

А. В. Столяров

**ПРОБЛЕМЫ
ИНФОРМАЦИОННОГО
ОБЩЕСТВА**

сборник статей

Москва
2008

ПУБЛИЧНАЯ ЛИЦЕНЗИЯ

Сборник статей Андрея Викторовича Столярова «Проблемы информационного общества», опубликованный в ООО МАКС Пресс в 2008 г., называемый далее «Произведением», защищен действующим авторско-правовым законодательством. Все права на Произведение, предусмотренные законодательством, как имущественные, так и неимущественные, принадлежат его автору.

Настоящая Лицензия устанавливает способы использования электронной версии Произведения, право на которые предоставлено автором и правообладателем неограниченному кругу лиц, при условии безоговорочного принятия этими лицами всех условий данной Лицензии. Любое использование Произведения, не соответствующее условиям данной Лицензии, а равно и использование Произведения лицами, не согласными с условиями Лицензии, возможно только при наличии письменного разрешения автора и правообладателя, а при отсутствии такого разрешения является нарушением действующего законодательства и преследуется в рамках гражданского, административного и уголовного законодательства.

Автор и правообладатель настоящим **разрешает** следующие виды использования данного файла, являющегося электронным представлением Произведения, без уведомления правообладателя и без выплаты авторского вознаграждения:

1. Воспроизведение Произведения (полностью или частично) на бумаге путем распечатки с помощью принтера в одном экземпляре для удовлетворения личных бытовых или учебных потребностей, без права передачи воспроизведенного экземпляра другим лицам;
2. Копирование и распространение данного файла в электронном виде, в том числе путем записи на физические носители и путем передачи по компьютерным сетям, с соблюдением следующих условий: (1) **все воспроизведенные и передаваемые любым лицам экземпляры файла являются точными копиями исходного файла** в формате PDF, при копировании не производится никаких изъятий, сокращений, дополнений, искажений и любых других изменений, включая и изменение формата представления файла; (2) **распространение и передача копий другим лицам производится исключительно бесплатно, то есть при передаче не взимается никакое вознаграждение ни в какой форме**, в том числе в форме просмотра рекламы, в форме платы за носитель или за сам акт копирования и передачи, даже если такая плата оказывается значительно меньше фактической стоимости или себестоимости носителя, акта копирования и т. п.

Любые другие способы распространения данного файла при отсутствии письменного разрешения автора запрещены. В частности, **запрещается**: внесение каких-либо изменений в данный файл, создание и распространение искаженных экземпляров, в том числе экземпляров, содержащих какую-либо часть произведения; распространение данного файла в Сети Интернет через веб-сайты, оказывающие платные услуги, через сайты коммерческих компаний, а также через сайты, содержащие рекламу любого рода; продажа и обмен физических носителей, содержащих данный файл, даже если вознаграждение значительно меньше себестоимости носителя; включение данного файла в состав каких-либо информационных и иных продуктов; распространение данного файла в составе какой-либо платной услуги или в дополнение к такой услуге. С другой стороны, **разрешается** дарение (бесплатная передача) носителей, содержащих данный файл, запись данного файла на носители, принадлежащие другим лицам, распространение данного файла через бесплатные файлообменные сети и т.п. В качестве специального исключения, разрешается распространение данного файла электронным библиотекам **lib.ru** (библиотека Мошкова) и **lib.rus.ec** (библиотека Либрусек) при условии сохранения оригинального формата файла. Ссылки на экземпляр файла, расположенный на официальном сайте автора, разрешены без ограничений.

А. В. Столяров запрещает Российскому авторскому обществу и любым другим организациям производить любого рода лицензирование любых его произведений и осуществлять в интересах автора какую бы то ни было иную связанную с авторскими правами деятельность без его письменного разрешения.

УДК 1
ББК 87.6
С81

Столяров А. В.
С81 **Проблемы информационного общества:** сборник статей. —
М.: МАКС Пресс, 2008. — 88 с.
ISBN 978-5-317-02573-1

В сборник вошли тексты избранных статей, публиковавшихся автором в сети Интернет с 2000 по 2007 годы и посвященных проблемам саморегуляции Сети и сетевого сообщества, вопросам, связанным с зарождающимся информационным обществом.

Для широкого круга читателей.

УДК 1
ББК 87.6

ISBN 978-5-317-02573-1

© А. В. Столяров, 2008

Информационное общество будущего и современность

1. Информация в истории или история информации

Понятие информации появилось очень давно, однако сама информация как явление неизмеримо старше. Можно считать, что первыми носителями информации были на Земле первые молекулы ДНК, принадлежавшие протобионтам. Ничтожного размера мозги гигантских ящеров, несмотря на свою ничтожность, обрабатывали некоторую информацию об окружающем мире, а нечленораздельные крики всевозможных созданий в древних тропических лесах были примитивными сигнальными системами.

Принято считать, что второй сигнальной системой — членораздельной речью — обладал и обладает по сей день только человек. Первоначально речь использовалась для передачи все той же информации, только более интеллектуальной. Например, о том, что в лесу совсем недалеко имеются заросли чего-то съедобного. Или о том, что враги вот-вот нападут и надо прятаться или хвататься за каменные топоры. Много позже кто-то нашел и другое применение речи. Возможно, какой-нибудь претендент на место вожака общины сказал этому вожаку, что, если пойти вон туда, можно что-то там найти, в результате чего вожак попал в какую-нибудь волчью яму, а претендент занял его место. Так или примерно так в мир пришло новое явление — дезинформация, или попросту ложь.

Дальнейшее развитие применений речи появилось, наверное, эпоху-другую спустя. Сначала что-то не поделившие индивиды просто бросались друг на друга и выясняли, кто тут главный, с помощью кулаков. Потом драку начала предварять словесная перепалка, и, наверное, именно в таких перепалках зародилось явление личного оскорбления. Между тем, как-то подспудно вышло так, что словесная перепалка уже не переходила в драку; облив друг друга словесным дерьмом, противники, удовлетворенные, благополучно расходились. Где-то я встречал такое определение, что именно этой способностью заменять мордобой

¹Впервые статья опубликована на сайте «Независимый обзор провайдеров» 7 июня 2000 г. В настоящем издании текст воспроизводится с незначительной авторской корректурой, не затрагивающей смысл текста.

руганью и отличается цивилизованный человек от первобытного. Кстати, видимо, в то же время возникла и обратная сторона оскорблений — лезть. Вместо того, чтобы (в буквальном смысле) лизать задницу своего господина, стало можно «просто» расписывать этому господину, какой он большой, сильный, красивый и вообще великий. Между лезть и оскорблениями много общего, и прежде всего то, что и то, и другое имеет по своему содержанию весьма мало общего с реальностью, но и не является, в общем случае, ложью. Скорее, и то, и другое определенным образом выражает отношение говорящего к слушающему, но не напрямую, а неким изощренным образом. Очевидно, к этой же группе явлений относится и все объединенное собирательным названием «дипломатичность».

Время шло. Натуральное хозяйство исчезло, появились ремесла, а с ними сначала меновая торговля, а потом и деньги. С появлением первых базаров в мир пришло и другое хорошо известное ныне явление — реклама. Причудливое сочетание истинной информации (ну надо же сказать, что продаешь-то) с не совсем правдивыми утверждениями («лучший товар на всем базаре», «купи — не пожалеешь» и т.п.) и откровенной ложью («целебный напиток — мертвого поднимет»). Но самое главное свойство рекламы не в этом. Успешность рекламы зависела не только (и даже не столько) от ее содержания, сколько от того, сколько потенциальных покупателей ее услышат. Соответственно продавцы на древнем базаре старались друг друга перекричать, занимали целые толпы зазывал с единственной целью — донести информацию до получателя независимо от его воли. Следует заметить, что среди перечисленных здесь видов передаваемой информации обязательным навязыванием получателю отличаются, кроме рекламы, разве что еще оскорбления. Даже дезинформация, будучи слишком явно навязанной, вызвала бы подозрения.

Если верить историкам, то к средневековью относятся и первые в истории ограничения на рекламу. Помимо прочего, цеховые законы средневековых городов запрещали членам цеха переманивать друг у друга покупателей.

Вместе с тем, развивалась и информация в ее классическом смысле, информация как отражение реальности, информация, позволяющая принимать решения, выбирать стратегии и строить планы на будущее. Для получения информации военачальники и правители снаряжали разведчиков и щедро награждали доносчиков. «Кто владеет информацией — тот владеет миром». А власть над миром стоит денег. Отсюда получилась информация как объект купли-продажи, информация как

товар.

Как известно, подлинную революцию в области информации произвело изобретение бумаги — дешевого общедоступного носителя, сделавшего возможным, в числе прочего, первые средства массовой информации (если не считать, конечно, средневековых глашатаев, а так же устную «молву»). Также появились и общедоступные книги. Всякое явление имеет обратную сторону, не обошлось без нее и здесь. Вместе с массовой информацией и массовой литературой в мир пришла цензура.

Позднее, во второй половине XVIII века, в большинстве стран появилась государственная почта как замена дорогостоящих гонцов. Сначала письма везде доставлялись за счет получателя, то есть услуги почты оплачивал получатель при получении послания. В середине XIX века в Англии была напечатана первая в мире почтовая марка (знаменитая «Черная пенни»). Не следует недооценивать это явление, ведь именно «Черная пенни» положила начало принятой ныне практике, когда в большинстве случаев почтовое отправление оплачивает отправитель, а не получатель. Это, в частности, сделало возможным появление такой привычной ныне вещи, как почтовый ящик — ведь теперь, когда почтальону не нужно было взимать плату, доставка почты вполне могла обходиться без непосредственного участия получателя.

В свою очередь, почтовые ящики вызвали к жизни то, что ныне известно под именем junk mail — поток рекламных материалов, которые каждый владелец почтового ящика вынужден выгребать из него, утешаясь тем, что за это с него хоть денег не берут. Впрочем, junk mail появился уже ближе к нашим дням, так что мы забежали вперед, упустив появление сначала телеграфа, потом телефона и становление мировых телеграфных и телефонных сетей связи, и, наконец, появление радио и телевидения. Это может показаться странным, но ничего качественно нового все эти великие плоды прогресса не привнесли — просто обмен информацией становился все более удобным и быстрым. Цензура, применявшаяся раньше к книгам и газетам, точно таким же образом начала применяться к телевидению и радиовещанию. Перлюстрацию почтовых отправок сменило (или, вернее сказать, дополнило) прослушивание телефонов и радиоперехват. Реклама, пройдя путь от криков базарного торговца через объявления в газетах до рекламного мусора в почтовых ящиках, мгновенно освоилась на радиостанциях, а чуть позже — и на телеканалах, став, кстати, основным источником средств к существованию и тех, и других.

Люди, живущие ныне, оказались свидетелями новой информационной революции, вызванной на этот раз появлением вначале компьюте-

ров, затем — компьютерных сетей и, наконец, Internet. Есть что-то, что весьма отчетливо делит мировую историю на время до Сети и время Сети. Что же это?

2. Сеть Сетей — шаг к информационному обществу будущего

Итак, чем же столь разительно отличается Internet от своих предшественников, помимо чисто количественных показателей (скорость прохождения писем и прочее)? Первое, что бросается в глаза — это международная (или, если угодно, экстерриториальная) сущность Сети. Сеть не признает государственных границ. Связь с людьми и информационными ресурсами, находящимися в другой стране, ничем не отличается от связи внутри одной страны, причем даже при работе внутри страны все равно происходят обращения к серверам, находящимся за ее пределами — как минимум, к корневым серверам DNS. С появлением Сети с грохотом и лязгом рушатся «железные занавесы». Если раньше при вывозе из страны компьютерных носителей информации требовалось заранее сдавать их на экспертизу «на предмет соответствия», то сейчас эти меры, хотя и не отменены официально, не имеют более никакого смысла, поскольку любую информацию можно передать, не вставая с кресла, в любую точку Земли (за исключением разве что Ирана, где Интернет просто запрещен, и Китая, где Интернет, хотя и не запрещен полностью, тем не менее ограничен и придавлен государством до состояния полной «безобидности»).

Второе отличие мира Сети от мира до Сети в том, что в Сети слово имеет каждый желающий. Это своего рода Гайд-Парк мирового масштаба. На создание своего телеканала уйдут десятки и сотни миллионов долларов, на создание своей радиостанции — миллионы, на создание газеты (имеющей, заметим, ограниченный тираж и область распространения) — сотни тысяч. Создание в Сети своей домашней странички, доступной всем желающим, обойдется меньше чем в один доллар даже с учетом платы провайдеру за время на линии. Или в десяток долларов, если не прибегать к помощи бесплатных хостинговых служб типа Geocities, Xoom или Chat.ru. Иной вопрос, много ли людей захотят ее читать — но это уже зависит не от Сети, а от потребности аудитории в данной информации. Чтобы найти людей с соответствующими интересами, существуют так называемые новостные конференции и почтовые списки рассылки, посвященные тем или иным вопросам, надо только

узнать их адреса и названия.

Цензура национальных правительств оказывается бессильна перед Сетью, так как всегда остается возможность опубликовать свои материалы анонимно и на сервере, расположенном в другой стране. Анонимность в Сети — вещь, безусловно, относительная, но выяснить подлинное авторство той или иной сетевой публикации можно только при наличии доброй воли администраторов сервера, где произведена публикация, и провайдера, из сети которого эта публикация осуществлена.

Еще одно фундаментальное отличие Сети состоит в простоте и надежности средств защиты от перлюстрации и прослушивания. Если для защиты от прослушивания, например, телефонной линии необходимы сложные дорогостоящие устройства, производство и распространение которых спецслужбам вполне по силам взять под контроль, то для надежной криптографической защиты данных, передаваемых по Сети, достаточно не очень сложного программного обеспечения, которое легко взять в той же Сети или даже изготовить самостоятельно, владея навыками программирования и знаниями в области криптографии (заметим, что криптографию как область дискретной математики преподают во многих университетах и технических вузах).

3. Возникновение понятия информационного насилия

Может показаться, что в Сети можно все и сама Сеть являет собой ожившее воплощение анархии. Строго говоря, некоторое управление в Сети присутствовало с самого начала — это координация использования пространства ip-адресов и доменных имен, однако организации, проводившие эту координацию, изначально выполняли и выполняют исключительно координирующие функции, не являясь, в общепринятом смысле, органами управления. Очень скоро, однако, стало ясно, что принцип «можно все» не годится для нормального функционирования Сети, поскольку технически каждый пользователь может очень неплохо «насолить» своим коллегам, вплоть до полной невозможности работы. Первой требующей организационных мер проблемой, с которой столкнулось сетевое сообщество, оказались пресловутые «атаки», «взломы», «червяки» и т.п. Существенно позже (в середине 90х годов) получили широкое распространение печально известные троянские программы. Государства отреагировали на все это официальным признанием понятия «киберпреступности» и принятием соответствующих законов.

Однако война сисадминов со взломщиками разного рода по своим масштабам не идет ни в какое сравнение с другим явлением, вызванным приходом в Сеть коммерции, которая, в свою очередь, привела с собой рекламу. Коммерсанты не отличаются разнообразием подходов. В Сеть были механически перенесены методы рекламы, успешно работавшие вне Сети. Принцип «разместить свою рекламу рядом с тем, на что все часто смотрят» привел к появлению рекламных баннеров на популярных веб-сайтах, а позже — и к появлению сайтов, специально создаваемых для показа оплачиваемых баннеров. Такие сайты, как правило, содержат некую информацию, способную заинтересовать большую аудиторию, или предоставляют доступ к «бесплатным» ресурсам, причем все это делается с единственной целью — завлечь посетителя на сайт и удержать его там как можно дольше, попутно вывалив на него максимальное количество оплаченной рекламы. Между прочим, рекламируются обычно не какие-то услуги, а адрес другого сайта, который, конечно, может уже содержать и описания услуг, и цены, и т.п. Но сам по себе рекламный баннер ничего такого не содержит; все его оформление подчинено единственной цели — вызвать у зрителя любопытство, заставляющее по нему «щелкнуть», чтобы посмотреть, что же там под ним. Под действие законов о рекламе баннеры подвести сложно, поскольку сам по себе баннер никаких услуг, как правило, не рекламирует. Потому зачастую содержание баннера имеет мало, а то и вообще ничего общего с содержанием сайта, на который в результате «щелчка» попадет зритель. Одна известная провайдерская компания рекламировала свой сайт с помощью баннера, который по виду напоминал окошко из Windows95, содержал пугающую надпись «formatting C:» и с помощью технологии animated gif имитировал индикатор процесса выполнения — ползущую слева направо синюю полосу и счетчик процентов «сделанного». Под индикатором присутствовала нарисованная кнопка "Stop". Никаких сведений о том, что же это такое на самом деле и куда попадет зритель, рефлекторно щелкнув по кнопке, баннер, само собой, не содержал. Как показала практика, на эту не слишком, надо отметить, умную шутку попадалось около трети всех видевших баннер, в результате чего рекламируемый сайт за несколько дней посетил около десяти тысяч «лишних» посетителей. Надо отдать должное владельцам баннерной сети, в которой был размещен этот баннер: под натиском жалоб от недовольных пользователей сей образчик маркетингового мастерства был изъят из обращения через несколько дней после появления.

