

# Копилефт против копирайта. Альтернатива авторскому праву



**Александр Сергеев**

Опубликовано 23.06.2007 01:40

**П**ервого января будущего года вступает в действие Четвертая часть Гражданского кодекса Российской Федерации. По-видимому, это будет первый в мире случай возведения охраны авторских прав и другой интеллектуальной собственности в ранг кодекса. Между тем, институт копирайта все отчетливее демонстрирует признаки глубокого кризиса. Многие ожидают, что на смену ему должен прийти иной, более совершенный механизм, который обеспечит авторам не только более справедливый доход, но и значительно большую свободу творчества.

Профессор Высшей Школы Экономики Александр Борисович Долгин, управляющий интернет-проектом [imhoclub.ru](http://imhoclub.ru), считает, что такой механизм уже создан, и довольно быстро он сможет потеснить привычное авторское права.

**– Давайте начнем с вопроса о природе копирайта. Многие считают, что копирайт – это то же самое, что собственность. Скопировать чужое**

**произведение без разрешения – это совершенно то же самое, что угнать машину или стащить пирожок с лотка.**

– Конечно, это не совсем так. Первый более-менее оформленный закон об этом издала королева Анна в Англии в 1710 году. Но самое удивительное, что этот Статут Анны ([Statute of Anne](#)), то есть закон об авторском праве, вопреки своему названию совершенно не затрагивал авторов. И до сих пор это странное заблуждение не покидает массовое сознание. Всем кажется, что закон об авторском праве защищает авторов. На самом деле в первой редакции этого закона об авторах не было ни слова. Зачем же нужен закон об авторском праве? У творца в большинстве случаев нет прямого выхода на широкую аудиторию, и доведение произведения до широкой публики – это другая профессия, и эту работу берут на себя не творческие, а коммерческие агенты.

**– Но с появлением интернета я вроде бы могу выложить на своем сайте все что угодно.**

– Это будет работать только в том случае, если ваш сайт уже популярен. А добиться высокой посещаемости это довольно трудное и дорогостоящее дело. Вряд ли у вас это получится, если вы не звезда. И выведение на орбиту внимания берут на себя коммерсанты. Проблема в том, что коммерсант, если у него получится хорошо продать произведение, хочет иметь за это свою долю. И вот копирайт устанавливает рамки отношений автора и агента таким образом, что автор уже не может продать свое произведение другому агенту.

**– То есть копирайт защищает не автора от агента, а агента от автора.**

– Еще точнее: копирайт защищает агента от другого агента, который может сговориться с автором, когда судьба произведения уже определилась и оно явно приносит прибыль. Представьте себе: агент договорился с автором на роялти 20% (роялти – платежи любого вида, получаемые в качестве возмещения за использование или предоставление права пользования любым

авторским правом на произведения литературы, искусства или науки), вложил в раскрутку книги миллион долларов, книга всем известна, популярна. В этот момент автор решает, что другой агент, который уже не несет рисков, выдаст ему не 20% роялти, а 50%. Второй агент, зная, что произведение уже популярно, допечатывает тираж, отнимая тем самым рынок у первого агента. Если каждый агент предполагает, что его тут же на старте обойдет другой агент, тогда может не найтись никого, кто захочет быть первым.

**– А что же тогда закон оставляет автору?**

– Автору тоже перепадает кусочек. Если не найдется никакого мотивированного агента быть первым, то тогда автор не получит и тех в общем небольших 10-15% роялти, на которые он сможет существовать. Хотя сегодня, например, писатель на 10% роялти существовать все равно не сможет. Это можно легко оценить. Предположим автор написал книгу, он разошлась тиражом десять тысяч по цене четыре доллара. За вычетом прямых издержек, 10% роялти составят от тысячи до максимум трех тысяч долларов. Профессиональный литератор не может существовать на роялти – он должен писать четыре книжки в год, но обычно у хороших авторов это не получается.

**– Зато это хорошо получается у плохих писателей.**

– И в этом вся каверза закона о копирайте и всей коммерческой культуры: они приводят к отбору плохих авторов, то есть тех, у которых получается конвейерное производство. Копирайт родился как мостик между коммерцией и искусством, и это было неплохо на определенном этапе. Это была здоровая институция. Но на сегодняшний день копирайт состарившийся институт. Вся жизненная система, все мироустройство, культура видоизменялись таким образом, что породили условия, прямо противоречащие первичным задачам копирайта.

