из острейших проблем сегодня. Однако «участие» потребителей в культурном производстве привело к постановке вопроса не только о праве «автора», но и об авторских правах потребителей — в связи с их вкладом в разработку рекламных решений, брэндинга, созданием используемых официальными производителями артефактов и др. Можно согласиться с А. Аоки, по мнению которого необходимо говорить о новой системе копирайта в коллективном творчестве [12, р. 248]. Вполне прав П. Яши, который, характеризуя господствующую модель авторства как «доктринальную модель, порожденную индивидуалистической романтической концепцией авторства», отмечает, что «прокрутово ложе» этой модели порождает серьезные трудности для современной культуры, в особенности для сферы Интернета, которая «может превратиться в новое культурное общинное поле». Он пишет, что из-за господствующего понимания авторства к нему трудно отнести «неиндивидуалистические» продукты культуры, не являющиеся плодами «одионого, конкретного авторства», так что подобные произведения маргинализируются, вытесняются на периферию: из-за этого упускается из виду культурная значимость того, что можно было бы назвать плодами «серийного авторства» [11].

По всей видимости, в ближайшем будущем возникнет еще одна проблема: объединение производителя и пользователя порождает вопрос о том, кому же принадлежит продукт, созданный общими усилиями. Творчество просьюмеров можно рассматривать с точки зрения экономики, в терминах труда, так что возникает проблема распределения индивидуального владения и оплаты. Возможно, в ближайшем будущем потребуются коренной пересмотр основ существующего права в этой области.

Представляется также важным следующее. Обращаясь к упоминавшейся работе М. Фуко «Смерть автора», как правило, обращают внимание на проблему власти: концепт авторства М. Фуко предлагал понимать как эффективный инструмент борьбы за власть, используемый в литературной критике с целью влияния на литературный процесс. Нам же здесь важно то, что М. Фуко «изобретение» авторства рассматривает как стремление маскировать факты широкого заимствования писателями идей и языка из общей народной культуры [10]. Гипертекстуальное пространство Интернета эту ситуацию еще больше усиливает.

Современная ситуация в сфере авторства очень показательна в том смысле, что она позволяет обнаружить наиболее острые противоречия современной культуры, зарождение новых культурных феноменов и одновременно их вписанность в культурную традицию. За последние годы приобрела широкое распространение идеология свободного пользования ресурсами в интернет-пространстве – это демонстрируют, в частности, движение за свободные программы или движение Common License. В основе этой идеологии лежит идея о том, что созданные артефакты или контент имеют общекультурное, всеобщее содержание и на этом основании должны принадлежать многим. В этом смысле идеи Н.В. Федорова об авторском праве и авторском долге выглядят удивительно современными.

Библиографический список

1. Аверинцев С.С. Авторство и авторитет // Историческая поэтика. Литературные эпохи и типы художественного сознания. М., 1994. С. 105–125.
2. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости: избранные эссе / под. ред. Ю. А. Здравового. М.: Медиум, 1996.
3. Гройс Б. Театр авторства или тотальные инсталляции Ильи Кабакова. URL: <http://xz.gif.ru/numbers/69/nmtrln-trd/> (дата обращения: 18.03.2011).
4. Лаззарато М. Нематериальный труд // Художественный журнал. 2008. № 69. URL: <http://xz.gif.ru/numbers/69/nmtrln-trd/> (дата обращения: 02.05.2009).
5. Лессиг Л. Свободная культура / пер. с англ. М.: Прагматика культуры, 2007. 272 с.
6. Лишаев С.А. Метаморфозы слова. СПб.:Алетейя, 2011. 232 с.
7. Лурье М.Л. О феномене наивного сочинительства. URL: <http://www.ruthenia.ru/folklore/lurjem4.htm>.
8. Мирошниченко А. Публикаторы и публика. URL: <http://www.openspace.ru/media/projects/19888/details/22091/> (режим доступа 28 апреля 2011).
9. Федоров Н. Авторское право и авторская обязанность, или долг (К вопросу о литературной конвенции). URL: <http://www.magister.msk.ru/library/philos/fedorov/fedor003.htm> (дата обращения: 22.06.2011).
10. Фуко М. Что такое автор? // Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности: работы разных лет / пер. с фр. М. Касталь. 1996. С. 7–46.
11. Яши П. Об эффекте автора: современное авторское право и коллективное творчество / пер. с англ. С. Силаковой // Новое лит. обозрение. 2001. № 48. С. 6–34.
12. Deuze M. Convergence Culture in the Creative Industries// International Journal of Cultural Studies. 2007. Vol. 10. № 2. P. 243–263.
13. Chesher C. Blogs and the crisis of authorship. URL: http://incsub.org/blogtalk/?page_id=40 (дата обращения: 2.09.2010).
14. Keen A. The Cult of the Amateur: How Today's Internet Is Killing Our Culture and Assaulting Our Economy. L. and Boston MA: Currency / Doubleday, 2007. 228 p.
15. Livingstone S. New Media, New Audiences? // New Media&Society. 1999. Vol.1. № 59. P. 59–66.

16. Fiske J. The Cultural Economy of Fandom // *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* / ed. L.A. Lewis. N.Y.: Routledge, 1992. P. 30–49.

17. Longo M., Magnolo S. The Author and Authorship in the Internet Society: New Perspectives for Scientific Communication // *Current Sociology*. 2009. Vol. 57. № 6. P. 829–850.

*N.A. Sokolova**

THE INTERNET AND AN AUTHOR

The article examines the transformation of the authorship as a marker of the most significant social changes connected with «new» (digital) media and the Internet. The idea that it is necessary to change the consideration of a problem of transformation of the institute of authorship which was the most widespread in connection with the Internet in previous years is argued. It must be considered not only as a problem of copyrights of the author but also as a problem of «collective authorship» that is caused by market logic in the New Media Age. Besides, the problem of copyrights of the users who have become «prosumers» is considered.

Key words: author, copyright, digital media, the Internet, prosumption, collective authorship, shared authorship.

* *Sokolova Natalya Leonidovna* (sokol.nat@list.ru), the Dept. Of Sociology and Political Sciences, Samara State University, Samara, 443011, Russian Federation.