Вряд ли стоит удивляться появлению программного обеспечения,

позволяющего отфильтровать баннеры и видеть только «чистый» контент. Впрочем, проблему решает и использование текстовых браузеров, которыми пользуются многие профессионалы для поиска нужной информации. Разумеется, держатели сайтов, ориентированных на показ баннеров, этим недовольны. Гордо именуя себя контент-провайдерами, они доходят в своих аргументах до того, что именно они и создают Сеть, и без их распрекрасных сайтов пользователю в Сети будет-де нечего делать, а фильтрация баннеров — это воровство (!). К счастью, запретить фильтрацию баннеров невозможно, и, следовательно, фильтрация будет распространяться, пока есть пользователи, раздраженные обилием не всегда добросовестной рекламы. Опасения, что в Сети станет нечего делать, имеют под собой не слишком твердую почву, поскольку подавляющее большинство корпоративных сайтов вообще не содержат баннеров, домашние странички их иногда содержат, но могут жить и без них, к тому же не надо забывать, что WWW — это отнюдь не единственный сервис в Сети, и уж во всяком случае Сеть как среда общения людей между собой никак от баннеров не зависит.

Впрочем, баннеры по сути своей достаточно безобидны, от них можно защититься или хотя бы просто не ходить на избыточные баннерами сайты, так же как можно не смотреть телевизионные каналы, размещающие рекламу. Гораздо опаснее другое проявление рекламы в Сети — массовые несогласованные рассылки рекламной и/или коммерческой информации по электронной почте — попросту говоря, спам.

Идея рассылать свою рекламу прямо в почтовые ящики потенциальных покупателей, конечно, не нова, выше уже упоминалось явление junk mail. Во внесетевом мире оно выглядит так: коммерсант, желающий провести рекламную кампанию, платит типографии за тираж рекламных листовок, платит агентам-распространителям (зачастую, непосредственно почте) за доставку этих листовок в почтовые ящики и спокойно ждет притока покупателей. Между тем, потенциальные покупатели обнаруживают в своих почтовых ящиках рекламные листовки, большинство из этих листовок сразу после обнаружения отправляется в мусорное ведро, гораздо меньшее количество перед отправкой в мусор прочитывается, и уж совсем небольшая доля тиража листовок оказывается в руках у тех, кто не только прочитывает их, но и проявляет интерес к их содержанию. Именно эти получатели и составляют тот приток покупателей, которого ждал коммерсант.

Идея перенести этот механизм в электронную почту лежала, можно сказать, на поверхности и была применена немедленно, как только Сеть вышла за пределы узкого круга университетских и военных пользова-

телей. Следует заметить, что при этом из цепочки исчезла печать тиража листовок, а вместо армии почтальонов-распространителей выступает почтовый сервер. Таким образом, затраты коммерсанта на подобную "рекламную кампанию" практически нулевые. Со стороны же получателя трудозатраты практически не изменились — удалить электронное письмо так же просто, как бросить рекламный проспект в мусорную корзину. Все бы хорошо, но эффективность и дешевизна рекламы через спам привела к стремительному росту количества таких рассылок. Если несетевой вариант junk mail'a имеет естественный ограничитель в виде стоимости тиража и распространения, у спама такого ограничителя практически нет; по себестоимости такая рассылка доступна любому студенту.

4. Возникновение механизмов саморегуляции Сетевого Сообщества

Анализ ситуации дал безрадостные результаты. Даже если всего лишь каждый сотый пользователь Сети начнет рассылать спам, электронная почта как вид сервиса окажется раз и навсегда похоронена под ворохом ненужной информации, среди которой невозможно найти те сообщения, ради которых и создается почтовый ящик. Именно поэтому в сетевом сообществе спонтанно возникло стойкое неприятие спама, выразившееся сначала в общественном осуждении спама, затем в запрещении спама на уровне договоров с провайдерами, и, наконец, в ряде стран закрепившееся в виде законов. Практика, впрочем, показывает, что законы могут и не работать — в Америке спама не стало меньше, несмотря на все законы. Единственным действенным средством против спама оказался инстинкт самосохранения сетевого сообщества, действующий через угрозу прекращения связности. Если в вашу сеть идет поток спама из некоей другой сети, вы не можете им приказывать прекратить посылать спам, но вы можете прекратить его принимать. Вместе со всей почтой, идущей из той сети, а то и вообще со всем трафиком. «Вы можете управлять своей сетью, как вам заблагорассудится, но не забывайте, что и другие имеют такое же право — в том числе прекратить связность с вашей сетью» — этот принцип оказался единственным действенным средством против спама. Именно в соответствии с этим принципом работает система RBL. Если где-то появляется сеть, не признающая общего отношения к спаму и по каким-то причинам предоставляющая услуги спаммерам, держатели RBL вносят эту сеть в свои

черные списки. Использовать эти списки никто не обязан, а те, кто полагается на них, делают это исключительно добровольно, на свой страх и риск, основываясь на своем доверии к хозяевам RBL. Никто никого ни к чему не принуждает, и тем не менее механизм вполне сносно работает. Попадание в RBL означает потерю связности примерно с 40% Сети, и потому угроза попадания в RBL действует отрезвляюще на тех, кто пытается нагреть руки на продаже услуг спаммерам. Фактически каждая сеть, вводящая у себя поддержку фильтров по базе RBL, таким образом голосует против спама, причем эффект от такого голосования проявляется непосредственно, а не в виде весьма сомнительных политических перестановок.

Именно этот механизм показал принципиальную возможность и работоспособность самоуправления и саморегуляции Сети. Показательно, что в отношении пресловутых сетевых атак и взломов никаких подобных механизмов не возникло, а те, что создавались, не получили распространения. Это следует воспринимать как доказательство того факта, что проблема спама для Сети существенно актуальнее, чем проблема нарушений сетевой безопасности. Дело в том, что от сетевого вандализма никто не получает коммерческой выгоды (если не рассматривать сравнительно редкие случаи целенаправленного промышленного шпионажа), а усилия, затрачиваемые на обход защиты, значительны и под силу далеко не всем. Напротив, спам являет собой весьма реальный способ легкого заработка, а доступен, как уже говорилось, последнему профану.

Безусловно, наивно было бы думать, что, работая в Сети, можно не учитывать существования внесетевых законов. Существует масса примеров успешного вмешательства государств в сетевую жизнь, уголовного преследования за нарушения внесетевых законов при работе в Сети и т.п. Сетевое сообщество в долгу не остается. В 1995 году появилась небезызвестная Декларация Независимости Киберпространства, основная мысль которой звучит в одной фразе: «Правительства, оставьте нас в покое — мы вас сюда не приглашали» (*Governments, leave us alone — we didn't invite you*). Попытки провести через американский конгресс нашумевший «Билль о непристойностях в телекоммуникациях», который предполагал установление в Сети более суровых ограничений свободы распространения информации, нежели вне Сети, вызвали волну общественного возмущения, породившую, в числе прочего, общественное движение «Голубая лента» (*Blue Ribbon*), отстаивающее свободу слова в Сети. Следует заметить, что «Билль о непристойностях» был в результате отклонен под давлением общественности, и не последнюю

роль в этом сыграла «Голубая лента».

Пожалуй, наиболее эффективно государства отработали борьбу с так называемой «детской порнографией». В большинстве государств детское порно так или иначе запрещено, и поэтому экстерриториальная сущность Сети в данном случае мало чем помогает. Между прочим, прослеживается тенденция подводить под понятие «детского порно» любые изображения обнаженных детей, вплоть до семейных снимков с нудистских пляжей — настолько проблема перегрета.

Пример с детским порно ясно показывает, что государства с их цензурой пока рано списывать со счета (возможно, это не так уж плохо). Но, так или иначе, именно Сеть в настоящее время является наиболее надежным оплотом свободы слова.

5. Свобода слова и информационное насилие, или как отделить мух от котлет

На первый взгляд, понятия свободы слова и цензуры сами по себе никаких загадок не содержат. Увы, не все так просто. Автор этих строк многократно сталкивался с аргументами в защиту спама, основанными на том, что спам — это якобы проявление свободы слова, а борьба с ним — цензура. Встречаются также и аргументы в защиту цензуры, основанные на том, что в ряде случаев она, якобы, необходима — хоть в случае того же спама. Иногда кроме спама упоминаются словесные оскорбления, клевета и т.п.

В обоих случаях понятие свободы слова дискредитируется. Однако было бы странно поставить крест на одном из фундаментальнейших прав человека из-за проблем с недобросовестной рекламой. Это заставляет задуматься о терминологии и приводит к определенным выводам.

Для начала заметим, что современное понимание прав и свобод человека основано на ограничении насилия над человеком со стороны других людей и общества в целом. Таким образом, в случае, когда над кем-либо производится насилие, ни о какой свободе как основании для насилия речи идти не может. Так, свобода передвижения не является основанием для произвольного вторжения в чужое жилище, свобода вероисповедания не дает права проводить человеческие жертвоприношения, а свобода сексуальных отношений не может оправдать изнасилования.

Следует теперь внимательнее рассмотреть акт передачи информации и четко осознать, что в любой передаче информации участвуют

как минимум две стороны — тот, кто передает информацию, и тот, кто ее получает. Руководствуясь принципом отсутствия насилия, или, иначе говоря, принципом доброй воли всех участвующих сторон, мы приходим к следующему пониманию понятия свободы слова (или, говоря точнее, свободы информационного обмена):

«Если некое лицо, обладающее определенной информацией, желает (согласно) передать эту информацию другому лицу, которое, в свою очередь, желает (согласно) на получение этой информации, то в таком (и только в таком) случае данный информационный обмен должен состояться вне зависимости от желаний, волеизъявления и интересов третьих лиц, в том числе государств».

Такое определение может вызвать возражения относительно случаев разглашения информации, которая разглашению не подлежит — государственной тайны, врачебной тайны, тайны исповеди и т.п. Однако представляется логичным считать, что каждое правомочное лицо вправе брать на себя обязательства, то есть (что то же самое) отказываться от некоторых своих прав. Подписку о неразглашении некоторой информации или условие договора, обязывающее хранить ту или иную категорию информации в секрете, можно рассматривать как добровольный отказ личности от права на передачу конкретной информации. Для любителей порядка можно уточнить приведенное выше определение следующим образом: «Если лицо, обладающее определенной информацией и не связанное добровольно взятыми на себя обязательствами не разглашать данную информацию, ...», далее по тексту.

Вернемся теперь к проблеме, сформулированной в начале главы, и рассмотрим ее в контексте только что данного определения. Подавляющее большинство владельцев почтовых ящиков ни малейшего желания получать спам не имеют, что подтверждается их жалобами на спам и требованиями о прекращении такового. Более того, если владелец почтового ящика высказал согласие получать рекламные рассылки, то такие рассылки в его адрес уже не будут спамом, поскольку спам, по определению, есть навязывание информации. Ясно, что ни о каком согласии получателя в случае спама речи идти не может, что автоматически лишает спам статуса «проявления свободы слова».

Аналогичным образом оказываются беспочвенны и утверждения о необходимости цензуры в некоторых случаях. Дело в том, что цензура, по определению, являет собой вмешательство третьих лиц (чаще всего — представителей государства) в информационный обмен, в который их, вообще говоря, никто не звал. Утверждение о необходимости

цензуры неявно опиралось на то, что цензура защищает получателя информации от чего-то такого, от чего он сам хотел бы быть защищен (от спама, от оскорблений и т.п.). Но если имеется добрая воля получателя на получение данной информации, то ни о какой защите речи идти уже не должно. Если, напротив, таковой доброй воли нет, то есть если ограничения передачи информации одобрены ее потенциальным получателем, то это уже не является цензурой, поскольку вмешательство третьих лиц вызвано желанием одной из сторон и является реализацией права этой стороны на защиту от информационного насилия.

6. На пути к либеральному информационному обществу

Приведенное выше определение свободы слова (или, говоря более современно, свободы информационного обмена), основывается на существенно более общем, фундаментальном принципе — «все, что не мешает другим, т.е. не нарушает их прав, разрешено». Принцип, казалось бы, не подлежит сомнению. Тем не менее, как это ни удивительно, практически повсеместно, даже в самых либеральных странах, законодательство не приемлет ничего похожего на свободу слова в вышеприведенном смысле. Во многих конституциях присутствуют статьи о свободе слова, но, увы, нигде не дается определения, что же это такое — свобода слова, и потому слишком часто государства вообще считают возможным не помнить об этом праве своих граждан, вводя под благовидными предлогами то одни, то другие цензурские ограничения.

Впрочем, внедрение такого нового наполнения понятия свободы слова имеет, если присмотреться, существенно более далеко идущие последствия. Во-первых, на поверку информационным насилием оказываются практически все виды рекламы, во всяком случае все виды явной рекламы, вплоть до богато украшенных витрин магазинов и вычурных вывесок. В ту же категорию информационного насилия (конкретнее — насилия, связанного с навязыванием информации) попадает любого рода миссионерская деятельность, а так же назойливые коммивояжеры, и, до кучи, разного рода попрошайничество («мы сами люди не местные...» и т.п.) Впрочем, вряд ли кто-то станет всерьез сожалеть о бомжах, коммивояжерах и миссионерах. С рекламой все не столь однозначно, но к этой проблеме мы вернемся позднее.

Наиболее неоднозначной является проблема, связанная с современным авторско-правовым законодательством. В его основе лежит поня-

тие копирайта, т.е. права копирования той или иной информации. Предполагается, что информация, защищенная копирайтом, может быть скопирована только правообладателем или теми, кому правообладатель тем или иным способом дал соответствующие полномочия. В общем случае (из которого существует множество исключений, зависящих от версии авторско-правового законодательства) создание копии объекта авторского права, в том числе путем передачи информации третьим лицам, является незаконным независимо от наличия или отсутствия каких бы то ни было договорных отношений между правообладателем и лицом, создающим копию (передающим информацию). Легко видеть, что принципу свободы слова, приведенному выше, это не соответствует. Пока речь идет об отношениях правообладателя и его клиента, который при покупке «законной» копии (книги, грампластинки, коробки с программой и т.п.) дал тем или иным образом обязательство не распространять копий, снятых с покупаемого экземпляра, все вроде бы в порядке. Однако если новый «законный» обладатель копии своих обязательств не выполнил и переписал купленную программу или ту же грампластинку всем своим друзьям и знакомым, мы имеем дело с копиями, обладатели которых никому никаких обязательств о нераспространении не давали. Если рассмотреть ситуацию в контексте нашего определения, получится, что для этих людей дальнейшее копирование информации будет уже проявлением свободы слова, с чем, разумеется, ни один юрист не согласится.

7. Свобода слова против авторских прав

Важно понимать, что проблема действительно серьезна. Допустив хотя бы одно исключение из фундаментального правила, мы откроем путь потоку исключений, за которыми вскоре перестанет быть видно само правило. Следовательно, для достижения подлинной свободы слова придется, в числе прочего, кардинально пересмотреть существующее авторско-правовое законодательство, отказавшись, во всяком случае, от современного понятия копирайта.

Может ли общество позволить себе такую жертву? Вопрос, как обычно, нелегкий (вообще данная статья отличается сложностью обсуждаемых проблем). Современное авторско-правовое законодательство дает создателям объектов авторского права — программистам, писателям, музыкантам — возможность получить плату за свою работу, стимулируя, таким образом, создание новых произведений. Сокрушив ав-

торские права, мы останемся без книг, без музыки и без программ — так, во всяком случае, считалось несколько лет назад, и именно поэтому в 1993-1994 гг. в России было введено обычное для западных стран авторско-правовое законодательство.

Последние несколько лет, однако, стали периодом ломки стереотипов, причем, как это часто бывает, проблема наиболее полно раскрылась именно в самой передовой области авторско-правовых отношений — в области компьютерных программ. Появление не просто бесплатно распространяемых программ, но целых законченных операционных систем, исходные тексты которых широко доступны и открыты к использованию, и что немаловажно, к практически любой модификации всеми желающими на абсолютно безвозмездной основе, не могло не поколебать уверенности в необходимости существующего варианта копирайтного законодательства. Примечательно, что идеологи free software специально подчеркивают, что термин free следует воспринимать прежде всего в значении «свободный», а не «бесплатный» (free means freedom, not price). Право человека на копирование имеющейся у него информации рассматривается как нечто естественное и само собой разумеющееся. Следует отметить, что в принципе торговать «свободными» программами никто не запрещает; более того, сама организация Free Software Foundation существует в-основном за счет продажи дистрибутивов того же Gnu Linux и других программ. При этом, однако, никто не запрещает, купив такой дистрибутив, скопировать его всем желающим. Можно и вовсе не покупать его, а взять в Интернете прямо на сайте того же Free Software Foundation совершенно бесплатно. Однако иногда удобнее, заплатив несколько долларов, получить по почте диск в фирменной упаковке, и это дает Free Software Foundation возможность неплохо существовать. Все это кажется странным, ведь суммы, получаемые таким образом, на первый взгляд ничтожны. Но дело в том, что большие «программистские» компании, чтобы продать свои продукты и получить те громадные деньги, которые они в итоге получают, вынуждены содержать настоящие армии менеджеров, маркетологов и прочих коммерсантов, которые вместе с расходами на рекламу и съедают большую часть денег. На долю собственно разработчиков программного обеспечения приходится весьма малая часть бюджета этих якобы программистских, а на деле — чисто менеджерских компаний. Теперь становится ясно, почему Free Software Foundation может удовлетворяться небольшими деньгами за фирменные дистрибутивы и не умирать, несмотря на бесплатное распространение своих продуктов. Программистам FSF не приходится кормить армию коммерсантов, ведь

у FSF такой армии нет.