**– А на что копирайт был нацелен первоначально?**

– Этот институт был нацелен на стимулирование творцов, которые должны были писать и получать за это вознаграждение и деньги при помощи коммерсантов. Сегодня этот институт позволяет кучке коммерсантов, купивших большое количество авторских прав, не пускать в творческий процесс других авторов, потому что сделать нового автора популярным довольно дорого. Из института стимулирующего творчество копирайт превратился в институт, выстраивающий барьеры для творчества. Никто из новых авторов не может действовать в одиночку, не идя в кабалу к крупным издательствам. А те, скопив в своих руках большие нематериальные активы, получают переговорную силу. Автор, который не согласен с их кабальными условиями, вообще выдвигается за пределы культурного процесса.

**– В связи с этой критикой копирайта неоднократно высказывалось радикально предложение: долой копирайт. В Швеции, а потом и в Америке появились так называемые пиратские партии, которые говорят, что необходимо отменить копирайт, отменить патенты, отменить интеллектуальную собственность, и будет жить без них, как в средние века.**

– Институт копирайта обеспечивает определенную технологию дистрибуции. Призывы взять и отменить копирайт я расцениваю как популистские. Если вы хотите отменить рекламную технологию дистрибуции, предложите другую. Более того, копирайт вообще не нужно отменять. Он должен определить свою судьбу в конкуренции с альтернативными институтами дистрибуции.

**– А какие существуют альтернативные рекламной технологии распространения произведений?**

– Другую технологию предложил в 1999 году гениальный 18-летний американский студент, выступивший по ником [Napster](#). Он создал одноименную файлообменную сеть и открыл программу продвижения молодых артистов путем обмена мнениями и треками между их поклонниками. Любой артист может вывесить трек на сайте, и если он понравится какому-то количеству

слушателей, те мгновенно разнесут информацию среди своих единомышленников.

**– А что получит артист?**

– Артист получит популярность, которую он может конвертировать в деньги, в своей концертной деятельности.

**– А чем это отличается от простого свободного распространения в отсутствии копирайта?**

– Почти ни чем. Это и была недоработка Napster'a. Вообще он сделал только первый шаг. Он сказал: я позволю музыкантам без сложной дорогой кабальной системы дистрибуции выложить свои произведения в открытый доступ. Но не было второго шага – а как, собственно, выбрать? При отсутствии рекламной модели это становится почти невозможно. И вот этим вторым шагом является то, что мы предлагаем и то, что осуществлено на практике в виде персонального рекомендательного сервиса в интернете.

**– Это [imhoclub.ru](http://imhoclub.ru) ?**

– Да, этот проект стартовал публично в середине апреля 2007 года и в нем реализована та самая недостающая деталь, которая может конкурировать с копирайтом не на словах, а на деле. Альтернативная система построена на том, что пользователи обмениваются друг с другом рекомендациями, что стоит почитать, послушать, посмотреть. Рекомендательный сервис обеспечивает, налаживает обмен этими пользовательскими мнениями. Некий человек внес свои оценки и этому человеку подбирается круг рекомендателей из числа людей с близким вкусом. Как система узнает, что у людей близкие вкусы? Да просто потому, что они смотрели, читали одни и те же произведения и поставили им сходные оценки. Допустим, вы совпали с кем-то в оценке 20

произведений, он посмотрел 21-ое, а вы еще нет. Велика вероятность того, что суждение о 21-ом придется вам по вкусу.

**– [imhoclub.ru](http://imhoclub.ru) работает с книгами. Я зарегистрировался на сервисе, оценил две сотни книжек, посмотрел рекомендации. Что-то выбрал. И где доход автора?**

– Если благодаря рекомендательному сервису книжки какого-то автора окажутся востребованными определенной аудиторией, своего рода кругом вкусовых единомышленников, значит, они будут покупать его книги, и автор получит роялти. Или они пойдут и прочтут эту книжку в электронном магазине, и там тоже произойдет своего рода монетизация. Но самое главное, (то, что я сейчас скажу – это дело будущего, но мне кажется, что ближайшего), мне кажется, что в этой системе может заработать логика необязательных благодарственных платежей. Доход автора будет набираться постфактум. Сначала я прочел его книжку или посмотрел телепередачу, получил удовлетворение и в благородном порыве послал ему маленькую денежку, какую захочу и даже неважно, какую. Когда я послал ему эту денежку, я не только вознаградил автора, но и получил некоторое моральное удовлетворение. Люди вообще-то совершают такие поступки с удовольствием, но подобная модель поведения, кстати, очень характерная для культурных межличностных отношений, кажется нам дикой. Это происходит только потому, что она непривычна. Мы привыкли к стандартной схеме – плати и бери, как картошку покупают.

