



Иван Попов

Copyright (с): Пирати на XXI
ВЕК
(разсъждения върху
интелектуалната собственост)

I.

Историята на човечеството показва, че за да има смисъл и полза от някакъв закон или забрана, трябва и технология за ефективно контролиране на попадащите под този закон дейности. Например, немислимо е да забраниш на хората да си държат ръцете в джобовете. В най-добрия случай те просто ще внимават да не си бъркат в джобовете, ако наблизо се вижда нещо като полицаи – а вкъщи по цял ден ще си държат ръцете пъхнати на забраненото място, още повече веществени доказателства за това престъпно деяние няма как да се съберат. В по-лошия случай органите на реда ще се ориентират в ситуацията и ще почнат да събират от хората рекет под предлог, че са ги уличили в издънка – горе-долу като днешните катаджии. В съвсем лошия случай хората ще се научат да пращат до съответните органи доноси срещу свои врагове измежду съседите или колегите си – така и така, системно нарушават закона, обществеността е възмутена, вземете мерки, подпис – „Голяма група граждани“. Затрупани от доноси, органите ще почнат масово да привикват хора „за изясняване на някои обстоятелства“, ще наказват по случайност – нали няма начин да се узнае истината, – освен това, безброй дела по „джобната забрана“ ще наводнят съда и следствието и съвсем ще ги блокират.

Разбира се, историята познава и идиотски закони, и абсурдни забрани и разпореждания, но тези идиотщини и абсурди никога не са успявали да се вкоренят за по-дълго време и постепенно са излизали от употреба – именно поради технологическата си несъстоятелност.

Нека сега опитаме да приложим всичко това върху закона за авторското право.

Исторически, идеята за този закон е „спрегната“ с технологията на книгопечатането – при възникването му в Европа печатарската машина е била единствен инструмент за тиражиране на информацията.¹ Печатниците, издателските къщи – те не са безкраен брой, един издател може да открие откъде са се взели пиратските тиражи на книгите му и да потърси сметка от виновните. Изобщо, най-характерният белег на епохата

1. Единствена алтернатива в тази епоха са били ръкописните преписи, но такъв един препис гълта много време (= пари), т.е. не е икономически изгоден в сравнение с печатните издания. Интересно, че в предпечатната епоха (напр. Средновековието) дори самата идея за „авторско право“ е била непозната; това подсказва, че законите норми се предлагат и диктуват от технологията, а не обратното, както мислят някои.

на книгопечатането е, че тиражирането на копия може да бъде ефективно единствено в затворената система на печатарската индустрия. Нелегалната печатница не е изход – машините са големи, видими, властите могат да ги изчислят и ще следват големи санкции. Машинописно копие се прави бавно. Дори ксероксът не изменя кардинално нещата – цената на едно копие остава по-висока от цената на печатната книга; ксероксът и пишещата машина се използват само тогава, когато печатна книга няма откъде да се купи (напр. самиздатът в бившия СССР).

Грамофонната индустрия, кинематографията, радиото и телевизията в ранните им варианти – тези технологии също не променят радикално положението. Само един малък брой хора от бранша имат техническите средства да копират продукцията и да нарушат авторското право, т.е. евентуалните нарушения са проследими. Това положение обаче коренно се променя през 60-те години, когато се появяват аудио- и видеокасетите.

Изведнъж всичко се обръща с главата надолу: всеки притежател на стандартен дек може да вземе от свой приятел касетата А и да извърти копието Б! Никакъв контролиращ орган с разумна численост не може да следи процеса на презапис. От един оригинал, взет последователно от N човека, ще направят N копия; от всяко от тези копия – по още N, и така лавинообразно. Принципът на авторското право се оказва подкопан не от човешко злоумислие, а от техническия прогрес. Технологиата издърпва чергата изпод краката на закона.

С компютърния софтуер нещата също са горе-долу такива. Авторското право сравнително лесно се е контролирало преди появата на персоналните компютри: тогавашните машини са били големи, скъпи, специализирани, а софтуерът – строго специфичен за всяка машина, система и задача. Чак когато масовите персонални компютри влизат в къщите на хората, започва масовото разпространение на програми и игри в домашни условия, от човек на човек. Стойността на едно пиратско копие е равно на цената на дискетата, т.е. излиза в повечето случаи няколко десетки (или стотици) пъти по-евтино от легалния продукт. И никакви програмни защити не са сигурни: племето на хакерите и кракерите бързо се научи как да се справя с тях, и за копирайта настанаха наистина черни дни.