Конечно, очень трудно представить себе магазин, где вам совершенно бесплатно предложили бы широкий выбор каких-нибудь пылесосов, заодно предложив по желанию (это важно — именно по желанию, а не «в нагрузку») за небольшие деньги доставить выбранный пылесос прямо на дом. Такой магазин бы очень быстро разорился. Однако программное обеспечение, вернее сказать — его копии, которые и являются товаром для конечного потребителя, отличаются от пылесосов в одном очень важном аспекте. Пылесос — безусловно, сложное техническое устройство, требующее усилий по его разработке, однако большую часть себестоимости конкретного экземпляра пылесоса составляет не проектирование данной модели, а сырье, комплектующие и процесс заводской сборки. Теперь представьте себе, что в подвале магазина стоит некий «черный ящик», позволяющий без каких-либо заметных затрат засунуть в него пылесос и вытащить с другой стороны два совершенно одинаковых новых пылесоса той же модели. Иными словами, пусть себестоимость одного экземпляра продукта без учета стоимости разработки модели равна или близка к нулю. Именно так обстоят дела в сфере программного обеспечения. Тогда хозяину магазина достаточно оплатить создание одного пылесоса, и окупить это вполне реально деньгами, которые берутся за доставку. Что касается бесплатной раздачи пылесосов в самом магазине — так у нас все равно в подвале дубликатор стоит, не жалко. Как раз наоборот, пусть все ваши знакомые узнают, что у нас тут бесплатно можно разжиться неплохим пылесосом. Кому-то из них будет лень сюда переться, и он заплатит нам за доставку.

Впрочем, мы чрезмерно увлеклись принципами существования FSF как организации. Между тем, свободное программное обеспечение производится не только там, и даже не столько там, а FSF сама по себе более интересна в качестве общественной организации, пропагандирующей принципы свободного программного обеспечения, а не как производитель такового. Кто же на самом деле производит свободные программы и из каких соображений? Ответ оказывается неожиданно прост. Поддержкой и совершенствованием бесплатных систем, созданием новых версий и т.п. занимаются сами пользователи этих систем! Конечно, не все, а лишь те, у кого на это есть время, силы и желание. Чаще всего работает следующая схема. В некоторой организации работает некий программист Вася Пупкин. Фирма, к примеру, использует тот же Linux. И для потребностей фирмы жизненно необходимо сделать некую программу. Вася пишет эту программу, получает за нее зарплату. После чего передает исходные тексты программы всем желающим —

если кому-то нужна такая же программа, ее можно взять у Васи, а не писать самому.

На первый взгляд может показаться, что у руководства фирмы, где работает Вася, есть повод для недовольства. Однако рассмотрим ситуацию внимательней. Фирме нужна была программа. Эту программу фирма получила. Труд Васи был оплачен. На первый взгляд кажется, что программа теперь должна принадлежать фирме, ведь именно фирма оплатила ее создание. Однако вспомним, что фирма сама пользуется программами, написанными другими программистами (в том числе самим Linux'ом). Кроме того, если профилем данной фирмы не является программное обеспечение, то, скорее всего, продавать программу фирма все равно не стала бы. Да никто бы ее и не купил, ведь торговать программами надо еще и уметь. Зато если отдать программу бесплатно, общественность будет знать, что вот есть такой хороший программист Вася Пупкин, работающий в такой-то не менее хорошей фирме. Заметим, что, отдавая программу, написанную Васей, бесплатно всем желающим, фирма тем самым освобождает еще чьих-то программистов от необходимости делать то, что уже сделано. Вполне возможно, что кто-то, будучи избавленным от необходимости писать такую же программу, напишет что-то еще, что вполне может пригодиться васиным работодателям. Идеологи свободного ПО отмечают, что одним из основных недостатков копирайтных общественных отношений является то, что они приводят к многократному дублированию работы, тогда как программистов в мире объективно не хватает. Свободное ПО от этого недостатка избавлено.

Еще одна поразительная особенность свободного ПО — его исключительная надежность и скорость реакции на сообщения об обнаруженных ошибках. И то и другое обусловлено открытостью исходных текстов и разрешением на их свободное копирование и модификацию. Между прочим, на поверку оказывается, что при создании «собственнического» (proprietary) программного обеспечения писать качественное (т.е. свободное от ошибок) программное обеспечение оказывается коммерчески невыгодно. Ведь кто же станет покупать новые версии, если старые окажутся достаточно хорошими?

Итак, достоинства системы свободного распространения программного обеспечения выявлены, как минимум, следующие.

1. Пишутся те и такие программы, которые кому-то нужны (то есть используются в силу потребности в них, а не в силу их разрекламированности)

2. Программы пишут те, кто может написать их хорошо
3. Работа программистов не дублируется
4. Пользователю не приходится оплачивать работу коммерсантов от софтверного бизнеса, ничего полезного не делающих
5. Для исправления ошибок и совершенствования программы не нужно ждать милости ее создателей — можно все сделать самому или попросить кого-то еще.

Вернемся теперь к другим сферам применения копирайтного права. Пожалуй, древнейшими результатами творческого труда с задокументированным авторством являются книги и их предшественники — манускрипты. Наскальные рисунки, конечно, древнее, но имена их авторов, естественно, не сохранились.

С древности, с момента появления первых литературных произведений, и вплоть до эпох не столь далеких, проблемы авторских прав никого не волновали. Книги переписывались и издавались под другими именами, а уж о копирайтах в современном понимании никто и помыслить не мог. Введение первых законов, ограничивающих списывание и присвоение чужих произведений, было направлено на стимуляцию самостоятельной творческой деятельности. Прообраз современного копирайтного права появился существенно позже (уже в двадцатом веке) и отнюдь не везде. Что характерно, отсутствие копирайтного права, похоже, не мешало авторам писать книги, иначе как объяснить появление всего того, что было написано в докопирайтную эпоху? Конечно, литераторы прошлого в основной своей массе были людьми из высшего сословия, способные прожить и без авторских гонораров. Впрочем, нельзя сказать, что гонораров как таковых не было; они были, но в большинстве случаев автору платил лишь первый издатель произведения — за рукопись. При переизданиях рукопись была уже не нужна, текст воспроизводился по существующей книге. Можно сколько угодно говорить о несправедливости такой практики, однако так можно за деревьями не заметить леса. Гораздо важнее тот простой момент, что книги писались не ради гонорара. Подлинное искусство всегда было прежде всего средством самовыражения, и только потом — средством зарабатывания денег, и это относится не только к литературе, но и к музыке, живописи и т.п.

Сказанное не означает, что зарабатывание денег искусством предосудительно. Напротив, возможность получать деньги за результаты своей творческой деятельности позволяют Мастеру сосредоточиться на

творчестве, не отвлекаясь на посторонние заработки. Следует, однако, различать творчество ради творчества (пусть и с получением денег) и «творчество», направленное исключительно на получение денег. В последние годы появилось меткое слово «попса», обозначающее результаты псевдотворческой деятельности ради денег, и вряд ли стоит сомневаться в том, что от исчезновения попсы, а равно и от уменьшения ее количества мир не сильно обеднеет. Следует понимать, что попса в современных масштабах — явление своей эпохи, эпохи копирайтного права. Что касается серьезного творчества, то на нем отмена копирайтов вряд ли вообще как-то отразится, поскольку деньги в этом случае — не главный и не определяющий фактор.

Важно понимать, что отмена копирайтного права не означает отмены личных неимущественных прав автора — права авторства, права на имя, права на защиту чести и достоинства при публикации и т.п. Запрет на публикацию чужой книги под своим именем вполне естественен и ничьих прав не нарушает. То же самое можно сказать и о запрете публиковать авторское произведение в форме, наносящей моральный ущерб автору. Напротив, нарушения обоих запретов являют собою злонамеренную дезинформацию. Логично считать, что никто (кроме, возможно, редкостных мазохистов) не захочет оказаться злонамеренно дезинформированным, посему оба эти ограничения вытекают непосредственно из данного нами определения свободы информационного обмена.

К сожалению, существует как минимум один вид искусства, результаты которого появляются не только и не столько в силу одаренности создателей, сколько в силу сравнительно больших капиталовложений со стороны. Имеется в виду кино. Сколь бы талантливы ни были автор сценария и режиссер, сколь прекрасных актеров бы они ни выбирали, без финансовых вложений им ничего не сделать. Процесс съемки порождает чисто технические расходы, которые могут быть гораздо выше суммарной зарплаты режиссера, автора и даже всех актеров, вместе взятых. Место фильмов в мире без копирайтов еще предстоит осмыслить. Не исключено, к примеру, государственное финансирование киностудий. Ничего страшного в этом нет, ведь никого не смущает, к примеру, государственное финансирование фундаментальной науки.

Впрочем, возможны и другие варианты. В конце концов, никто не запрещает просто не давать снимать вторые копии с лент, поступивших в прокат. Конечно, «экранных копий» (сделанных видеокамерой с экрана кинотеатра) это не исключает, но качество таких копий гораздо ниже, и конкуренции оригиналу они не составят. Прокатные копии нового фильма можно доставлять в кинотеатр под охраной, а после проведе-

ния сеанса увозить обратно в охраняемое хранилище, и так до тех пор, пока не окупится создание фильма. Что касается видеокассет, то можно сделать массовый тираж «фирменных» кассет, которые будут всего на пять-десять процентов дороже «пиратских» (в современном понимании этого слова), и на этом тоже заработать вполне осязаемые деньги. Утверждения, что-де никто не будет их покупать, абсурдны, ведь даже сейчас на «Горбушке» люди часто покупают фирменные диски, несмотря на то, что рядом продаются такие же «левые» раз эдак в пять дешевле. Если же разница будет не в пять раз, а всего на несколько процентов, подавляющее большинство людей предпочтут купить фирменную кассету хотя бы ради красивой фирменной упаковки.

Резюмируя вышесказанное, согласимся, что при отмене копирайтного права люди искусства станут получать в среднем меньше денег, нежели сейчас. При этом неправильно считать, что это снижение будет столь значительным, что искусство вообще умрет. Никуда оно не денется; ведь жило же оно в докопирайтную эпоху. Вот чего станет существенно меньше, так это попсы. Но лично я о ней жалеть не собираюсь.

8. Реклама и общество

Выше отмечалось, что практически любая реклама оказывается информационным насилием. Безусловно, устранение рекламы из современных общественных отношений являет собой проблему, решение которой весьма и весьма нетривиально. Прежде всего потому, что реклама органично встроилась в экономику, как наркотик встраивается в обмен веществ, видоизменяя сей последний и не позволяя исключить себя из оного. За счет рекламы существуют телевидение и радиовещание, реклама помогает выжить многим газетам и журналам, многие некоммерческие общественно-полезные начинания живут на деньги спонсоров, единственным интересом которых при спонсировании является все та же реклама. Имеется тенденция финансировать с помощью рекламы все, для чего сходу не нашлось других источников или даже таковые есть, но требуют для их освоения больших усилий. Московское метро буквально испещрено рекламными плакатами, взгляд натывается на рекламу, бродя по интерьеру вагонов, по стенам станций, даже иногда по потолку. При этом руководство метрополитена гордо заявляет, что реклама позволяет им не повышать стоимость проезда.

«Полезность» и тем более «необходимость» рекламы как источника

«дармового» финансирования нуждается в более внимательном осмыслении. Как известно, даром ничего не бывает. Финансируя тот же телеканал, рекламодатели выкладывают астрономические суммы, которые, как несложно догадаться, берутся отнюдь не из воздуха. Себестоимость рекламируемого товара или услуги при этом неизбежно возрастает. Однако для фирмы это увеличение себестоимости компенсируется возможностью без ущерба для бизнеса устанавливать большие, нежели у конкурентов, цены благодаря известности (раскрученности) своей торговой марки. Покупатели предпочитают известные марки из-за ощущения надежности старых и известных фирм. Ощущение это, заметим, отнюдь не всегда отражает действительность, поскольку в современном мире, увы, наиболее известными являются не те торговые марки, под которыми поставляется действительно качественный товар, а те, владельцы которых тратят больше денег на рекламу.

Итак, в конечном счете деньги за просмотр «бесплатного» телевидения с нас все-таки возьмут, пусть и в косвенной форме — в виде добавки к стоимости рекламируемых товаров. Причем весьма похоже, что деньги, которые в итоге утекают из нашего кармана таким образом, существенно превышают стоимость содержания телеканалов из-за неизбежных потерь во всех звеньях цепочки «покупатель — производитель — рекламное агентство — телеканал».

Может показаться, что, будучи умнее других, очень просто смотреть телевизор совершенно нахаляву; достаточно не покупать рекламируемых товаров. Если бы все было так просто, рекламы бы уже не было. В качестве иллюстрации попробуйте в течение хотя бы одной недели не покупать никаких товаров, рекламу которых вы хоть раз видели. В ходе такого эксперимента обнаруживается, что, вообще говоря, жить становится неудобно в силу отсутствия многих необходимых и привычных вещей. И не то чтобы не было замены какому-нибудь сильно разрекламированному стиральному порошку, напротив — альтернатив множество, да только все они, в свою очередь, рекламируются вовсю. А те, кто не рекламируются, долго не живут.

Итак, производитель вынужден прибегать к рекламе, даже если есть иное применение деньгам, ибо иначе конкуренты, изо всех сил рекламирующие свои альтернативы, оставят его позади. Эта ситуация чем-то напоминает гонку вооружений, когда стороны вбухивают огромные суммы в бесполезное оружие, которое все равно не даст решающего перевеса ни одной из сторон, но прекратить гонку в одностороннем порядке ни один из противников не может, ибо вот тогда его точно придавят.

Вместо того, чтобы соревноваться в качестве и ценах, конкуренты

начинают соревнование в совершенно ином виде спорта — в эффективности рекламных кампаний. Деньги, которые можно было бы пустить на развитие новых технологий, улучшение потребительских качеств и тому подобное, уходят на оплату рекламных агентов, криэйтеров и за собственно размещение рекламы. Такой отток денег, достигающий в наше время немислимых цифр, вряд ли сказывается положительно на том, что, в конечном счете, требуется обществу — на качестве товара или услуги. Не слишком выгоден он и производителю, ведь деньги, в конечном счете, тратятся впустую.

В качестве еще одного аргумента в пользу рекламы можно привести ее чисто информативную (содержательную) часть, которая все-таки есть. Например, потенциальный покупатель может просто не знать о существовании товара, который соответствует его потребностям, и не предпринимать никаких попыток узнать, поскольку не знает, что именно следует искать (таков, например, случай «карманной стиральной машины» — кто бы мог догадаться, что такое возможно). Однако эта проблема решается изданием информационных бюллетеней, каталогов, справочников и т.п., которые придется издавать в любом случае, чтобы облегчить поиск нужного товара. Такие справочники могут распространяться бесплатно, но ни в коем случае не принудительно, а только по сделанному в явной форме запросу.

Возможны различные варианты справочников, от чисто информационных, содержащих тщательно классифицированную по рубрикам документально подтвержденную информацию о предлагаемой услуге, ее потребительских качествах, уровне цен и контактных координатах (без каких-либо выделений, картинок и прочих завлекательных маневров) — и до пестрых каталогов в стиле нынешних «Желтых Страниц» и даже «Экстры М», о чем, безусловно, лицо, заказывающее справочник, должно быть заранее оповещено. Несмотря на откровенно рекламную сущность пестрых страниц подобных изданий, никакого информационного насилия тут нет, ведь получатель знал, на что идет, и никто его к этому не принуждал.

Итак, запрет на рекламу и замена ее изданием справочников и организацией справочных (не консалтинговых даже, а именно справочных) служб имеет существенное число плюсов. Нужная информация становится доступнее. Ресурсы (финансовые и другие) перестают расходоваться впустую и идут на более полезные вещи. Наконец, и это самое главное, утраняется факт информационного насилия вместе с негативными воздействиями рекламы на психику.

Однако, спросит читатель, как же все-таки быть с телевидением и

радио? Ответов на этот вопрос может быть много. Во-первых, нет совершенно ничего странного, если официальные правительственные каналы будет финансировать государство, хотя бы для того, чтобы иметь средства для широкого сообщения официальных новостей. Следует понимать, что финансирование еще не означает полного контроля, ведь государственные деньги — это деньги налогоплательщиков. Попутно следует отметить, что нынешняя схема финансирования телевидения представляет собой тоже своего рода налог, отягощенный потерями в цепочке, давлением на психику и не имеющий ничего общего с потенциально справедливой системой перераспределения средств, которую в идеале должны представлять собой государственные налоги. Так что, возможно, стоит отдать налоговую функцию наиболее приспособленному для ее выполнения участнику общественных отношений — государству.

Во-вторых, не следует недооценивать кабельные и шифрованные каналы телевидения, за прием которых зрители платят деньги. Ведь деньги эти будут весьма незначительны на фоне общего снижения цен за счет ликвидации расходов на рекламу, а с развитием инфраструктуры цифровых сетей связи кабельное цифровое телевидение неизбежно начнет вытеснять открытое эфирное телевидение, существующее сейчас.

Наконец, финансировать различные частные каналы, авторские проекты и т.п. могут учрежденные все тем же государством или кем-то еще фонды по той же схеме, которая сейчас успешно используется для распределения грантов в фундаментальной науке. Словом, перестраивать и переосмысливать придется многое, но никакой катастрофы не случится. Подводя итог, можно констатировать, что потребность общества в рекламе сильно преувеличена.

9. Противоречия нынешних конституций и как с ними бороться.

Еще одна проблема, которую удастся снять введением нашего определения свободы слова — это проблема противоречий в нынешних конституциях. Напомним статью 29 ныне действующей Конституции РФ.