**– Если я иду по улице и вижу, как играет уличный музыкант, я чувствую необходимость положить какую-то монету. Но если я купил диск в магазине, то я автора за ним не вижу.**

– Если вы знаете, что ваши благодарственные платежи пойдут напрямую к автору, если у вас будет в этом уверенность, то вам не нужно его видеть. Представьте, вы положили на какой-нибудь счет благодарственных платежей 10 долларов в месяц, а потом оцениваете в интернете книжку, фильм, радиопередачу, фотографию и так далее и система автоматически списывает с

вашего счета сколько-то центов и распределяет ваши 10 долларов между теми самыми бенефициариями. Им на счет капает денежка, и вы знаете, кому она попала, вам выдается соответствующий отчет. По-моему, все просто и замечательно.

**– Но где же уверенность в том, что большинство людей будет честно следовать этой модели, а не попытается сэкономить? Например, налоги люди очень не любят платить, и приходится держать суровые налоговые службы, чтобы эти налоги собирать.**

– А решение найдено. Представьте: человек все время пытается проскочить на дармовщинку, то есть он получает, то что ему нравится, но лукавит и делает вид, что не понравилось ничего, чтобы не платить денежки. Система будет интерпретировать такое поведение и автоматически выстроит искаженный пользовательский профиль. Она не виновата, виноват в данном случае сам человек. А это значит, что человек выпадет из круга своих реальных единомышленников и лишится доступа к рекомендациям.

**– Наверное, так можно собрать с большой аудитории несколько тысяч долларов, чтобы заплатить автору книги. Но если нужно собрать сто миллионов долларов на создание грандиозного кинофильма?**

– Я думаю, и эта проблема вполне разрешима. Сегодня целый ряд фильмов имеют стомиллионную аудиторию при цене билета 7-10 долларов. Но выручка от произведения примерно на 80% уходит сегодня на дистрибуцию. Представьте себе, что каждый из этих зрителей заплатил бы в 10 раз меньше, то есть один доллар вместо десяти, но без дистрибуции – получилась бы та же самая сумма. Все, что связано с копирайтом, автоматически пятикратно удорожает продукцию. Тот, кто сможет продвигать продукцию дешевле, чем копирайт, обязательно победит.

**– Если копирайт так серьезно проигрывает при честной конкуренции, тогда почему такая борьба идет вокруг него и так укрепляется**

**законодательство? Сегодня ответственность за нарушение копирайта уже приравнена к ответственности за тяжелые преступления, связанные с насилием.**

– То о чем мы с вами сейчас говорим, только что придумано, это совершенно новое дело, и оно только воплощается в жизнь. Только сегодня мы предложили этот механизм. Это – мое изобретение. Но уже был целый ряд попыток, Napster предложил выкладывать музыку бесплатно. Стивен Кинг семь лет назад начал публиковать роман «Растение» на таких условиях: я открываю вам первую главу, а следующую печатаю, если соберу определенное количество денег – он хотел собрать таким образом полмиллиона долларов. Четыре или пять глав он выпустил, но собрал денег меньше, чем хотел, обиделся и прекратил эксперимент. А я говорю: рано обиделся. Социальная практика не строится на одном опыте. Есть предтечи, есть предпосылки. Но только сейчас, соединив идеи рекомендательного сервиса, беспосредственной дистрибуции и постфактумных платежей, мы получаем реальную альтернативу копирайту.

**– Вы думаете, насколько быстро эта технология может получить широкое распространение?**

– Молниеносно. На наших глазах мобильная телефония из неуклюжих, тяжелых аппаратов, которыми еще десять лет назад пользовались, буквально, единицы и платили по 5-10 долларов за минуту, превратилась в массовое явление. Примерно с такой же скоростью будут шагать по планете рекомендательные системы.