Компютърните пирати обаче изковаха и забиха в ковчега на авторското право още един пирон. За да си копира касета с музика, човек трябва да вземе оригинал (или N-то копие – няма значение) от някой свой познат. Те трябва ФИЗИЧЕСКИ да се срещнат, единият да предаде

касета на другия; това ограничава кръга и скоростта на разпространение на копията. Компютърджиите въведоха като разпространителска техника BBS-а, а после и глобалните компютърни мрежи. Набиращ телефонния номер, или се свързваш със сървъра, и пред теб са стотици и хиляди програми, които можеш да източеш, без въобще да излизаш от къщи – а ако ти имаш програма, която другите нямат, я качваш на BBS-а или на сървъра, и тя става достъпна за всички други потребители.

II.

Описаната дотук картина е толкова апокалиптична (от гледна точка на копирайта), че човек няма как да не се усъмни в нея: добре де, ще си каже той, ама тогава трябваше всички софтуерни фирми и музикални продуценти досега да са фалирали. А те не фалират, гадовете! На всичкото отгоре „Microsoft“ прави оборот от незнам си колко милиарда долара, а поп-звездите – и те прилапали кой по сто, кой по десет, кой по малко милиони долари. Вероятно, ще си каже човек, все пак има някакви механизми, които удържат информационната индустрия от разпад по вина на техническия прогрес, осигуряват все някакъв приемлив процент на легално тиражираната информация по отношение на пиратската.

Такива механизми наистина съществуват. Печалното (от гледна точка на копирайта), закономерното (от гледна точка на мислещия човек) и любопитното (от гледна точка на публиката) обаче е, че те нямат нищо общо с авторското право.

За аудио-, видео- и софтуерната индустрия тези механизми са различни и затова ще ги разгледаме поотделно.

Музикалните продуценти ги спасяват две неща: а) огромното изобилие на пазара (стотици и хиляди изпълнители) и б) бързото излизане от мода на различните звезди, стилове и звучения. Какво имам предвид? Ако албумите на пазара са неголям брой, то вероятността някой от моите познати да има албума, от който се интересувам, е сравнително висока, и аз мога да го взема и да го копирам вкъщи. Колкото по-пъстър и разнообразен е пазарът, толкова повече намалява вероятността хората около мен да имат записана музиката, от която се интересувам аз; в сегашните западни условия тя вече почва да клони към нула.

От друга страна, по-голямата част от комерсиалната музика е открито „временна“: тя се задържа на вълната на [масовото] внимание няколко седмици, месеци, най-много година, след което всички забравят за нея. Така индустрията постига две стратегически важни победи. Първо: за краткото време, докато са на мода, касетите не могат да минат през ръцете на кой знае колко хора, които да си ги копират – после интересът към тях пада, феновете тръгват на лов за други песни и групи. И второ: така потребителят бива заставян ПОСТОЯННО да купува НОВИ И НОВИ албуми – което вдига оборота на отрасъла.

Забележете една особено коварна уловка на „хитовата“ музика.

Прието е да се счита, че музикалната индустрия има като цел да произвежда все по-добри и по-добри изпълнения, да се стреми към „съвършенство“. Представете си обаче такава ситуация: появява се накрая съвършената група, съвършеният албум, всички хора слушат него и само него, останалите групи не ги интересуват. Но това е смърт за музикалната индустрия! Пазарът се насища, оборотът се срива надолу: вместо десет касети годишно, феновете си купуват само една, „съвършената“, на всичкото отгоре далеч не всички си я купуват – повечето си я копират от приятели, нали всички я имат и слушат. Оказва се по парадоксален начин, че пълната взаимозаменяемост на хитовете и звездите е от жизнено значение за индустрията: всяка звезда и албум трябва да издържи не повече от предвиденото му време, след което да бъде сменен на върха от други – по реда, зададен от продуцентите.