1. Каждому гарантируется свобода мысли и слова.
2. Не допускаются пропаганда или агитация, возбуждающие социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду. Запрещается пропаганда со-

циального, расового, национального, религиозного или языкового превосходства.

3. Никто не может быть принужден к выражению своих мнений и убеждений или отказу от них.
4. Каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом. Перечень сведений, составляющих государственную тайну, определяется федеральным законом.
5. Гарантируется свобода массовой информации. Цензура запрещается.

С одной стороны, пункты 1 и 5 выглядят вполне либерально. Свобода мысли и слова, свобода массовой информации, отсутствие цензуры — все, кажется, в порядке. С другой же стороны, пункт 2, за отсутствием общепринятого определения «пропаганды и агитации», практически всегда воспринимается как запрет вообще любого высказывания соответствующих убеждений, тем более их публикации. Более того, слова о неприкосновенности частной жизни, встречающиеся в другой статье Конституции, а равно и пункт 4 статьи 29, упоминающий государственную тайну, показали законодателям достаточным основанием для введения огромного количества ограничений, на деле практически сводящих на нет свободу слова. Нынешнее Минпечати с его лицензированием средств массовой информации стоило бы, пожалуй, назвать Министерством цензуры, а не печати. Действующий Закон о СМИ вообще делает понятие свободы слова каким-то эфемерным.

Результатом такого откровенного наплевательства на Конституцию и фундаментальные права человека является еще и то, что даже в обществе сейчас преобладает точка зрения, что свобода слова суть не более чем красивые слова, игрушка для отдельных фанатиков. Апеллируя к свободе слова, всегда рискуешь увидеть снисходительную усмешку на лице собеседника. Люди **не верят** в свободу слова. И особенно обидно то, что все эти перекосы как в законодательстве, так и в массовом сознании, обусловлены не более чем неопределенностью терминов.

Свобода слова уже была определена выше. В пресловутом втором пункте фигурируют слова «пропаганда» и «агитация». Из общих соображений понятно, что пропаганда и агитация — это активные действия, направленные на принятие отдельными людьми или некоторым сообществом определенной точки зрения. То есть, вообще говоря, пропаганда

и агитация — это частные случаи рекламы, только рекламируемым товаром является точка зрения.

Как уже обсуждалось выше, в информационном обществе будущего нет места рекламе, поскольку реклама практически всегда является собой информационное насилие. Так что, вообще говоря, запрет каких-то отдельных видов рекламы, тем более таких неприятных, как пропаганда ненависти, оказывается (при нашем понимании слов «пропаганда» и «агитация») явлением скорее положительным, то есть повышающим, а не снижающим свободу слова.

В чем же коренное различие между нашим пониманием этих слов и тем смыслом, который вкладывают в эти слова нынешние власти, сводя на нет саму свободу слова?

Дело в том, что власти под пропагандой и агитацией готовы понимать любой обмен информацией, которая содержит какие-то положительные высказывания по поводу «запрещенных» тем. Мы же считаем, что информационный обмен, проходящий по обоюдному согласию обеих сторон — принимающей и передающей, при условии информированности принимающей стороны о характере предлагаемой информации, не может считаться ни пропагандой, ни агитацией.

Эти сущности — информационное насилие во всех его видах и свободу слова — следует раз и навсегда разделить. Рассмотрим примеры. Рекламный щит с надписью «Бей жидов, спасай Россию» — естественно, противозаконен, и запрет подобных вещей ничьих прав не ущемит. Следует четко понимать, что в идеале незаконным должен считаться любой рекламный щит, не исключая и «наглядной агитации» в стиле «солнце, воздух и вода — наши лучшие друзья». Переход к обществу без рекламы будет, естественно, постепенным, и запрет рекламы определенных категорий является вполне логичным первым шагом.

О законности газеты, содержащей антисемитские или какие-нибудь античеченские высказывания, можно поспорить. Во всяком случае, лозунг «Бей жидов», набранный заглавными буквами на первой полосе, можно считать незаконным, поскольку прочитать первую полосу могут не только те, кто купил газету (тем самым согласившись получить содержащуюся в ней информацию). Более того, даже если соответствующие лозунги содержатся глубоко в тексте на незаметной второй странице, такое издание все еще находится на грани фола, поскольку его может купить человек, не подозревающий об истинных свойствах подаваемой там информации.

Можно указать и такой способ распространения газеты, который заведомо не должен никем и никогда признаваться противозаконным. До-

пустим, все экземпляры газеты прямо в типографии упаковываются в конверты и запечатываются. На конверте содержится название газеты, служебная информация (номер, дата, выходные данные) и предупреждение о том, что материалы газеты носят такой-то и такой-то характер. Предупреждение заканчивается традиционной фразой «вскрывая данный конверт, Вы подтверждаете свое согласие на прочтение материалов этой категории». В этом случае, как легко видеть, информационное насилие исключается. Информационный обмен между издателем газеты и читателем заведомо идет по обоюдному согласию: первый выразил это согласие, выпустив газету, второй — вскрыв конверт.

В этом случае газета попадет не к случайному «неопределенному» читателю, а лишь к тому, кто осознанно ищет именно такие материалы. Либо это уже убежденный сторонник «запрещенной» точки зрения, тогда в его мировоззрении такая газета уже ничего не изменит. Либо это человек, который счел для себя необходимым ознакомиться с существующей (пусть даже и опальной) точкой зрения.

Можно возразить, что как раз такой человек может вдруг, прочитав газету с «нехорошими» материалами, взять да и принять «нехорошую» точку зрения. В ответ на это остается только призвать уважать свободу чужого мышления. Следует понимать, что никакая этическая система не вправе считаться абсолютной. В конце концов, никто же не запрещает публиковать *Mein Kampf* или там маркиза Де Сада. Эти книги должны существовать и быть доступными хотя бы для того, чтобы дать Личности возможность сравнить различные точки зрения. Выбор этической системы должен быть сознательным, что невозможно при отсутствии возможности сравнений.

Вернемся к тексту 29й статьи, на этот раз — к ее четвертому пункту и рассмотрим ситуацию с распространением информации, которую запрещено либо разглашать (государственная тайна), либо производить. Например, при производстве той же детской порнографии (именно порнографии) происходит растление малолетних, что, бесспорно, незаконно.

С аналогичной проблемой мы сталкивались при обсуждении копирайтного права. Дело в том, что контрафактную информацию можно получить, не нарушая ни закона (с учетом свободы слова), ни собственных обязательств. Например, кто-то другой нарушает собственную подписку о неразглашении и передает вам сведения, составляющие государственную или какую-то другую (например, медицинскую) тайну. Этот кто-то, безусловно, нарушитель, его надо найти и наказать. А вот те, кто получили информацию уже от него, получили ее в пол-

ном соответствии с нашим определением свободы слова. К сожалению, государство предпочитает накладывать ограничения на распространение информации определенной категории, что приводит к появлению откровенно цензорских явлений.

То же касается и информации, созданной, собранной или полученной незаконным путем. Ограничивать ее дальнейшее распространение — значит допустить исключение из категорического правила и, следовательно, сделать это правило некатегорическим. То есть подвергнуть свободу слова новой опасности.

Автору этих строк часто задают «провокационные» вопросы типа «а хотел бы ты, чтобы подробности из твоей личной жизни оказались опубликованы?». Ответ очевиден — разумеется, я бы этого не хотел. Однако, если это все же произойдет, виновными я буду считать только тех, кто непосредственно допустил или тем паче подстроил утечку соответствующей информации. Отличие шпиона или папарацци от тех, кто получил от них информацию и запустил ее дальше, состоит в том, что первые нарушили принцип свободы информационного обмена, получив информацию без согласия ее обладателя, вторые же лишь реализуют свою свободу слова.

Впрочем, неприкосновенность частной жизни, или, как говорят американцы, *privacy* — это тема для отдельной главы.

10. Право на молчание, или к слову о *privacy*

Говоря о свободе информационного обмена, нельзя не затронуть проблемы обратной, а именно — права хранить в тайне все то, что человек по каким-то причинам не желает раскрывать. Права хранить молчание.

Вспомним, что в определении свободы информационного обмена, данном в главе 5, фигурирует обоюдная добрая воля. Случай с отсутствием доброй воли получателя мы рассмотрели подробно и в различных ракурсах. Однако отсутствие доброй воли обладателя информации — случай не менее распространенный, и в данной статье было бы несправедливо обойти его вниманием.

Современное законодательство в целом ряде случаев требует от граждан раскрытия той или иной информации независимо от доброй воли. Это касается прежде всего обязанности давать свидетельские показания, обязанности сообщать известные факты о готовящихся или совершенных преступлениях и т.п. В ряде случаев такие требования закона вступают в противоречие с традициями и нормами морали, что не луч-

шим образом сказывается на уважении людей к законодательству.

В ныне действующей Конституции РФ сделан шаг к решению этой проблемы. Человек ныне избавлен от обязанности свидетельствовать против самого себя, против своего супруга/супруги, против ближайших родственников. Кроме того, некоторые действующие законы устанавливают дополнительные исключения из всеобщей стукаческой обязанности — например, Закон РФ о свободе совести и религиозных объединениях гарантирует священнослужителям тайну исповеди, что, кстати, совершенно непонятным образом соотносится с записанным в Конституции утверждением о том, что Россия — государство светское.

Так или иначе, проблема не решается такими полумерами. Например, человек, «сдавший» своего лучшего друга, навсегда потеряет уважение окружающих и даже свое собственное. Поэтому мало кто, узнав, что его друг совершил нечто противозаконное, предпочтет остаться в ладу с законом. Естественно, предусмотреть такую ситуацию законодательно — это то же самое, что сделать свидетельские показания делом сугубо добровольным, поскольку всегда останется возможность отказаться от дачи свидетельских показаний, сославшись на наличие дружбы, что очень сложно проверить.

Следует заметить, что доказать виновность в отказе от дачи показаний или тем более в сокрытии сведений тоже крайне сложно, и соответствующие статьи практически не работают. Осталось только сделать следующий шаг и отменить их, и проблема будет устранена. Много ли общество при этом потеряет, судить не возьмусь, но вот выгоды очевидны. Во всяком случае, уважения к Закону это может прибавить изрядно, поскольку плох тот закон, который невозможно соблюдать.

Отдельного рассмотрения заслуживает всевозможная перлюстрация, прослушивание телефонов и прочий перехват частной информации, выведывание информации помимо согласия ее обладателя, проще говоря — шпионаж. Понятно, что в либеральном информационном обществе все эти пережитки мрачного прошлого должны исчезнуть как класс. Впрочем, если устранение навязывания информации требует перестройки общественных отношений, пусть даже неизбежной ввиду взрывного роста информационных потоков в обществе, то шпионаж, независимо от его целей и задач («национальная безопасность», «правопорядок» и прочие химеры), окажется не у дел в самое ближайшее время, причем здесь технический прогресс сыграет свою роль непосредственно. Развитие информационных технологий включает и развитие криптографии и основанных на ней средств защиты информации. В настоящее время некоторые государства, включая Россию и США, отча-

янно пытаются сохранить свои «законные» привилегии по подслушиванию, подглядыванию и прочему шпионажу в отношении своих граждан, накладывая разнообразные запреты на применение криптографии, однако сегодня уже очевидно, что в этой борьбе государствам ничего не светит. Крипто доступно всем уже сегодня, и нет никакой возможности повернуть прогресс вспять. Так, нашумевший проект СОРМ-2 не был реализован отчасти и потому, что его реализация, стоящая огромных денег, на деле практически бесполезна.

Можно подойти к проблеме и с другой стороны. Потребитель, платящий деньги оператору связи, платит их не за то, чтобы его прослушивали разнообразные «органы». Почему-то никого не удивляет понятие врачебной тайны, тайны исповеди и т.п., а ведь тайна связи по сути своей абсолютно аналогична. Человек вынужден пользоваться услугами связи точно так же, как он вынужден пойти к врачу со своими болезнями. Использование таких обстоятельств против человека вопиюще антиэтично. Поэтому существуют как минимум коммерческие клиники, в которых пациенту гарантируется анонимность и конфиденциальность. Что же касается оператора связи, то нынешнее законодательство лишает его возможности гарантировать аналогичную защиту своему клиенту.

В принципе, можно даже не заставлять всех операторов связи давать подобные гарантии. Проблема может быть решена существенно более логичным образом, а именно — ограничением проведения ОРМ только случаями, когда такая возможность предусмотрена договором между оператором и пользователем. Причем принудить оператора к включению такого пункта в договор должно быть нельзя, кроме как разве что купить его контрольный пакет акций. При такой системе оказываются и волки сыты, и овцы целы, поскольку ничьи права, с одной стороны, не нарушаются, а с другой стороны, остается возможность проведения ОРМ на крупнейших сетях связи, поскольку таковые обычно находятся в государственной или муниципальной собственности.

Впрочем, все эти мысли вслух имеют скорее теоретический характер. Как уже отмечено выше, развитие криптографии вскоре поставит крест на самом понятии СОРМа.

11. Вместо послесловия

Эта статья началась с некоторого исторического обзора. Позволю себе закончить еще одним обращением к этой странной системе сведе-

ний и домыслов, именуемой Всемирной Историей. При взгляде на историю цивилизации можно заметить подъемы и спады, повороты влево и вправо, но есть два параметра, которые изменяются исключительно в одном направлении. Первый из них — естественнонаучный и технический прогресс. Второй — степень либерализации общества. Этические акценты неумолимо смещаются от интересов общины, стада, социума, государства к интересам Личности, а общественная организация проходит путь от абсолютной власти фараона к Декларации Прав Человека. Обратные процессы если и возникают где-то, то ненадолго.

Процесс либерализации невозможно считать законченным на Декларации Прав Человека, поскольку сама эта декларация за десятилетия своего существования морально устарела. То, что могло показаться тогдашним ООНовцам излишним анархическим экстремизмом, который не может быть воплощен в жизнь (например, запрет воинской повинности), сегодня воспринимается как вполне понятная норма, пусть еще не везде реализованная, но неизбежная в ближайшем будущем. Кроме того, возникновение и взрывное развитие информационных общественных отношений также вносит свои коррективы.

Я не случайно упомянул рядом технический прогресс и либерализацию общества. С моей точки зрения, либерализация является неизбежным следствием развития технологий. В древнем социуме всем приходилось трудиться как рабочим муравьям на благо муравейника, в противном случае погибала вся община. Думать было некогда и не над чем. Рост производительности труда позволил индивидууму вздохнуть свободнее и начать свое превращение из рабочего муравья в Личность. Развитие же информационных технологий освободило мышление, дав пищу для размышлений и породив таким образом свободомыслие.

Либеральное информационное общество будущего, устройство которого я постарался обрисовать, уже начинает появляться. Оно появится очень скоро, возможно, через двадцать лет, возможно, через десять, а возможно, и раньше. Следует понимать, что его появление неизбежно. Сеть Сетей вошла в нашу жизнь, никого не спросив, и не собирается из нее уходить. Человечеству еще предстоит это понять, осознать, что мир необратимо изменился, и перестроиться соответствующим образом. И чем раньше каждый из нас осознает всю глубину и необратимость происшедшего, тем лучше.

Благодарю за внимание.

Осторожно, частный сервис

Старожилы Сети могут еще помнить историю, которая случилась на излете ушедшего столетия. Сначала появилась новая игрушка для любителей общаться через Internet, и звали эту игрушку «I seek you», или ICQ; в русскоговорящей части Сети к новой системе практически сразу приклеилось уменьшительно-ласкательное «Аська». Успех игрушки был впечатляющим: появившись в России где-то на рубеже 1996 и 1997 годов, к концу 1997 года она уже стояла едва ли не у каждого третьего пользователя. Одно время ходили зловещие слухи о грядущем переходе на платное обслуживание, но до этого так и не дошло. Все были рады, и так продолжалось до тех пор, пока в один прекрасный день не произошел случай, ради которого, собственно, я и рассказываю эту замечательную историю.

А случай был такой. В компании Mirabilis, которая и придумала ICQ, работал некий сотрудник, имени которого история не сохранила, да оно тут и не важно. Надо отметить, что в Интернете далеко не все люди относятся друг к другу как товарищи и братья, так что нашелся кто-то, кто решил попробовать то ли поломать сервера, поддерживавшие ICQ, то ли сделать что-то еще непотребное, мало ли бывает нехороших людей. И вот вышеупомянутый сотрудник Мирабилиса решительно принял меры против очередного нехорошего человека, чтоб этому нехорошему человеку и всей его сети больше не давать пользоваться замечательной системой ICQ.

Проблема была только в том, что сотрудник тот, видимо, плохо умел обращаться с глобальными базами данных по распределению IP-адресов. Вернее будет сказать, что он, по всей вероятности, просто не знал, что Интернет вовсе не заканчивается на границе Соединенных Штатов, что есть еще какие-то другие части света, Европа, например. И что далеко не все IP-адреса зарегистрированы в ARIN'e, что кроме ARIN'a, обслуживающего Америку, существуют (существовали на тот момент) еще и европейский RIPE и азиатско-тихоокеанский APNIC, и у каждой из этих региональных регистратур своя база данных. Короче, сделал он один запрос — к базе данных ARIN'a. И база данных честно сообщила ему, что адрес, который его интересует, находится в блоке адресов 195.0.0.0-195.255.255.255. В ответе, конечно же, было написано, что это блок, закрепленный за RIPE, но сотрудник, видимо, не знал,

¹ Впервые статья опубликована на сайте «Независимый обзор провайдеров» 19 июня 2006 г. Текст публикуется без изменений

что это такое, и решил, что RИPE - это, наверное, такая сеть, провайдер какой-нибудь. И взял, да и зафилтровал всю эту «сеть». Целиком. Чтобы хакерам всяким и прочим нехорошим людям неповадно было мешать работать честным держателям системы ICQ.

Эффект от этого в Европе вообще и в России в частности превосходил все ожидания. Дело в том, что адреса, начинающиеся с байта 195, как раз только-только кончились после того, как RИPE распределил их в течение 1996, 1997 и 1998 годов. Так что под раздачу попали все провайдеры и крупные сети, получившие свое адресное пространство в период весьма бурного развития Сети. Попадание под раздачу выражалось в том, что у всех пользователей таких провайдеров вдруг просто перестала работать эта вот самая ICQ. На службы технической поддержки ни в чем не повинных провайдеров обрушился шквал претензий возмущенных пользователей, которым, разумеется, технические объяснения ничего не говорили. Пикантность ситуации состояла еще и в том, что напасть постигла отнюдь не всех: провайдеры, созданные до 1996 года, в основной своей массе использовали адреса, начинающиеся с числа 192 или 194, те же, кто запросил блок адресов, например, осенью 1999го, получали уже адреса, начинающиеся с 212. Разумеется, возмущенных пользователей подобные материи не интересовали; с их точки зрения, все было очень просто: у соседа все работает, а у меня — нет, и, стало быть, провайдер во всем виноват. В этот период клиентов терял даже непотопляемый, казалось бы, Ростелеком, — причем, что особенно обидно, терял совершенно незаслуженно, поскольку виноваты-то во всем были не провайдеры, а компания Mirabilis: именно она допустила своего сотрудника к рычагам, для которых у него было заведомо недостаточно квалификации.

Но самое интересное и поучительное не в этом, а в том, что самой компании Mirabilis никакого дела до всего этого не было. Европа? Какая еще Европа? Не работает? А что, собственно, у вас должно работать? Разве мы вам что-то должны?

А ведь и верно, не должны. Должен — это когда взял и не отдал. А пресловутый Мирабилис, собственно говоря, ничего ни у кого не взял, он просто предоставил пользователям Сети некую бесплатную возможность. На первый взгляд, ничего в этом плохого нет, но первым взглядом, как можно заметить из вышеизложенной истории, дело не ограничивается. История с зафилтрованным (заметим, даже не по злому умыслу, а по ошибке) блоком адресов, в который угодила чуть ли не половина Европы, наглядно показывает, что в руки держателя нового сервиса, невзирая на всю его бесплатность, попала совершенно нежиз-

данная и очень серьезная **власть**.

Чтобы понять, откуда эта власть взялась и что послужило ее источником, необходимо сравнить сервис ICQ с другими бесплатными сервисами Сети, коих во все времена существования Internet было в изобилии.

Вот, например, рассмотрим какой-нибудь развлекательный веб-сайт. Что будет, если его хозяева вдруг запретят к нему доступ из половины Европы? А ничего! Пользователи, быть может, почертыхаются, да и пойдут развлекаться в другое место, благо мест таких — хоть в банку закручивай.

Понятное дело, что система ICQ — из совершенно другой категории, основополагающей тут является не связь между пользователями и самой системой, а возможность связи пользователей между собой. Извольте, приведу пример гораздо ближе: электронная почта. Бесплатные почтовые сервисы, подобные хоть тому же yandex.ru, тоже существуют давно и прочно, и предоставляют, как и ICQ, именно что возможность пользователям общаться друг с другом. Однако же никакой неожиданной властью они при этом не обладают: закроется один бесплатный почтовик — пользователи уйдут к другому. Конечно, им придется при этом сменить адреса, но это не так уж и страшно: всем постоянным партнерам по переписке можно оперативно сообщить свой новый адрес, и никаких серьезных потерь смена оператора не вызовет.

Вот тут у нас и кроется основное отличие ICQ от традиционных сервисов Сети. Та же электронная почта — система *открытая*. Каждый желающий, имея в наличии соответствующие технические средства и обладая определенными навыками, может, не спрашивая ни у кого разрешения, запустить в Сети свой сервер электронной почты и предоставлять услуги всем, кому сочтет возможным, причем пользователи этих услуг смогут общаться не только между собой, но и с клиентами других служб электронной почты. Обмен информацией между серверами идет по стандартному протоколу, спецификация которого открыта и доступна всем желающим; никто, опять таки, не ограничивает никого в разработке программного обеспечения, поддерживающего этот протокол.

Получается в итоге, что, кому бы ни принадлежали отдельно взятые сервера электронной почты, сама по себе электронная почта (как единая система связи) никому не принадлежит и ни от кого не зависит. В мире не существует частных лиц или компаний, чьей власти было бы достаточно для нарушения работы всей мировой системы электронной почты или, скажем, для отлучения от электронной почты тех или иных персон или групп.

Ровно таким же образом обстоят дела, например, и со Всемирной Паутиной (WWW), да и с самой сетью Internet как таковой. Более-менее централизованно распределяются IP-адреса (для чего создана глобальная координирующая организация IANA), общую координацию системы доменных имен (DNS) осуществляет ICANN; наконец, и появление новых технических стандартов регламентируется одним органом (IETF, Internet Engineering Task Force), однако все эти организации являются строго некоммерческими, и в их уставах четко прописано их предназначение и миссия, так что их власть не может быть употреблена к чьей-то выгоде, и, кстати, буде она все же окажется так употреблена, общепризнанная легитимность этих координирующих органов окажется под угрозой. Все стандарты IETF являются заведомо открытыми и общедоступными, распределение IP-адресов осуществляется на некоммерческой основе и организовано так, чтобы обеспечить адресами всех, кому они необходимы. Система доменных имен в последние годы коммерциализировалась, однако и ее удается удерживать под контролем, не позволяя коммерческим компаниям, оказавшимся в привилегированном положении, использовать ее для извлечения существенных преимуществ; операторы доменов верхнего уровня, в частности, лишены права непосредственной работы с конечными пользователями и обязаны сотрудничать на одинаковых основаниях со всеми компаниями, аккредитованными в ICANN в качестве регистраторов, а таких компаний по всему миру уже несколько сот. Все это позволяет сети Интернет и основным ее службам оставаться открытыми, общедоступными и не зависящими от частного волюнтаризма.

Отметим еще одно, пусть частное, но немаловажное обстоятельство: одним из основных приоритетов в деятельности IETF является обеспечение **интероперабельности**, то есть возможности для сетей и машин, принадлежащих различным владельцам и имеющих разную политику администрирования, тем не менее взаимодействовать между собой.

И вот появляется система ICQ. Система работает по закрытому протоколу; для доступа к ней необходимо программное обеспечение, написанное держателем системы, причем делается все возможное, чтобы не допустить появления программного обеспечения от сторонних разработчиков (надо отметить, что это держателям ICQ все же не удалось, несмотря на частые изменения в протоколе; впрочем, от этого не сильно легче). Работу системы поддерживают два сервера, принадлежащие одному владельцу; появление в этой системе дополнительных серверов, и тем более серверов, принадлежащих третьим лицам, чисто технически не предусмотрено.

Интересно, что многие пользователи оказываются крайне удивлены, когда им объясняют, что все их общение по ICQ происходит через сервер в Америке. Хрестоматийным примером того, как не надо работать, стал обнаруженный однажды **банк**, весь внутренний документооборот которого был построен на основе ICQ, так что документы, явно не предназначенные для посторонних глаз, даже в соседнюю комнату пересылались через весь мир.

Впрочем, речь сейчас не об этом; технические подробности о протоколе и обслуживающих серверах могут (до определенного предела, конечно) конечных пользователей и не волновать, однако закрытость и централизованная сущность ICQ заведомо заметна и для них — хотя бы потому, что адреса (идентификаторы абонентов) ICQ представляют собой одномерное пространство (попросту говоря — номера, целые числа), и получить такой идентификатор (так называемый UIN) можно только в одном месте, а именно — у держателя системы.

Что до упоминавшейся выше интероперабельности, то хозяева ICQ не только не старались ее достичь, но, напротив, делали и продолжают до сих пор делать все от них зависящее, чтобы никакой интероперабельности **не допустить**: спецификация протокола не только не публикуется, но и время от времени меняется, чтобы сделать неработоспособным программное обеспечение сторонних разработчиков; никаких шагов для взаимодействия с другими системами аналогичного назначения не принимается.

В переводе с технического на пользовательский это означает, что каждый пользователь ICQ вынужден соблюдать те порядки, которые устанавливают хозяева системы, если же ему эти порядки не нравятся, то попросту взять и уйти (например, в другую аналогичную систему) сходу не получается: ведь те, с кем наш пользователь общался, останутся в ICQ, всех сразу в новую систему уйти не убедишь. Более того, ради возможности общения с имеющимися пользователями ICQ в систему приходят (до сих пор!) все новые и новые люди.

Заметим, что еще в начале 1999 года в Сети появилась служба обмена сообщениями, предоставляющая сервис более качественный и разносторонний, нежели ICQ, основанная при этом на открытых (и утвержденных IETF!) протоколах, распределенная как с точки зрения обслуживающих серверов (свой сервер создать может любой желающий точно так же, как это происходит в системе электронной почты), так и с точки зрения идентификации абонентов (адрес абонента состоит из локальной и хостовой части, разделенных символом @, как и в электронной почте, так что каждый владелец сервера распоряжается сво-

им пространством имен). Эта система называется Jabber. Существует множество версий программного обеспечения как для поддержки Jabber-серверов, так и для доступа к ним пользователей; большая часть такого программного обеспечения распространяется свободно. В мире работают уже тысячи серверов, поддерживающих Jabber, и многие из них готовы бесплатно обслуживать всех желающих (таковы, например, jabber.org и jabber.ru). Если припомнить страшную историю с банковским документооборотом на основе ICQ, то можно заметить, что организовать если не весь документооборот, то как минимум систему внутренней связи на основе Jabber вполне возможно, достаточно установить свой Jabber-сервер внутри корпоративной сети, и сообщения между его клиентами сеть никогда не покинут, не ставя, таким образом, под угрозу конфиденциальность.

Итак, вот уже семь с лишним лет существует система, которая по всем своим характеристикам заведомо лучше ICQ. По всем, кроме одной: доступности пользователей. В первые годы существования Jabber было вообще не ясно, выживет ли новая система: обычным ответом на предложение пообщаться в Jabber'е было «у меня уже есть ICQ, зачем мне что-то еще». К настоящему моменту популярность системы Jabber достигла уровня, позволяющего не опасаться за ее будущее, однако же процесс вытеснения устаревшего и вдобавок частного сервиса, дающего, как мы видели, совершенно незаслуженную власть отдельно взятой частной компании (в настоящее время это America Online), идет очень и очень медленно. Держателям Jabber-серверов приходится самим в меру своих сил обеспечивать интероперабельность с ICQ, преодолевая активное сопротивление последней; в противном случае миграция пользователей в Jabber грозит вообще прекратиться, поскольку для большинства пользователей сервиса instant messaging потеря имеющихся контактов является препятствием непреодолимым. Получается так, что частный сервис, принадлежащий отдельно взятой коммерческой компании работающий исключительно в ее интересах, исключительно за счет набранной массы не позволяет развиваться новой, заведомо более прогрессивной и удобной для пользователей системе.

Увы, даже прочитав все это, многие пользователи, привыкшие к ICQ, пожмут плечами и менять ничего не станут. Я это прекрасно понимаю, и тем не менее задам им всем вопрос: господа, вы действительно согласны вносить свою лепту в укрепление мирового могущества компании America Online? И даже если вам на это наплевать, осознаете ли вы, что, если завтра кому-то в AOL'е вдруг захочется, чтобы лично вы лишились доступа в ICQ, вам будет нечего этому противопоставить?

Интересно, что проблема частных (проприетарных) сервисов отнюдь не ограничивается пресловутой «Аськой». Схема захвата рычага власти оказалась достаточно простой: придумать новую игрушку, внутренности ее реализации никому не показать (и желательно завязать ее на безальтернативное обслуживание, хотя, как показала практика, это и не обязательно), программное обеспечение для использования игрушки сделать хотя и бесплатно доступным (иначе никто не клюнет, с деньгами люди расстаются неохотно), но обязательно *закрытым* (ни исходных текстов, ни возможностей для сторонних разработчиков). Затем небольшие вложения в молниеносный промоушн, и вождеденный руль у нас в руках. Главное — успеть набрать критическую массу пользователей раньше, чем сторонние разработчики успеют предложить альтернативу.

Кстати, к рулю прилагаются весьма значительные дивиденды, но это-то само по себе не страшно: зарабатывать деньги никому не запрещается. Вот власть, причем власть коммерческой компании — это существенно серьезнее.

Одним из наиболее значительных «проектов» такого рода является Macromedia Flash. Суть здесь в том, что отдельно взятая компания (Macromedia, купленная компанией Adobe Inc. в декабре 2005 года) предложила снабжать WWW-сайты анимационными вставками в специфическом формате. Деталей формата никто, разумеется, раскрывать не пожелал, зато авторы предложили всем желающим бесплатное программное обеспечение как для создания файлов в упоминаемом формате, так и для их проигрывания в браузерах. Несколько позже, в ответ на появление открытых аналогов, Macromedia все же опубликовала формат своего файла и даже разрешила всем желающим разрабатывать инструменты для *создания* файлов в формате Flash, а вот создание третьими лицами программ, *воспроизводящих* Flash-ролики, лицензией на спецификацию формата Flash-файла осталось запрещено. И все это, кстати, легко понять. Если среды разработки представляют собой программы достаточно сложные, и тут владелец формата мог бы с потребностями рынка не справиться, то программа воспроизведения сама по себе сравнительно проста, и к тому же рынок вполне может удовольствоваться одной-единственной версией. Ну а для того, чтобы не выпускать из рук пресловутый рычаг власти, достаточно контролировать лишь один конец цепочки.

Показательно, что, например, под FreeBSD соответствующего плагина до сих пор нет. Впрочем, автор этих строк, работая под ОС Linux,

соответствующий плагин (независимо от того, что он давно существует и доступен бесплатно) себе не устанавливает из соображений принципиального свойства: если на машине нет ни одной программы, для которой не был бы доступен исходный код, то отступать от сего принципа ради просмотра в браузере тупых мультитиков и совсем уж никому не нужных flash-баннеров было бы по меньшей мере странно.

Следует особо отметить, что ничего принципиально невозпроизводимого в "технологии» MM Flash нет, и открытые аналоги, разумеется, существуют. Повальное использование именно закрытого варианта обусловлено исключительно критической массой пользователей: создатели сайтов делают вставки именно на MM Flash, потому что плагины для его воспроизведения установлены в 97% браузеров, а пользователи включают в браузеры этот плагин по причине того, что flash-вставки имеются на каждом втором сайте, и, более того, существуют такие сайты, на которые без flash-плагина попросту невозможно попасть. Получается порочный круг, который умело используется частной компанией для усиления своего (заметим, совершенно не рыночного!) влияния на мир.

Еще один пример частного сервиса любопытен тем, что создатели его, судя по всему, захватнических целей перед собой не ставили, а развитие по накатанному сценарию произошло спонтанно. Имеется в виду небезызвестный Живой Журнал (livejournal.com). К чести создателей ЖЖ, они с самого начала полностью раскрыли исходный код своей разработки, позволяя всем желающим создавать аналогичные сервисы. Более того, когда стало уже понятно, что именно происходит, команда успела сделать определенные шаги по переходу к распределенной модели (для тех, кто в курсе: я имею в виду OpenID). Не возьмусь судить наверняка, но очень похоже, что итоговое превращение ЖЖ в классический частный сервис самим его создателям не слишком нравится.

И тем не менее, сценарий захвата руля сработал стандартно и неотвратимо. На сайте LiveJournal была создана прекрасная среда общения с развитыми возможностями: стандартная для блогов модель «постинг — дискуссия» была крайне удачно расширена возможностями по формированию сообществ, как в форме групповых блогов, так и в виде сервиса по автоматической подборке свежих постов избранных пользователей (френд-ленты), и управления доступностью отдельных постов только для определенных групп читателей, и контроля за возможностью оставлять комментарии. Получившаяся в итоге система очень быстро перестала быть просто набором отдельных блогов, превратившись

именно в специфическую среду общения. Критическая масса пользователей сделала свое обычное дело: в ЖЖ стали заводить аккаунты, чтобы иметь, например, возможность читать закрытые посты своих знакомых или даже просто формировать френд-ленты; попав в систему, многие пользователи, изначально планировавшие только читать, начинали и писать тоже.

Введение OpenID явно запоздало, к тому же полноценной поддержки распределенной модели оно, к сожалению, не дало: например, возможности включить в свою френд-ленту внешний блог, идентифицируемый с помощью OpenID, пока еще нет, и вряд ли она когда-либо появится. Поэтому сейчас аудитория ЖЖ работает обычным для частных сервисов образом: в ЖЖ приходят, чтобы общаться с теми, кто там уже есть, и из ЖЖ не уходят, чтобы не потерять тех, с кем привыкли общаться. Между прочим, можно легко заметить негативный эффект от власти, которая неожиданно свалилась в руки команде LiveJournal: так, LiveJournal Abuse Team временами устраивает форменный беспредел, от которого многие пользователи начинают натурально выть; а уж откровенно агрессивный маркетинг, благополучно проникший на страницы сайта после покупки LiveJournal компанией SixApart, стал притчей во языцех. И... и ничего. Пользователи возмущаются, кривятся, но терпят: очень уж жаль терять наработанные социальные связи.