Това разсъждение е в сила и за филмовата продукция, и дори за компютърния софтуер, нищо че той не влиза в развлекателната индустрия. Представете си например „идеалната“ операционна система: на нея не ѝ трябва никакви подобрения, никакви ъпгрейди, никакви утилити – тя е самодостатъчна, човек я купува веднъж и задълго (в идеалния случай – завинаги), софтуерният отрасъл изпада в клинична смърт. Всяка, абсолютно всяка индустрия е жизнено заинтересувана от това нейните продукти да се износват (материално или морално, няма значение), за да освобождават място за нови продукти, „за да се въртят парите“, както казали във вица борците, дето яли лайната. Но това са малко странични разсъждения: нека се върнем към музикалната продукция.

Съществуват и някои чисто психологически причини, поради които хората купуват касети с музика, вместо да си ги запишат от съседа. Например, често касети и дискове се купуват за подаръци: в този случай лъскавата обложка е по-важна от съдържанието. Освен това, една огромна част от хората (особено в западните страни) ги е страх от техниката и не обичат да натискат много копчета на дека при положение, че оригиналът не струва чак толкова много пари. И накрая – западниците имат навика да правят нещо в къщи само когато няма откъде да си го купят. (А в случая могат.) Това обаче са си проблеми на западниците; ние си имаме свои проблеми и е хубаво да не падаме чак до нивото на техните дъртове.

Нека сега се обърнем към видеокасетите. Основното, което ги отличава от аудиокасетите е това, че докато последните се купуват, то първите обикновено се взимат под наем – в типичния случай за едно гледане. Съвременната филмова продукция е такава: гледал си филма, добре,

харесал ти е, сега трябва да го върнеш и да вземеш нов. Както и в предишния случай, всяка фиксация на интереса към някакъв тесен кръг филми е безкрайно вредна за печалбите на отрасъла. При това положение записването на филма на собствена касета се обезсмисля – нали никой няма да го гледа повече от два-три пъти. Повечето хора държат записани на свои касети само по няколко филма, които най-много са им харесали – всичко друго се взема под наем, а след 24 часа се връща и се взема ново. Тук единствената мащабна възможност за нарушаване на копирайта са нелегалните видеотеки; на тях обаче няма да се спираме.

Компютърният софтуер е областта, където авторското право е загазило най-тежко. Там обаче големите разработчици на софтуер донякъде му намериха цаката с постоянното усложняване на продуктите си. Действието на една проста програма може да бъде разгадано от всеки що-годе грамотен юзър и без странична помощ; опциите са малко, менютата са прости, всичко е обозримо. Докато една голяма, сложна, при това излишно усложнена система (каквато е например Windows) предизвиква у по-простите юзъри, които я виждат за пръв път, естествена реакция на объркване – много икони, бутони, аксесоари, иди разбери това всичкото как работи, кое откъде се инсталира, кое с какво е съвместимо... И обикновеният [западен] юзър отива и си взема лицензирано копие не за друго, а за да е сигурен, че ще има гарантирана поддръжка, гарантиран User's Manual, гарантиран телефонен номер, на който ще му обяснят къде точно на клавиатурата се намира „any key“. Тук копирайтът паразитира не толкова върху постоянното обновяване на програмите и версиите (макар че и върху това също). Той по-скоро експлоатира страха на юзъра пред техниката и детската нужда от Баща, който да го хване за ръчичка и да го преведе през дебрите от менюта и бутони, някои от които се предполага, че хапят. Естествено, специалистът или програмистът не биха се хванали на такива психологически въдици – те добре знаят, че и лицензияният софтуер, и нелицензияният работят все по един начин, дори бъговете им са едни и същи. Но на специалистите това им е хубавото, че са малко на брой, а юзърите са много, мнооооого...

И за разлика от спецовете, плащат.

III.

И така видяхме, че въпреки техническите възможности за масов презапис на касети и софтуер в домашни условия, информационната индустрия успява да спаси ролята на ПАЗАРА като главен разпределителен механизъм. Това води до [частична] реанимация на закона за авторското право – но вече само на територията на пазарните отношения.

Наистина, хората от инфоиндустрията знаят, че да се контролира домашния и любителски презапис е невъзможно. Пазарът обаче (особено в западните страни!) е територия, подложена на всеячески контрол от най-различни посоки. Вследствие на това се оказва възможно проследяването на произхода на предлаганата инфопродукция. А самото тълкуване на авторското право претърпява едно невидимо, но съществено изместване: като нарушение на закона вече се смята не просто създаването на нелегални копия, а реализирането на тези копия на масовия пазар.

В съвременното разбиране, изразът „интелектуален пират“ подразбира именно пазарен субект. Фенът, записващ музика у дома, не е пират; пират не е и компютърджията, копиращ софтуер от и на приятели. Те стават пирати чак тогава, когато изнесат сергия на улицата и наредят на нея касетите и компактдискете. Сега вече цялата същност на идеята за копирайта става ясна: той цели не толкова да осигури на хората правото да печелят от интелектуалния си труд, колкото охранява пазарната територия на фирмите и продуцентите от инфоиндустрията. В центъра се оказват не резултатите от труда, а контролът над пазара, над джобовете на информационните „юзъри“, останали (по една или друга причина) зависими от него.

Тук може би трябва да направим едно важно отклонение. В традицията на капитализма, и особено на съвременното постиндустриално общество е прието да се смята, че пазарът е ЕДИНСТВЕНА мрежа за разпределение на блага между хората – а ако не единствена, то поне ОТ НАЙ-СЪЩЕСТВЕНА ВАЖНОСТ. Приложен към инфоиндустрията, този мит твърди, че ако не съществуваше пазар, то тогава музиката и софтуерът нямаше как да стигнат от производителите до хората. Но така ли е наистина? Ако се замислим, близкото наше минало предлага една идеална „експериментална“ ситуация именно на този най-краен случай. Каква западна музика се е предлагала преди 20–30 години на пазара в България? Абсолютно никаква! Дори обратно, слушането на рок и джаз

не се е одобрявало от партийните власти. Но при пълната липса на пазар, феновете на рока и изобщо меломаните имаха в домовете си колекции от десетки и стотици касети! И всичко това – копирано от човек на човек, в домашни условия, а някои касети – записани направо от западни радиостанции. По същия начин в СССР циркулираха милиони касети със записи на руските бардове – Висоцки, Галич, Окуджава – при яростната съпротива на цялото КГБ. По същия начин проникна в България сръбският и гръцки фолк – един си купи от Сърбия касета, 10 си я копира от него, и тъй нататък по веригата; чак след осемдесет и някоя година частниците се усетиха и напълниха гаражи и мазета със записващи декове, а после продаваха касетите по селски събори и кооперативни пазари.

Всичко това с още по-голяма сила важи и за софтуера: преди десетина години легален софтуер у нас на практика нямаше, но това не пречеше на хората да ползват най-нови (тогава) програми и да играят на най-новите (тогава) игри. Разказвали са ми случай как през 1985 на панаир в Пловдив шефът на клуб „Компютър“ от младежкия дом „Лиляна Димитрова“ копирал цял 20-мегабайтов диск направо от компютъра в щанда на IBM – заедно с програми, на които пишело „For IBM internal use only“. А аз през 1990 г. се сдобих с Turbo Pascal 6.0 само три седмици след като той е бил пуснат в продажба в Америка; самият аз отначало не повярвах, но проверих по датировката на файловете.

Откъснатостта (в миналото) на нашето музикално потребление от западния пазар, хитови класации и рекламни кампании беше довело до забележимо отместване на вкусовете на родните фенове в сравнение със западните топ- списъци. Най-ярка илюстрация в този аспект е феноменът „Юрая Хийп“. Тази група, макар че на Запад винаги са я смятали за добра, но никога не е печелела върхови места в класациите и винаги е оставала в сянката на другите рок-величия – „Дийп Пърпъл“, „Лед Цепелин“ и тъй нататък. Но в България през 70-те години „Юрая Хийп“ става абсолютно култова група! (Казват, че тогава половината от софийските рокаджии са били фенове на „Пърпъл“, а другата половина – на „Хийп“, и са се конкурирали също като агитките на „Левски“ и ЦСКА (или на Netscape и Microsoft, може би), чак до групови побоища и трошене на глави.) Най-популярната у нас песен на „Хийп“, „July morning“, никога не е влизала в топ-класациите на Запад, никога не е издавана на сингъл – а у нас придобива култова известност! Това показва, че по правило пазарът и рекламата произвеждат вкусовете и оттам звездите. В тяхно отсъствие хората едва ли биха харесвали онова, което в

тяжно присъствие купуват, защото тогава те биха били просто хора, а не специално програмирани потребители на музика. Но тези разсъждения са малко странични; нека не се отвлечаме от нашата копирайтова тема.