Надеюсь, что мне удалось убедить читателя быть осмотрительным, прежде чем вкладывать свое время и силы в чужой захват рычагов влияния на Сеть.

В любом случае, в заключение хотелось бы высказать предостережение всем, кого это касается: именно сейчас наблюдается развитие очередной кампании по захвату частником контроля над аудиторией. В этот раз это сеть Skype. Пусть вас не смущает, что скачивать клиентскую программу и делать звонки предлагается «на халяву»: ваша плата за использование новой игрушки — очередная порция власти для частной компании (система Skype куплена компанией eBay за 2.6 миллиарда долларов; sapienti sat), ну а принцип "первая доза бесплатно» в представлении уже давно не нуждается.

Будьте бдительны.

Спасибо за внимание.

Спам: кто виноват

Проблема нежелательных рассылок (спама) встала в Сети еще в первой половине девяностых годов. Героические усилия профессиональной части сетевого сообщества по предотвращению засорения сетевой среды спамом, на взгляд неискушенного пользователя, вовсе не дают результатов: спам как шел, так и идет. На самом деле, конечно, от профессиональной борьбы со спамом результат есть, и состоит он ровно в том, что количество спама остается более-менее на одном уровне, тогда как не будь всех мероприятий, направленных на его фильтрацию и на отказ спаммерам в услугах, общее количество спама бы росло, причем росло по экспоненте. К настоящему моменту из сферы спам-бизнеса практически полностью вытеснены любители, а немногие оставшиеся профессионалы вынужденно используют уже полукриминальные методики, связанные с трансляцией спама через зараженные троянскими программами машины в третьих сетях и тому подобное. Этому пока что противопоставить нечего; остается радоваться, что рассылки по таким технологиям требуют серьезного уровня профессионализма от исполнителей. Речь сегодня, однако, пойдет не об этом.

То, что спам раздражает, сейчас более-менее понятно каждому пользователю Сети, как и то, что спам есть явление однозначно негативное. Это положительно отличает нынешнюю Сеть от Сети каких-нибудь пять-шесть лет назад, когда многие пользователи, особенно начинающие, ухитрялись вообще не знать, что это за явление такое — спам, и как к нему следует относиться. Общий уровень грамотности по части спама, несомненно, возрос. Возросла, кстати, и степень общей озлобленности получателей спама: когда в прошлом году неизвестно кто и неизвестно за что забил насмерть руководителя одной весьма известной спамозаказывающей организации, кто-то при этом что-то говорил о гуманности и терпимости, но гораздо больше людей попросту *радовались*, хоть и ясно было, что причиной данного заказного убийства вряд ли стал именно спам.

И тем не менее, спам продолжает идти. Даже странно как-то. Все его не любят, а он идет. И кто же, спрашивается, в этом виноват?

Виноваты ли те, кто рассылают спам? В какой-то мере — безусловно. Сам автор этих строк неоднократно говорил, что адекватной мерой пресечения для рассылальщиков спама может быть тюремное заключение

¹Впервые статья опубликована на сайте «Независимый обзор провайдеров» 23 марта 2006 г.. Текст публикуется без изменений

ние на срок от пяти до десяти лет с конфискацией имущества, и никак не меньше, т.к. меньшее их не остановит. Ключевыми здесь являются слова «не остановит». Рассылка спама представляет собой сейчас *легальный* (в смысле, не входящий в конфликт с официальным законодательством, во всяком случае уголовным) способ зарабатывания денег. А свято место, как известно, пусто не бывает, так что, даже если найдется Робин Гуд, который перестреляет всех нынешних спаммеров, их место тут же займут другие. На эти услуги имеется платежеспособный спрос, а сами услуги по рассылке спама не грозят оказывающему их ничем серьезным (возмущение тысяч получателей не в счет — пусть возмущаются на здоровье; люди, способные игнорировать чужое возмущение, найдутся всегда). Так что спаммеры, конечно, люди нехорошие, но первопричиной спама они, пожалуй, не являются: они лишь заполняют имеющуюся экологическую нишу.

Виновато ли в спамах государство, которое как-то не торопится защищать своих граждан от спаммерского произвола? В какой-то степени, разумеется, виновато. Увы, приходится быть реалистами: появления действительно эффективного антиспаммерского законодательства в ближайшие годы можно не ждать. Признание рассылки спама уголовным преступлением (а иное никакого эффекта не возымеет) есть решение, имеющее весьма далеко идущие последствия; так, по сути наружная реклама и реклама в общественном транспорте ничем от спама не отличается, это точно такое же навязывание информации получателям, от которого невозможно отгородиться. Приняв действительно эффективные законодательные акты, направленные на искоренение спама, государство продемонстрировало бы свою готовность к признанию понятия информационного насилия — а значит, и к запрещению наружной рекламы и многих других привычных ныне явлений. Видимо, такой готовности пока нет: продемонстрировать ее никто не торопится.

Пойдем дальше. Виноваты ли заказчики спама? Бесспорно. Вне всякого сомнения! Однако и тут не все просто. Солидные фирмы спам не рассылают, дорожат своей репутацией. Есть, однако, вполне определенная категория мелких предприятий, открывающихся по принципу «чем бы заняться». Дорожить им попросту нечем (какая репутация может быть у стартапа с невнятным бизнес-позиционированием), а спам представляет собой достаточно дешевый способ заполучить первых клиентов и преодолеть начальную стадию развития. На рекламу по телевизору денег нет, газеты никто не читает, зато — о! — есть же спаммеры! И вот тут мы плавно приходим к самому главному.

Если спам продолжают рассылать — значит, от него есть

эффект. Заказчик спама, конечно, нехороший человек™, но когда выбирать приходится между своими (серьезными) деньгами и чужим (пусть сколь угодно серьезным) возмущением, свой бумажник оказывается ближе к телу. Нехорошо, но естественно. Рассыльщик спама (собственно спаммер) — тоже, безусловно, нехороший человек™, но даже если на него вдруг снизойдет благодать и он враз перевоспитается, его место тут же займут другие. Точно так же, если легализовать грабежи на дорогах, грабители найдутся, и никакая мораль их не остановит. От государства, как мы видели, счастья можно не ожидать, так что, пока спам дает деньги, он будет продолжаться.

Давайте посмотрим теперь, откуда же берутся эти деньги. Спаммер — наемный работник, он деньги проедает, а не производит. Бизнесмен, заказывающий спам, конечно, за спам-услуги платит, но лишь постольку, поскольку эти деньги дают положительный эффект в виде продаж.

Итак, похоже, мы добрались до истинной причины. Финансируют спам в конечном итоге те странные люди, которые в спаммерских посланиях ухитряются найти для себя что-то привлекательное. Один человек, совершивший покупку по спаму, всего одну покупку стоимостью в несчастный десяток долларов, этим действием оправдывает многие тысячи спаммерских писем, засорившие и его почтовый ящик, и почтовые ящики тех, кто никогда ничего по спаму не покупает.

Интересно, что таких людей — во всяком случае, людей, в принципе готовых к восприятию спама не как спама, а как полезной информации — оказывается неожиданно много. Автору этих строк такие спам-толерантные персоны встречались и среди ближайшего окружения, и среди коллег по кафедре, и среди, казалось бы, опытных пользователей сети. В личных блогах нет-нет да проскользнет сообщение вида «вообще-то спаммеры козлы, но иногда и что-то интересное попадает, вот мне сегодня прислали...» — и далее следует целиком текст полученного спама, со всеми адресами и телефонами; видимо, авторы таких блогов считают, что их читатели мало спама получают, надо им еще и свой подсунуть.

Необходимо отметить, что у людей, совершающих покупки по спаму, имеется серьезное отличие от заказчиков и исполнителей спама. Если движущей силой для спаммеров и их заказчиков являются деньги, причем деньги немалые, которых оказывается достаточно, чтобы не обращать внимание на потоки проклятий со стороны получателей, то покупка по спаму *настолько* выгодной быть не может. Любые услуги, представленные в Сети, можно найти с помощью поисковых машин и

всевозможных тематических каталогов, надо только точно знать, что искать. В этом плане спам вовсе не способен содержать такой информации, которую более никак не найти; он может лишь содержать информацию, которую получатель сам просто *не стал бы* искать, потому что на самом деле соответствующая услуга ему не слишком нужна.

Итак, в спаме виноват много кто: и спаммер, и заказчик, и государство, и — что наиболее важно — те получатели, которые готовы (хотя бы на принципиальном уровне) рассматривать спам как полезную информацию. Причем, если негативную сущность спама для спаммеров и заказчиков компенсируют серьезные деньги, а у государства есть свои причины политического свойства, да и вообще общая инертность, то у тех, кто совершает по спаму покупки, в качестве причины имеет место разве что **легкомыслие**.

А теперь давайте подумаем. Вот он перед нами, получатель спама, который, вместо того чтобы писать жалобу провайдеру или хотя бы просто автоматически стереть пришедший спам, зачем-то начинает его внимательно читать, тем самым делая первый шаг к покупке. Еще чуть-чуть — и именно его пара сотен рублей уйдет на финансирование нескольких тысяч писем, которые мы с вами, возмущаясь, будем выгребать из своих почтовых ящиков.

И что же с этим делать, спросите вы? Законный вопрос, к тому же традиционный: на «кто виноват» мы уже ответили, теперь очередь за «что делать». Первое, что нужно четко уяснить: спам есть **только** спам. Его содержание иррелевантно по определению. Сколь бы привлекательными ни казались дешевые путевки в Египет, грузоперевозки или бухгалтерские семинары, нельзя допускать даже мысли о сотрудничестве с компаниями, рекламирующимися с помощью спама: учтите, что **один** получатель, время от времени идущий на сотрудничество со спаммерами, своими действиями оправдывает не только спам, который получает он сам, но и весь спам, который получают еще несколько десятков ни в чем не повинных пользователей Сети. Нужны путевки? Сходите на Яндекс и поищите. Нужны грузоперевозки или курсы бухгалтеров? Сходите туда же. Учтите, что компания, от имени которой вам пришел спам, заведомо не дорожит своей репутацией. Стоит ли сотрудничество с такими сомнительными партнерами всех неудобств, причиняемых спамом — добро бы только лично вам, но еще десяткам людей?

Надеюсь, что я вас убедил. К сожалению, и этого недостаточно. Допустим, лично вы принципиально не идете на сотрудничество со спаммерами; увы, люди, готовые к такому сотрудничеству, могут найтись

среди ваших друзей и просто знакомых. Повторим еще раз: **один** такой человек из сотни финансово оправдывает весь спам, получаемый всей сотней. Сеть у нас одна, в каком-то смысле все мы в одной лодке. Как бы вы отнеслись к человеку, по чьему легкомыслию перевернулась лодка с сотней пассажиров?

Так что же делать, если среди ваших знакомых все-таки найдется спам-толерантный персонаж? А ничего. Просто перестаньте с ним здороваться, причем постарайтесь сделать так, чтобы он знал о причине. Жестко? Да. Безусловно. А у вас есть лучшие предложения? И учтите: ругать спаммеров можно, но бесполезно. Гораздо эффективнее было бы направить свои усилия туда, где от них будет существенно более осязаемый эффект. Убеждать человека отказаться от серьезных денег — наивно. А вот попытаться убедить человека не быть легкомысленным — можно и попробовать.

Интеллектуальная собственность: каменный топор цифровой эпохи

1. Интеллектуальная собственность: врага надо знать в лицо

Первая глава статьи представляет собой краткое введение в обсуждаемый предмет. Введение не претендует на полноту и не является юридическим справочником; оно пишется с целью ликвидации наиболее часто встречающихся заблуждений и будет равно полезной как для противников, так и для сторонников интеллектуальной собственности: в любом случае, полного демонтажа института интеллектуальной собственности в ближайшие несколько лет можно не ждать, так что полезно знать, с чем придется иметь дело.

Название этой главы кому-то может показаться странным. Я вполне отдаю себе отчет в том, что многие люди продолжают считать интеллектуальную собственность явлением однозначно полезным, или скорее полезным, чем вредным. Необходимо отметить, однако, что среди таких сторонников удивительно высок процент людей, не знающих разницы, например, между патентами и копирайтами; более того, мне неоднократно попадались лица, всерьез полагающие, что знак копирайта ставится для обозначения *авторства*, т.е. запись вида «© Вася Пупкин» означает, ни больше ни меньше, «это написал/придумал Вася Пупкин» (на всякий случай поясню, что ничего общего с юридической действительностью такое толкование не имеет). Хотя знак копирайта — еще не самая трудная для понимания материя; на опубликованных произведениях часто можно встретить значок с буквой р вместо с, и мне еще не попадались люди, имеющие хотя бы отдаленное представление о его смысле (за исключением, конечно, профессиональных юристов). Наконец, множество людей делают одну и ту же ошибку, столь же грубую, сколь частую: смешивают понятие *плагиат* с понятиями из области интеллектуальной собственности.

¹Первая публикация данного текста состоялась на сайте «Независимый обзор провайдеров»; текст был опубликован в виде цикла из четырех статей в период с 19 декабря 2006 г. по 2 апреля 2007 г. В настоящем издании каждая из четырех глав соответствует отдельной статье исходного цикла; изменения в сравнении с оригинальным текстом затронули в основном предисловия и послесловия статей и обусловлены сменой формата.

1.1. Считаем до трех

Прежде всего важно знать, что интеллектуальная собственность делится на три основные категории: авторское право, патентное право и торговые марки (в России используется термин «товарный знак»). В некоторых странах существуют виды интеллектуальной собственности, не относящиеся ни к одной из этих категорий, например, права на выведенную сельскохозяйственную культуру (plant breeders' rights), но такие тонкости мы рассматривать не будем.

Товарные знаки в этом списке стоят несколько особняком, поскольку, вообще говоря, не имеют отношения к охране результатов интеллектуальной деятельности. Торговые марки и товарные знаки трудно спутать с другими видами интеллектуальной собственности, так что подробно обсуждать их в нашем ликбезе мы не будем. Отметим лишь, что торговые марки бывают двух видов: обычные (обозначаются знаком «™») и зарегистрированные (обозначаются знаком «®»). По эффективности между ними разницы практически нет.

С патентами и авторскими правами ситуация гораздо хуже: их путают даже люди, чья профессиональная деятельность связана с объектами охраны этих прав. Мне довелось видеть *программистов*, официально зарегистрировавших права на программу для ЭВМ, то есть прошедших достаточно длинную бюрократическую процедуру, и уверенных при этом, что выданное им свидетельство о регистрации — это *патент* на программу (при том что *патентование* программ для ЭВМ в России попросту *запрещено* действующим патентным законом в явном виде).

1.2. Не все то собственность, что интеллектуальное

Начнем с замечания, что **отнюдь не все связанное с результатами интеллектуального труда вообще может быть отнесено к интеллектуальной собственности**. Так, теорема Пифагора названа по имени впервые сформулировавшего и доказавшего ее древнегреческого мыслителя. Отношения, в которых Пифагор состоит с этой теоремой, называются *научным приоритетом*; никакого отношения к *интеллектуальной собственности* это не имеет. Вообще, о *собственности* обычно говорят, если предполагается возможность эту собственность подарить, продать, сдать в аренду или как-то иначе ею *распорядиться*. Распорядиться научным приоритетом нельзя никак: даже если ученый, сформулировавший очередную теорему или сделавший фундаментальное открытие, сам захочет (в силу каких бы то ни было причин)

передать свой приоритет кому-то другому, сделать это будет невозможно. По сути научный приоритет представляет собой не *право собственности* и даже вообще не *право*, а просто констатацию некоего факта: к данному конкретному открытию первым пришел данный конкретный ученый.

Аналогичным образом обстоят дела с *авторством*: физическое лицо, создавшее то или иное произведение, считается **автором** данного произведения вне всякой зависимости от каких-либо юридических крючков. Например, автор может продать права на издание своей книги, но автором он от этого быть не перестанет. Авторство *неотчуждаемо*, то есть ни по какому договору, никаким образом оно не может быть ни продано, ни подарено, ни еще каким-либо образом передано другому лицу. В российском законодательстве фигурирует термин *право авторства*, но этот термин не совсем удачен, поскольку по сути авторство представляет собой даже не *право*, а попросту констатируемый факт.

Тем не менее, имеются и определенные *права*, которые дает автору факт его авторства. В российском законодательстве эти права называются *личными неимущественными правами автора*. Некую путаницу вносит то обстоятельство, что в англоязычных источниках аналогичный набор прав называется *moral rights*. Личные неимущественные права включают *право авторства*, то есть право считаться автором произведения; *право на имя*, то есть право определять, будет ли произведение опубликовано под настоящим именем автора, под псевдонимом или же анонимно; *право на защиту чести и достоинства автора* и т.п. Отметим, что **все эти права являются неотчуждаемыми**, то есть, подобно авторству, не могут быть ни проданы, ни подарены, ни каким-либо еще образом переданы другому лицу. В частности, издатель не может включать в договор с автором требование о том, что книга будет издана под подлинным именем автора, или, наоборот, под псевдонимом; даже если такой пункт в договоре будет, автор всегда может передумать, причем ни к каким негативным последствиям для него это привести не может. Договор, предусматривающий подобные последствия, будет в судебном порядке признан ничтожным.