И така, оказва се, че пазарът съвсем не е единствен и съвсем не задължителен механизъм за разпространение на информационните продукти – в противовес на митовите на западното общество. Оттук, ако се върнем на позицията на инфоиндустрията, става ясно, че тя, заедно с останалите си продукти, трябва непрекъснато да произвежда и мита за неизбежността на пазара – посредством всякакви рекламни кампании, наградни игри, мании и public relations; този мит е жизнено необходим изобщо за нейното съществуване. И законът за авторското право по естествен начин се вгражда в структурата на мита като една от най-важните му съставни части.

Забележете особената тънкост на положението – един закон служи не толкова като юридически регулатор, колкото като медийно-пропаганден инструмент, ключ за ПРЕПРОГРАМИРАНЕ на пазара. Това на пръв поглед е сякаш изсмукано от пръстите твърдение, но в наши български условия е много лесно да се проследи как не друг, а именно инфоиндустрията, в лицето на големите световни фирми, лансират и спонсорират антипиратските кампании в медиите – произвеждайки едновременно с това мита за собствената си неизбежност.

IV.

Из нашата преса вървят разни страховити оценки за вредите, нанасяни на световните гиганти от родните интелектуални пирати: споменават се цифри от около 500 милиона долара годишно. В тези суми обаче човек лесно може да се усъмни – в края на краищата, целият брутен продукт на България е около 9 милиарда, не е за вярване само пиратите да правят над 5 процента от него.

Всъщност как се калкулират тези цифри? Не е особено ясно, но най-вероятно оценяват броя на пуснатите на пазара пиратски касети и дискове и ги обръщат в ЗАПАДНИ цени. Забележете, западни – а те са няколко пъти по-високи от нашите (при софтуера – дори стотици и хиляди пъти). Така че вместо 500 милиона, сигурно нашите пазарни пирати въртят не повече от 50 милиона долара годишен оборот, което, разделено на заетите хора в бранша, не е кой знае колко.

Но сега нека погледнем така: ако нашите пирати ги нямаше, и ако всичките техни продукти бяха пуснати от западните гиганти на западни цени – щяха ли те да спечелят 500 милиона? Разделено на 8 милиона българи, това прави средно по 60 долара годишно на човек (вкл. децата и пенсионерите), изхарчени за касети и софтуер. Не е ли много това за нашата свръхбедна държава? Едва ли от инфопродукти със западни цени би могло да се направи по-голям оборот, отколкото е сега в пиратски условия, тоест към 50 милиона – само че това ще означава 10 пъти по-малко на брой продадени касети и дискове и 10 пъти повече домашно направени презаписа. Ще се върне ситуацията от времето на социализма – никой не купува касети, а къщи всеки има всякакви записи. Пазарът отново ще загуби ролята си на разпределителна мрежа, а индустрията ще спечели по-малко, отколкото е изхарчила, за да прогони пиратите.

Всъщност, ако трябва да сме точни, западните продуцентски фирми не гледат особено сериозно на българския пазар: хората тук и без това са бедни, а от бедни хора голям оборот никой не може да направи. Основното, от което се страхуват те у нас е, че ние почваме масово да ИЗНАСЯМЕ пиратски артикули – т.е. подяждаме собствените им западни пазари. И те правилно (от тяхна гледна точка) насочват действията на властите към масовата продукция за износ, а не към сергиите по кооперативните пазари. А дребните търговци по сергиите стават обект на рекет от страна на икономическата полиция и всякакви други

„проверяващи“ елементи – горе-долу също както колите с чужди номера стават плячка на сливнишките и драгомански катаджии.

А ако се върнем към оценките за щетите от пиратството, те често се правят съвсем произволно. И най-фрапиращият случай за такава измукана от пръстите оценка на „интелектуална собственост“, който ми идва на ум (макар той да не е свързан пряко с пиратството), е взет от процеса срещу хакера с псевдоним Knight Lightning, описан в книгата на Брус Сърлинг „The hacker's crackdown“.

Knight Lightning, член на хакерската група „Legion of Doom“, е бил арестуван през 1990 г. по време на антихакерската операция „Sundevil“, проведена от американските тайни служби. В компютъра му е намерен файл, взет незаконно от компютър на телефонната фирма „Bell“, който е засекретен от фирмата и е предназначен само за вътрешна употреба. Фирмата твърди, че във файла е описано действието на централата ESS 911, която управлява телефоните на полицията, центровете за медицинска помощ и други важни номера; имайки този файл, казват от „Bell“, хакерът може да блокира централата и по този начин ще бъде застрашен животът на хора.

Отначало фирмата оценява този файл (12 страници) на близо 80 хиляди долара. Казват, че там били включени човечкочасовете за пет седмици съчиняване на документа, една седмица писане на машина (и това – само за 12 страници!), освен това включили цената на компютъра, на който е писан файла, на софтуера (!!!), на принтера, и отгоре 10% от цената на софтуера и хардуера – за поддръжка (разните по-дребни бюрократични разходи, като пращането на документа по пощата на 50 служителя на фирмата, оставям без коментар). Получената цифра породила естественото недоверие на съда, и впоследствие я коригирали на \$24639.05 (откъде са дошли петте цента, сигурно никой не знае). Новата цифра, разбира се, също не внушавала доверие, и сарказмът на публика-та и защитата вече нямал край.

Но това не е всичко. По време на процеса някакъв инженер по телекомуникациите открил, че същият този документ, с козметични поправки, е публикуван в техническото списание на „Bell“, което може да се намери във всяка университетска библиотека в САЩ. Защитата пита фирмата: щом документът е толкова секретен, защо сте го публикували? Задават и друг въпрос: какъв е критерият, по който слагате във вашата фирма гриф „Само за вътрешно ползване“? Изяснява се, че такъв гриф се слага, общо взето, на всички документи, без разлика в съдържанието, просто за всеки случай. В този момент се изяснява и още нещо:

въпросният документ E911 е бил публикуван от „Bell“ във вид на отделна брошура, и се продава свободно в техническите книжарници!

В края на краищата документът бил оценен на мизерните 13 долара (на такава цена се продавал в книжарниците), но с това конфузните положения не свършили.

Защитата попитала: добре де, вие обвинявате хакера, че с помощта на този файл може да блокира дейността на централата. Защо тогава сте го пуснали в продажба? В отговор – мълчание. Следва въпрос към съда и следователите: вие чели ли сте документа? Не, казват те, нали е секретен! Тогава прочитат файла и се оказва, че в него няма нито дума за технически подробности и кодове за достъп. От първата до последната страница, в него се говори само за организацията на персонала в централата: кой за какво отговаря, кой на кого заповядва, кой какво върши в случай на повреда в системата. Вътре няма и грам информация, която би помогнала на хакера да навреди на системата. Ценността на документа за обвинението (както впрочем и за хакера) се оказва абсолютно нулева.

Наложило се да снемат обвинението по тази точка и да осъдят Knight Lightning за нещо друго – както накрая и станало. Ако не се лъжа, хакерът опрал пешкира заради това, че компютърът на „Bell“, от който бил източен файлът, бил в един щат, а самият той живеел в друг, т.е. имало контрабанда (!!!) на крадено имущество през границите на щатите, което било федерално престъпление. Изсмукана от пръстите работа, общо взето.

V.

Ако в началото на този текст говорихме за това как в последните години техническият прогрес издърпа чергата под краката на копирайта, то сега, към края, е време да погледнем и към неговото, на копирайта, несветло бъдеще. Защото техниката продължава да се развива, и в бъдеще информационните технологии имат тенденция да стават все по-достъпни за масовия човек.

Така например съвременното CD-пиратство е следствие от бързото падане на цените на записващите устройства – както тези за единичен запис, така и целите поточни линии. Освен това, MP3-стандартът позволява добро компресиране на реална записана музика – на едно стандартно CD могат да се съберат десетина музикални албума. Това, заедно с увеличаващия се капацитет на твърдите дискове и една достатъчно висока скорост на инфообмена по телефонните линии, може още в съвсем близко бъдеще да доведе до появата на своеобразни музикални BBS-и, от които хората ще могат да си точат пиратски песни и албуми също както днес си точат пиратски софтуер. Подобна картина, макар и адресирана в малко по-далечното бъдеще, може да се очаква и за видеофилмите.