Несмотря на то, что личные неимущественные права автора всюду упоминаются в том же контексте, что и привычные копирайты, относить их к категории *интеллектуальной собственности* несколько странно: в российском законодательстве в самом названии этих прав подчеркивается их неимущественная сущность.

Заметим, что в некоторых областях знаний ни о какой *собственности* вообще речи не идет: так, математические результаты как таковые

никакими видами интеллектуальной собственности не охраняются. Хотя конкретная статья, в которой изложены новые математические результаты, вполне может быть защищена авторским правом как *литературное произведение*, но такая защита будет касаться самого текста статьи, а не изложенных в нем результатов.

Мы готовы теперь к тому, чтобы развеять одно из самых серьезных и часто встречающихся заблуждений в области интеллектуальной собственности. Итак, ***плагиат* есть публикация под своим именем произведения, созданного другим лицом**, и только так. В частности, неправомерное тиражирование произведения, часто называемое *пиратством*, никакого (!) отношения к *плагиату* не имеет. Более того, плагиатом не будет и заимствование фрагмента текста из другого произведения, если при этом указать границы заимствованного текста и его действительное авторство. Отметим, что такое заимствование вполне может нарушить чьи-то имущественные права (право на тиражирование произведения), а равно и неимущественные (например, право на защиту репутации автора), но все это не делает заимствование *плагиатом*. Плагиат — это присвоение себе авторства, и только оно; если угодно, плагиат можно рассматривать как злонамеренную дезинформацию читателей о действительном авторстве произведения. Если действительное авторство так или иначе указано, о плагиате речи идти не может.

1.3. Дай списать

В противоположность неимущественным авторским правам, права *имущественные* могут быть проданы, подарены, переданы по наследству, конфискованы за долги и т.п., а в некоторых случаях обладателем этих прав с самого начала является не автор произведения, а кто-то другой (чаще всего — фирма, на которую работает автор).

К имущественным правам относятся, в частности, право на воспроизведение и право на распространение. Собственно говоря, имущественные авторские права и есть то, что в англосаксонской юридической традиции называется *copyright* и обозначается знаком ©.

Надо отметить, что с этим значком вообще имеется изрядная путаница. В странах, где авторско-правовое законодательство основано на понятии *copyright* (в том числе в США и Великобритании), знак © обозначает именно копирайт, да и читается как «*copyright*». В России используется понятийная база, характерная для французской юридической традиции: эксплуатируется общее понятие *авторского права*,

которое делится на имущественные и неимущественные составляющие (отметим, что такой стиль терминологии используется и в Бернской конвенции). Значок © в Законе РФ об авторском праве и смежных правах назван «знаком охраны авторского права»; там же, в статье 9, говорится, что использовать его вправе *обладатель исключительных авторских прав*, а из текста других статей оказывается ясно, что под исключительными правами понимаются как раз права имущественные, то есть тот же копирайт. Тем не менее, чтобы понять, что знак копирайта с точки зрения российского закона означает охрану именно имущественных авторских прав, а не авторских прав вообще, нужна определенная юридическая квалификация или хотя бы доля занудства. Впрочем, знак охраны использовать все равно не обязательно.

Бернская конвенция устанавливает, что авторские права (в том числе и имущественные) *возникают в силу создания произведения*, то есть никакие процедуры регистрации, подачи заявки и т.п. не могут быть обязательными для охраны авторских прав. Интересно, кстати, что и этот достаточно важный момент далеко не все осознают. С другой стороны, авторские права часто все-таки регистрируются в официальных государственных органах, чтобы облегчить в случае чего идентификацию произведения и урегулирование возможных споров. Тем не менее, даже выданное официальное свидетельство о регистрации авторских прав может быть в судебном порядке оспорено и признано недействительным, если будет установлено, например, что авторами произведения являются иные лица, нежели было указано в заявке на регистрацию.

Важно понимать, что имущественные авторские права предназначены для охраны *результатов творческой деятельности*, и только их. Авторские права не распространяются, например, на результаты научных исследований (это другая область права): хотя тексты, излагающие такие результаты, могут быть защищены авторским правом, при этом никто не может запретить кому-либо написать свой текст, излагающий те же результаты.

Компьютерные программы с точки зрения авторского права приравниваются к литературным произведениям (sic!). Надо отметить, что такое приравнивание не слишком удачно, ведь текст литературного произведения обычно не изменяется с момента первой публикации, тогда как тексты программ меняются постоянно, в них исправляются ошибки, вносятся новые возможности и т.п.; так или иначе, в настоящее время ситуация именно такова.

Важно понимать, что авторским правом, таким образом, защища-

ется *текст программы для ЭВМ*, то есть ее конкретное воплощение. Авторские права на ту или иную программу никоим образом не ограничивают возможности третьих лиц по самостоятельному написанию программ, решающих те же задачи и выполняющих те же действия. Авторское право не распространяется на алгоритмы, протоколы и тому подобные технические решения, точно так же, как в литературе авторское право не распространяется на сюжетные линии, схемы построения произведения и т.п., а только на конкретный текст.

Вообще, имеется очень простое (хотя и не совсем корректное с юридической точки зрения) правило: авторскими правами защищаются произведения, которые не могут быть «случайно» повторены при вложении аналогичного количества труда. Так, писатель, ни разу не видевший текста того или иного литературного произведения, никогда не напишет *точно такой же* текст. Можно написать произведение, в котором совершенно случайно будет похожий или вовсе ровно такой же сюжет, но тексты перепутать будет невозможно. Новый текст может оказаться лучше или хуже, но *таким же* он не будет заведомо.

Отметим, что имущественные авторские права имеют ограниченный срок действия: в течение жизни автора и 70 лет после его смерти (от юрисдикции к юрисдикции это число может отличаться; в России до 2004 года оно составляло 50 лет).

Что касается значка с буквой Р вместо С, то он применяется для обозначения *смежных прав*. Подробное объяснение этого феномена заняло бы слишком много места; отмечу лишь, что наиболее часто встречающийся пример смежных прав — это права на *фонограмму*, то есть записанное на материальный носитель *исполнение* музыкального или музыкально-литературного произведения (песни). Сама по себе *песня* как объект охраны авторского права — это нотный текст и текст стихов; права на *фонограмму* по своей природе несколько отличаются и к ним применяются слегка иные правила.

Остается лишь гадать, почему действующее законодательство не делает такой же разницы между исходным текстом программы для ЭВМ (который, безусловно, есть результат творческой деятельности) и исполняемым файлом, который обычно и передается пользователю в качестве «программы», но является при этом не более чем результатом работы компилятора (компьютерной программы), а не непосредственным результатом творческой деятельности человека.

1.4. Чур я первый

В противоположность авторско-правовому законодательству, *патентное право* защищает результаты интеллектуальной деятельности, которые при аналогичном вложении сил могут быть повторены. Прежде всего это изобретения, но не только; в частности, в России патентом могут быть защищены три категории сущностей: изобретения, полезные модели и промышленные образцы. В некоторых других юрисдикциях промышленные образцы выделены в отдельную область права под названием *промышленный дизайн* (industrial design rights).

Границы применимости патентного права — вопрос очень сложный и неоднозначный. Так, результаты исследований в области математики (в том числе и прикладные) запатентованы быть не могут; в то же время результаты прикладных исследований в области той же химии патентуются просто на ура. Говоря точнее, патентоспособным является *новое, неочевидное и полезное* техническое или технологическое решение. Патентование научных открытий, математических результатов, а также, что интересно, программ для ЭВМ Патентный закон РФ запрещает в явном виде.

В противоположность авторским правам, права патентные возникают только после прохождения соответствующей бюрократической процедуры и продолжают охраняться только при условии своевременной уплаты патентной пошлины. Срок действия патента заметно короче, чем авторского права: всего 20 лет для изобретения, 10 — для промышленного образца и 5 — для полезной модели.

Интересно, что в большинстве стран (по косвенным сведениям — и в России, хотя из текста Патентного закона РФ это напрямую не следует) само по себе использование запатентованного изобретения — еще не преступление. Можно годами производить продукцию с использованием изобретения, на которое имеется действующий патент, принадлежащий третьему лицу, и ничего за это не платить, и так до тех пор, пока обладатель патента **сам** не обратится к производителю с предложением либо заключить лицензионный договор, либо прекратить производство. Использование запатентованной технологии или изобретения для личных некоммерческих нужд согласно действующему закону вообще не считается нарушением патента.

Еще один интересный факт состоит в том, что (во всяком случае, в России) держателя патента, который уклоняется от заключения лицензионных договоров с производителями при наличии спроса на соответствующую продукцию на рынке, можно **принудить** заключить

лицензионный договор, причем на условиях *соразмерной* (а не устанавливаемой в одностороннем порядке) денежной компенсации.

Уже выданный патент может быть признан недействительным, если будет доказано, что аналогичное изобретение или другая патентуемая сущность уже существовала на момент подачи заявки и информация об этом была публично доступна.

Коль скоро результаты интеллектуальной деятельности, охраняемые патентом, могут быть получены независимо другими лицами (в чем и состоит их принципиальное отличие от объектов авторско-правовой охраны), всегда имеется вероятность поступления в соответствующий государственный орган более-менее аналогичных независимых заявок. В этом случае «побеждает» та из них, которая была подана раньше. Хрестоматийным считается пример с патентом на телефон: заявка Белла была удовлетворена, а заявка Элиза Грея на аналогичное (хотя и построенное на других принципах) устройство, поступившая всего на два часа позже заявки Белла, была отклонена.

Вообще, патентом (и вытекающими из него возможностями) общество вознаграждает изобретателя не за то, что изобретатель сделал изобретение, а (буквально) за то, что он успел его сделать раньше других. Эта простая мысль вполне способна объяснить, почему права держателя патента настолько скромнее в сравнении с правами держателя копирайта. Если бы не было патентов, изобретатель мог бы держать свое изобретение в секрете, и общество бы не получило к нему доступа, но это не исключает возможности повторения того же изобретения другим лицом (заметим, некоторые изобретения попросту не могли не быть рано или поздно сделаны: тот же телефон тому пример). Отсюда и ограничения по срокам, и обязанности по заключению лицензионных договоров, и обязательность подачи заявки, и пошлины, и все остальные ограничения патентной защиты.

Отметим, кстати, что пресловутое *право авторства* (то есть право считаться автором) действует и в области патентов, причем является немущественным и неотчуждаемым, как и в области авторских прав.

1.5. Так что все-таки с программами?

Под давлением софтверных монополистов патенты на программы для ЭВМ чуть было не стали в Европе реальностью; во всяком случае, патентные ведомства успели выдать достаточно большое количество таких патентов. Если бы эта практика была легитимизирована, эффект не заставил бы себя ждать. В отличие от авторских прав, права патентные

не позволяют третьим лицам создавать аналогичные продукты без соответствующего лицензионного договора. Ясно, что это сделало бы рынок программных продуктов в каком-то смысле уникальным: каждая фирма-разработчик, предлагающая что-то сколь-нибудь новое, на ближайшие 20 лет практически автоматом становилась бы монополистом в данном классе решений. По меркам компьютерной индустрии 20 лет можно считать синонимом слова *навсегда*.

К счастью, европарламент в итоге отклонил патентуемость компьютерных программ, однако, как утверждают многие наблюдатели, это еще не конец истории.

Так почему же все-таки я называю интеллектуальную собственность «врагом»? Подробно об этом — в следующей части.

2. Интеллектуальная собственность: хотели как лучше, а получилось...

В предыдущей главе рассматривались три основных вида интеллектуальной собственности, а также виды прав, не являющихся собственностью (неимущественных).

Мне неоднократно удавалось озадачить собеседников заявлением, что ни один из видов интеллектуальной собственности (то есть имущественных прав, относящихся к перечисленным категориям) в итоге не выполняет тех функций, для которых был создан. Между тем, ничего нового в таком заявлении нет: аналогичные выводы делают многие аналитики и публицисты современности.

Не претендуя, таким образом, на новизну, рискну все же озвучить причины подобных заявлений. Это представляется осмысленным хотя бы потому, что в ответ на слова о вредности всех трех видов интеллектуальной собственности самой популярной реакцией, несмотря на множество текстов на эту тему, остается пока удивление.

2.1. Если на клетке слона написано «буйвол»

Начнем опять с торговых марок, как с самого простого случая. Вы курите? Тогда пойдите в ближайший ларек и купите там пачку Marlboro. Только потерпите, не курите ее сразу... впрочем, неважно: если даже не утерпите до окончания эксперимента, пойдете и купите еще одну. Так, есть пачка. А теперь попросите кого-нибудь привезти вам такую же пачку непосредственно из Соединенных Штатов. То есть **там** купить и привезти.

Ага. Теперь положите эти две пачки рядом и сравните. Если пове- зет, какие-то отличия будут заметны. Ну, да, предупреждение Минсоц- развития по-русски написано, ага. А на некоторых пачках вовсе и не написано, а так, наклейка приклеена. А если ее отклеить?

На самом деле, предупреждение по-русски печатать на самой пачке стали не так давно. До той поры вы бы вообще никаких различий не заметили на первый взгляд, а при более внимательном изучении обна- ружили бы одно отличие: в штрихкоде. Так это еще постараться на- до. Что характерно, требования на язык оформления сигаретной пачки действуют не во всех странах, так что есть, например, марки сигарет, которые производят в США и в какой-нибудь Болгарии; отличить их можно либо по штрих-коду, либо уже на вкус, ибо оформление пачки абсолютно одинаковое.

Ну а теперь вскрываем американскую пачку и выкуриваем сига- рету. Понравилось? Еще бы. Вскрываем отечественную и выкуриваем. Что, почувствовали разницу? Ага, и как это они вам раньше нравились? Кстати, если попадете когда-нибудь в Казахстан, попробуйте там тоже Marlboro. На всю жизнь запомните. Просто-таки неповторимый вкус несвежего сена, да.

Если вы не курите, я предложу отведасть пива. Ну, те марки, ко- торые все еще привозят «оттуда», трогать не будем. попробуем... э... ну, скажем, Tuborg. Привезите бутылочку из Европы, а вторую купите прямо здесь. Открываем и дегустируем.

Хотя Tuborg — еще ладно, а вот, к примеру, у нас когда-то продавал- ся чешский Gambrinus. Мне он даже казался вкусным, пока я в Праге не попробовал, что такое **настоящий** Gambrinus. Причем, что интересно, Gambrinus у нас вроде бы не варили, везли честно из Чехии, да только не помогло.

Ладно, оставим наши дегустационные упражнения и перейдем бли- же к делу. Изначально охранять наименования товаров придумали то- гда, когда появились первые аналоги нынешних брендов, известные сво- им качеством. Для ремесленника, у которого товарец был похуже, по- явилось искушение назвать свой товар так же, как у более умелого соседа, чтобы часть клиентов забрать себе. Ну, он так и сделал. То есть попросту обманул покупателей. Охранять право использования торго- вой марки придумали изначально для предотвращения такого обмана.

В результате, как мы видели, получилось не совсем то, что пред- полагалось. Дело в том, что в целях охраны торговую марку сделали **предметом собственности**, а в качестве собственника «назначили» производителя соответствующего товара и услуги. Все было бы хоро-

шо, если бы до производителей не дошло внезапно, что на престиже своей марки можно неплохо делать деньги, причем не только самому производя и продавая товар, но и позволив это делать еще кому-то под той же маркой. То есть кто-то другой и производит, и продает, а мы сидим и стрижем купоны. Весьма привлекательная картина, не так ли? Немудрено, что такая модель ведения бизнеса быстро стала популярной и даже получила специальное название *франчайзинг*.

Конечно, на владельца торговой марки действуют определенные сдерживающие факторы. Сдавая свою марку во франчайзинг кому попало, владелец вполне может получить резкое снижение популярности марки из-за, скажем, низкого качества продукции, поставляемой партнерами под данной маркой. Поэтому обычно к торговой марке прилагаются определенные технологии, услуги по обучению персонала, иногда даже делегированные специалисты для контроля за процессом производства, а соглашение о франчайзинге накладывает на использование торговой марки ряд ограничений. Обычно, но не всегда. К тому же и в случаях, когда владелец торговой марки всерьез пытается сделать лицензированный продукт идентичным оригинальному, далеко не всегда это ему удается.

Вернемся к нашим примерам с сигаретами и пивом. Вряд ли на популярность марки Marlboro в США может серьезно повлиять то обстоятельство, что в Казахстане под той же маркой продается откровенная солома. Есть ли при этом смысл для компании-владельца предпринимать серьезные усилия по обеспечению качества казахстанской версии? Вопрос можно считать риторическим.

Далее, торговую марку, как и любой вид собственности, можно просто продать. Продукт, который будет выпускать под той же маркой новый владелец, вполне может иметь мало общего с оригиналом.

Наконец, и сам владелец торговой марки вполне может выпускать под данной маркой *что угодно*, и здесь уже ему никто не указ. Классический пример этого — напиток Coca-Cola, нынешний рецепт которого не имеет вообще ничего общего с тем, что называлось именем Coca-Cola изначально (слово «кока» в названии напитка исходно обозначало то самое растение, из которого получают кокаин, а сам напиток был кокаиносодержащим; в те времена в США кокаин не был запрещен). Вообще данный сценарий достаточно типичен: выпускаем на рынок некий продукт, он становится популярен, но у нас в какой-то момент исчезает возможности его дальнейшего выпуска, либо такой выпуск становится нам невыгоден. Но популярность-то терять жалко! Вот мы и начинаем под тем же названием выпускать что-то совершенно иное.