Виртуалните библиотеки със свободен достъп, колекции от текстове и цели книги, са реалност и днес. Много интересен е проектът „Сам себе Гутенберг“ на руснака Игор Загуменнов, събрал няколкостотин мегабайта архиви на текстове, предимно на автори от фантастиката. (Част от тези текстове той е сканирал от книги и форматира сам.) Тази библиотека излезе и на CD – Harryfan Vol.1, който породил много спорове из руския Интернет е ли това пиратство или не. Някои автори – но само единици! – поискали от Игор да махне техни текстове от диска и от сървърите в Интернет; някои издатели пък се възмушавали, че той бил обещал да тиражира диска само в няколкостотин екземпляра и да го предостави на избрани хора от бранша, а вместо това пуснал цели 4000 бройки.² Друга богата и интересна библиотека е тази на Максим Мошков (разположена на голям руски сървър в Интернет) – в нея могат да се

2. Няколко броя от диска „Harryfan“ стигнаха и до България – аз познавам хора, които са си го купили от битака. Освен това, на базата на същата колекция бяха издадени други CD-та, но с различно оформление и подреждане на текстовете (например диска „Библиотека в кармане“, който притежавам аз).

намерят текстове от руски и западни писатели, рок-албуми, поезия, авторски песни на руски бардове (в огромно количество), философска и религиозна литература, критика и публицистика, книги по социология и политология, криминални и приключенски четива и много други, всичко над 1 гигабайт текстове.

Но основната бъдеща революция, която техническият прогрес готви на авторските права, е свързана с Интернет-медиите.

Досега правенето на медия никога не е било по силите на един човек или малка група; в домашни условия може да се скалпи и издаде най-много някое полуаматорско вестниче. Технологиата на медиите (особено електронните) е недостъпна за широките слоеве: например, за да откриеш радиостанция или ТВ канал, трябва да искаш разрешение от властите да ти „отпуснат“ парче от ефира. И кабелната телевизия не е разрешение – тя също е обект на забрани и контрол, тя е голяма, видима, проследима, рекетируема политически, както и останалите медии. Но най-важното – всички досегашни медии са изцяло ориентирани към пазара, към всеобщата, контролируема система за обмен на блага и информация. Ако „копираш“ нелегално медията в къщи (например списанието или ТВ филм), както копираш касета или CD, тя ще престане да бъде медия – защото тази дума означава буквално „среда“, тя обозначава непрекъснатото и всеобщо инфополе, „поток“ на информацията. В съвременния свят инфополето на медиите е спрегнато с инфополето на пазара, тъй като той ги осигурява и икономически³, и комуникационно: не друг, а пазарът пренася медиите до хората.

Едно бъдещо увеличаване на скоростта на Интернет-комуникациите рано или късно ще доведе дотам, че огромен брой хора ще могат да пуснат по Мрежата свой собствен медиен канал. Не че всички ще почнат да правят свои програми – макар че биха могли. Но представете си такова нещо: един човек приема например кодиран сателитен канал, картината минава през компютъра, а тези, които нямат сателитни декодери, могат да се включат към сайта му и да гледат ТВ по Интернет, без да дават пари на фирмата, държаща канала. Това е вече ДОМАШНО медийно пиратство! (А не пазарно, както са например нашите кабелни телевизии.) Или друг вариант: някой събира от различни медии и канали филми, музика, предавания, а после подрежда всичко това в един

3. Държавно и партийно спонсорираните медии също са в известен смисъл „пазарно“ зависими, само че техният „клиент“, който плаща (и „потребител“, който ги употребява) не е публиката, а властите: медията е обречена да защитава техните интереси и да пропагандира техните позиции, ако иска да получава държавни субсидии.

пиратски поток от собствения си сайт – по същия начин, както се правят пиратски компилации от песни на музикални касети и CD.

Подобно пиратство би било много трудно контролируемо – също както при домашното копиране на касети, нищо не излиза на наблюдаемия пазар; достъпът до паразитната медия може да се ограничи с пароли само до някакъв избран кръг хора, а и контролът над милионите потребители в Интернет е твърде затруднителен. Но изкарването на медиите извън границите на пазара води със себе си и други, по-фундаментални следствия с твърде далечен прицел, чак до качествена промяна в структурата на масовото общество. Тези следствия обаче се отдалечават твърде много от проблемите на копирайта, затова тук няма да говорим за тях.⁴

И като завършек на този текст, ще се опитаме да очертаем възможното влияние на едни предполагаеми в недалечното бъдеще интелигентни алгоритми за обработка на сигнали и образи (свързани главно с т.н. „soft-computing“ методи – невронни мрежи, размита логика и пр.) върху принципа на авторското право.

Да си представим програма, която може да извършва детайлна структурна декомпозиция на звуков сигнал – отделя говора от музиката, различава партиите на различните инструменти, анализира всички особености на тембъра, стила на изпълнителя, звученето на думите, дикцията, – и така представя сигнала в някакъв свой звуков код. Вземаме една песен, прекарваме я през програмата за анализ, а после влизаме в диалог с машината и почваме да променяме всичко това. Казваме: смени този инструмент с онзи, тук забави малко, тук по-рязко; вместо мъжки глас нека пее женски (него може да го изберем от някакъв списък с гласове на известни певици и певци, може и да го конструираме по наше желание, ако умеем да работим със звуковия код на модела). Някои думи от песента може да заменим с други – машината ще синтезира пеещия глас. Някъде може да включим соло, съчинено от самата програма в съгласие с някакъв въведен в нея (= избран от нас) стил. В резултат от песента А ще получим кавър-версията Б; нещо повече, създаването на такива кавъри (понякога доста различни от оригинала) се превръща в общодостъпна технология! Потенциално всеки меломан-любител може да си конструира свой вариант на любимата песен и да я пусне в Интернет. Можем да си представим дори радиостанция, която никога не излъчва

4. По въпроса за влиянието на Интернет-медиите върху обществото виж файла „Интернет и структурата на масовото съзнание“.

две еднакви парчета, а постоянно генерира нови и нови версии. Какво става с копирайта? Виждаме как сякаш самото понятие за „музикален продукт“ се размива. Кое е продуктът – оригиналът (кой точно?), или уникалният кавър, или голата кодирана схема в машинното представяне на мелодията и гласа (нещо като свръхсложно и неформализуемо „нотно писмо“)?

Проблемите обаче не свършват дотук. Нека някой примерно декомпозира с такава програма гласа на Павароти. Сега той може да синтезира всякакво изпълнение – от „Сватбата на Фигаро“ до реклама на презервативи. Въпрос: може ли Павароти, или който и да е от нас, да бъде собственик на гласа си както една фирма е собственик на търговските си марки? Но какво е това „глас“? Формализуемо ли е изобщо това понятие по подобие на търговския знак, че да влезе в рамките на закона? Същият казус може да се повтори в случая с графичните изображения. Може ли един актьор или фотомодел да бъде собственик на лицето си – и да забрани на останалите да генерират машинно снимки, клипове и филми с „негово“ участие? Но как ще стане това, ако технологията веднъж го направи хем възможно, хем общодостъпно? Взема някой, да речем, едни порнофилм, сменя лицата на участниците с физиономии на любимите си политици, а после целият Интернет гледа сеир... Изглежда, сякаш всяко „човешко“ присъствие в света на машинно поразданите и манипулируеми образи и звуци ще загуби своя смисъл, сякаш производството на „човешки“ образи вече няма да има нужда от човека. Инфопотокът на индустрията за образи изведнъж ще се обезцени – но ще има ли още интерес към него, няма ли да се обезсмили изцяло?.. Виждаме как една съвсем нефантастична технология е в състояние да обърне с главата надолу информационната индустрия и всички наши представи, свързани с нея. Тогава какво плачем за някакъв си копирайт, на който му били дръпнали, както се изразихме, чергата под краката? Май е по-добре просто да му се посмеем, да се изкефим как опорният крак на копирайта, повлечен от движението на чергата, тръгва да му бяга в неизвестна посока, едната ръка се мята нагоре, другата назад и встрани, туловището се извърта, накланя се необратимо, краката се сплитат, копирайтът пада с трясък на пода и вдига огромен облак прах, от който всички ние, сеирджиите, почваме да кихаме и кашляме.

КРАЙ

© 1998 Иван Попов

Източник: Подкрушието

Свалено от „Моята библиотека“ [<http://purl.org/NET/mylib/text/2035>]