Особенно неприятно бывает, когда потенциальный покупатель ознакомился с экземпляром того или иного продукта, например, у своих знакомых, решил, что это именно то, что ему нужно, пришел в магазин, приобрел нечто, имеющее абсолютно то же название с точностью до последней буквы, после чего обнаружил, что с тем, что он видел у своих знакомых, приобретенное не имеет ничего общего. Должен подчеркнуть, что подобные истории более чем реальны, они происходили и со мной самим, и с людьми, которых я лично знаю.

А теперь вспомним, с чего все начиналось. Изначально охрану торговых марок придумали, чтобы не допускать обмана покупателей. В итоге мы имеем ровно то, чего хотели избежать: **торговые марки предоставляют их владельцам широчайший ассортимент методов обмана покупателей, причем методов совершенно законных.**

Интересно, что в тех же США на этот факт обратили внимание законодатели, запретив продажу торговых марок отдельно от соответствующих технологий и производственных мощностей. Такая продажа была признана «мошенничеством против публики» (fraud upon the public). Всех проблем это, разумеется, не решает, зато показывает лишний раз, что проблема действительно есть.

2.2. Дура, не дура, а червонец в день имею

Патентное право появилось в качестве стимула для изобретателей, причем не стимула делать изобретения, а стимула **не скрывать от общества информацию об изобретении.** До появления патентов многие мастера ревниво охраняли свои секреты, доверяя их на старости лет одному-двум любимым ученикам, и то часто не полностью. Зачастую уникальная технология умирала вместе с автором: так, до сих пор не раскрыт секрет знаменитого лака, которым Страдивари покрывал свои скрипки.

Введением патентного права государство предложило изобретателям раскрыть детали изобретения в обмен на право в течение определенного времени контролировать использование этого изобретения третьими лицами. По некоторым сведениям, первый закон такого рода был принят в XV веке в Венеции; срок охраны патента составлял 10 лет.

Подчеркнем, что патенты никогда не рассматривались как **стимул изобретать**: изобретательская деятельность является неизбежным спутником любого технологического производства и в стимуляции не нуждается, причем изобретателями, как правило, являются люди, занятые в соответствующем производстве (то есть отдельной профессии

«изобретатель» не существует), а сами изобретения являются скорее результатом случайной мысли, чем целенаправленной деятельности.

Теперь посмотрим, что же происходит с патентами сейчас.

Мой любимый пример на эту тему достаточно специфичен и касается небольшой группы людей, а именно, спортсменов-парашютистов. В процессе укладки спортивного парашюта в некий момент необходимо продеть силовую петлю через люверсы на клапанах ранца, затянуть всю конструкцию и зафиксировать петлю шпилькой. До недавнего времени эта операция производилась с помощью матерчатой ленты («тявочки»), которую продевали в петлю, пропускали через люверсы, наматывали на руку и тянули со всей дури; не сказать, что сия операция доставляла укладчику много удовольствия, поскольку необходимое при этом усилие может достигать килограмм до тридцати, и на руках часто оставались ясно видимые следы от укладочной ленты.

Насколько лет назад в продаже появилось остроумное устройство, состоящее (буквально) из палочки и веревочки, точнее — из небольшого стального стержня с двумя пропилами под веревку и веревочной петлей. Затянуть парашют с помощью этой штучки оказалось существенно проще: хотя необходимое усилие никуда не делось, тянуть за стальной стержень как за ручку оказалось существенно удобнее, чем за обмотанную вокруг ладони «тявочку», да и пропускать этот стержень через петлю и люверсы получается существенно быстрее, чем ленту.

А теперь — барабанная дробь и внимание на арену. Стоимость фитюльки, получившей помпезное название *Power Tool*, составляет в США что-то около 18 долларов (прописью: восемнадцать), а у российских продавцов она идет по цене 650-700 рублей. При том, что себестоимость ее даже при ручном изготовлении вряд ли может превышать один доллар... ну, может быть, два, если принять во внимание стоимость человеческого труда в США.

Ясно, что при таком соотношении себестоимости к отпускной цене в условиях свободного рынка должны бы были появиться конкурирующие производители (хотя бы кустарные, учитывая сравнительно невысокий спрос) и цена бы быстренько снизилась до более разумной. Но не тут-то было. Фитюлька оказалась **запатентована**. И что-то мне подсказывает, что вряд ли деньги от этого патента достались тому, кто первым выточил соответствующий стерженек, привязал к нему отрезок парашютной стропы и с помощью полученного предмета попробовал затянуть парашют.

Отвлечемся теперь от специфического примера (кого, в конце концов, волнуют проблемы парашютистов, ведь узок их круг и все такое) и

посмотрим на ситуацию в целом. Технологии, которые реально чего-то стоят, все равно никто не раскрывает, поскольку, во-первых, двадцати лет охраны маловато, а во-вторых, защита, предлагаемая патентным правом, явно проигрывает по финансовой эффективности обычному сокрытию деталей производства. И, кстати, ничего особо страшного тут нет: времена мастеров-одиночек прошли, так что в могилу технологию никто не унесет.

Так что же нынче патентуют? А вот ерунду всякую и патентуют. Если быть точным, патентуются обычно такие вещи, которые **было бы невозможно производить и продавать, не раскрыв основные идеи**. Так, идея вышеописанного Power Tool'a немедленно становится очевидна всякому, кто берет его в руки. Другим аналогичным примером является азбука «граффити», применявшаяся для карманных компьютеров под PalmOS: ее невозможно было бы применять, не показав ее самое пользователю.

Таким образом, в свете изначального предназначения патентов ситуация выглядит несколько экстравагантно: общество все еще продолжает предоставлять патентную защиту, но уже не получает за это никакой компенсации в виде раскрытия деталей изобретения, которые бы остались закрыты, не будь патентной защиты.

Что характерно, общество ухитряется в упор не видеть абсурдности сложившейся ситуации, пытаясь применять к патентному праву те же слова о «справедливости», что и для, например, авторских прав (что-то вроде «изобретателей надо вознаграждать»). Об авторских правах разговор еще впереди. Что же касается патентов, нелишним будет напомнить, что заслуга обладателя патента не в том, что он сделал изобретение, а только в том, что он *успел раньше других*. В отличие от результатов творческой деятельности, изобретение вполне может быть повторено другими людьми, а некоторые изобретения просто-таки *не могут не быть сделаны рано или поздно*. К тому же, как водится, основная доля материальных благ от патентной защиты обычно достается вовсе не изобретателю (физическому лицу, автору патентуемой идеи), а той или иной фирме, обладающей достаточным ресурсом для защиты своих прав. Вообще, наличие соответствующих ресурсов (денежных средств и штата юристов) является во многом определяющим, позволяя крупным корпорациям аккумулировать патенты, зачастую монополизируя целые сектора рынка.

В ряде стран патентное законодательство оказывается чрезмерно либеральным в плане патентабельности тех или иных сущностей; так, в США можно запатентовать *алгоритм*, а можно даже *способ ведения*

бизнеса (!).

America Online получила в 2002 году патент на, ни много ни мало, instant messaging как таковой (если быть точным, на любую сетевую систему, позволяющую пользователям узнать о присутствии в сети друг друга и затем общаться между собой). Совершенно непонятно, правда, как это согласуется с требованием новизны, ведь первые системы, удовлетворяющие такому определению, появились еще в середине 1980х годов (комбинация программ finger и talk, входивших в стандартную поставку Unix-систем). Возникает интересный вопрос, что же приобрело общество взамен предоставленных таким образом AOLу полномочий.

Известна неплохая иллюстрация недопустимости бесконтрольного распространения патентной защиты на различные области человеческой деятельности. Рассмотрим органы управления автомобилем. В большинстве случаев это руль, три педали (акселератор, тормоз, сцепление) и рычаг переключения передач. Пользоваться этим набором органов управления умеют сотни миллионов людей по всему миру, то есть **сотни миллионов людей вложили свое время и силы** в изучение навыков обращения именно с таким «интерфейсом». Теперь представьте себе, что кому-то будет выдан патент на «способ контроля транспортного средства, включающий рулевое колесо, ножные педали и ручную рукоять управления передаточным механизмом». К счастью, такой патент выдан быть не может благодаря имеющимся ограничениям; зато теперь можно надеяться, что в необходимости таких ограничений сомнений больше не будет.

Между тем, еще не стих треск ломающихся копий по поводу патентов на компьютерные программы. Как уже говорилось в предыдущей главе, легитимизация патентной защиты в отношении программ для ЭВМ позволила бы крупным компаниям-разработчикам становиться монополистами по каждой более-менее новой задаче, решаемой с помощью программы, и эффективно выкидывать с рынка всех индивидуальных разработчиков и компании второго эшелона. Несмотря на очевидную катастрофичность такого положения, потребовалась масса усилий, чтобы не допустить такой легитимизации в Европе.

Вывод по поводу патентов оказывается практически однозначным: своей прямой цели (поощрению раскрытия деталей новых изобретений) они давно не служат, как не являются и средством поощрения авторов изобретений. Вместо этого патенты стали вне рыночным инструментом крупных компаний по устранению конкурентов. Вряд ли можно рассматривать патентное законодательство в его современной ипостаси как полезное для общества.

2.3. Ну и при чем тут автор? Похоже, что ни при чем

Ну а теперь о самом, пожалуй, суровом виде интеллектуальной собственности — о копирайтах, или имущественных авторских правах.

Изначально их придумали для охраны интересов авторов (в основном писателей) от произвола издателей. А теперь смотрим внимательно.

Совсем свежая история, годовой давности. Роберт Шекли, кумир миллионов читателей, автор книг, до сих пор расходящихся огромными тиражами, умер практически в нищете. На его лечение собирали деньги читатели в режиме благотворительных пожертвований. Причина в том, что все его книги оказались в собственности тех самых издателей, которые и продолжают до сих пор получать с них доходы. Истратив деньги, полученные от продажи издателям авторских прав, сам автор оказался на мели.

Здесь можно услышать, что Шекли сам виноват: продавать права никто не заставляет. Но это, строго говоря, не совсем верно. С одной стороны, издательства предпочитают именно покупать полные права на книги, а не заключать соглашения о каждом тираже; бороться с издателем не всегда получается. С другой стороны, потерять права на собственные произведения можно и помимо своей воли.

При распаде группы The Beatles ее участники между собой так разругались, что не смогли утрясти финансово-имущественные вопросы, и созданную ими несколько раньше фирму Apple пришлось пустить с молотка. В итоге на сторону «уплыли» копирайты на множество песен Beatles; в частности, Пол Маккартни так и не смог вернуть себе права на, пожалуй, лучшую из написанных им вещей, а именно Yesterday (в настоящее время права на нее принадлежат вроде бы Майклу Джексону; зачем они ему — вопрос, конечно, интересный). Подчеркнем, что Пол Маккартни, таким образом, не имеет права даже *исполнять* лучшую из своих песен на концертах, не говоря уже о том, чтобы записать ее в составе очередного диска.

Ричард Бах, попав как-то раз в ситуацию налогового банкротства, вынужден был после окончания всех перипетий *выкупать* права на собственные книги, которые были у него конфискованы вместе со всем остальным имуществом.

Справедливости ради надо отметить, что и Маккартни, и Ричард Бах остаются сторонниками копирайтов, что вполне можно понять, когда речь идет о миллионных гонорарах. Узок, однако же, круг авторов, имеющих миллионные гонорары, а с прочими, чьи гонорары скромнее, не все так просто. Так, например, материальное положение начинаю-

щего автора, печатающего короткий рассказ в каком-нибудь журнале, от копирайтной защиты вовсе никак не зависит, поскольку гонорар за первую публикацию он получил бы точно так же (за рукопись), а перепечатки ему все равно, скорее всего, не светят. Зато редакция журнала, как правило, требует полной уступки прав на подобные произведения, просто «на всякий случай», зная, что автору все равно особо некуда деваться (какой же начинающий автор откажется от публикации в журнале из-за каких-то там непонятных юридических заморочек). Дальше автор с удивлением обнаруживает, что, оказывается, не имеет права включить свой же собственный рассказ, например, в свой первый сборник.

Теперь рассмотрим предмет с другой точки зрения, а именно — точки зрения читателей и слушателей, или, попросту говоря, всего остального социума. Институт авторского права требует законодательной и, что более важно, исполнительно-судебно-полицейской поддержки, которая, естественно, осуществляется за счет налогоплательщиков. В то же время имущественные авторские права (в частности, право создания копий произведения) никак нельзя отнести к категории *естественных*; напротив, естественным является право любого индивидуума распоряжаться по своему усмотрению любой имеющейся у него информацией. Итак, общество без копирайтов, безусловно, возможно (в отличие от, например, общества без запрета физического насилия: функция защиты индивидуума от насилия со стороны других индивидуумов является естественной и неизбежной). Абстрагируемся от существующих реалий и сосредоточимся на выборе: нужны ли обществу копирайты.

Основной аргумент в пользу копирайтов состоит в том, что-де, не будь копирайтов, люди творческих профессий лишатся материальных компенсаций, в результате чего общество окажется лишено литературы, музыки, кино, а с недавнего времени к этому списку добавились еще и компьютерные программы (заметим, до 1980 года программы для ЭВМ не были объектом авторско-правовой защиты ни в одной стране мира).

Так вот, с одной стороны, материальную компенсацию писатели, композиторы и другие люди творческих профессий могут получить и без всяких копирайтов — взять деньги за рукопись с первого издателя никто не мешает. Конечно, для многих авторов такая компенсация окажется меньше, чем основанная на копирайте, однако совсем игнорировать такую возможность было бы ошибкой.

С другой стороны, действительно значимые произведения искусства создаются не ради гонорара, а как средство самовыражения. Не так давно я задал одному из современных российских фантастов прямой

вопрос, писал бы он свои романы, если бы за них не было никакой возможности получить денежное вознаграждение. В ответ автор посетовал, что на некоторые вещи у него, не будь авторских гонораров, просто не оказалось бы времени (ведь пришлось бы тратить время на зарабатывание денег чем-то кроме литературных занятий), однако перечислил при этом названия своих книг, которые точно бы были написаны, невзирая ни на какие обстоятельства. Должен сказать, что ответ практически полностью совпал с моими ожиданиями: наиболее интересные книги моего респондента в список вошли, а не вошедшие... пожалуй, их мне не жаль.

Существуют, безусловно, и такие книги, которые пишутся прежде всего ради гонорара. Увы, как правило, с искусством такие произведения имеют уже существенно меньше общего: настоящее произведение искусства не может писаться из-под палки или к поставленному сроку, оно должно вырваться и появиться ровно тогда, когда автор будет к этому готов, не раньше и не позже. Ради гонорара обычно пишется поспешно, такие тексты, которые самому автору глубоко безразличны.

Как ни прискорбно, погоня за гонораром часто превращает в поповиков даже таких авторов, чьи ранние (т.е. написанные еще не ради гонорара) произведения оставляют впечатление гениальных. Обычно для начинающего автора писательство не является основным видом деятельности; затем, если автор что-то собой представляет, его гонорары начинают расти, в какой-то момент он решает перейти в категорию профессиональных писателей (то есть сделать этот заработок основным и единственным), и за ним захлопывается дверца ловушки: теперь он вынужден писать, сообразуясь не с собственными желаниями, а с посторонними факторами, как-то нехватка денег, продаваемость книг тех или иных жанров и т.п.; для качества результата эти факторы бывают фатальными. Часто под давлением обстоятельств автор выдает «произведения», откровенно пятнающие его репутацию, вымученные, на которые явно не стоило тратить время ни писателю, ни читателям. Таково, например, «Новое путешествие в координаты чудес» Шекли, да и вообще едва ли не каждый второй роман этого писателя, подлинного мастера коротких рассказов — увы, за рассказы платят мало. К той же категории относятся странные, косноязычные «Хроники хорьков» Ричарда Баха и т.п.

Одним из последних аргументов в пользу копирайтов остается некая абстрактная «справедливость». Этот аргумент имел бы смысл, если бы авторские права действительно работали в интересах авторов; в действительности чаще получается так, что копирайты защищают интере-

сы не авторов, а издательских компаний. Впрочем, даже в этом случае все зависит от точки зрения. Чтобы попасть в категорию бестселлеров, книга должна пройти путь от простого текста, напечатанного на бумаге, к *культурному явлению*, то есть такой книге, которую цитируют к месту и не к месту, которую советуют прочитать знакомым, а тех, кто еще не читал, обзывают темными и отсталыми. Так вот, в формировании такого культурного явления участвует отнюдь не только писатель; более того, совокупное время, потраченное читателями на прочтение текста, оказывается в тысячи раз больше, чем время, потраченное писателем на его написание. Вообще, если говорить о литературе сугубо развлекательной, то ясно, что писатель оказывает услугу читателю; для случая серьезного искусства все не столь очевидно, и обратная точка зрения (что как раз читатель делает писателю одолжение, тратя время именно на его книгу) вполне имеет право на существование.

С этими рассуждениями можно соглашаться, можно спорить, но определяющим тут является тот факт, что *объективной справедливости* в природе не существует, все зависит от точки зрения.

Говоря о копирайтах, нельзя не упомянуть самое, пожалуй, причудливое явление, возникшее в этой сфере — так называемые общества по коллективному управлению авторскими правами. Законодательство допускает создание организаций, которые выдают лицензии на то или иное использование произведений, не спрашивая при этом согласия (sic!) авторов или иных правообладателей, взимают за это деньги, а затем, возможно, платят гонорары авторам. Организации такого рода должны соответствовать, безусловно, определенным правилам, а именно — быть некоммерческими и действовать в интересах авторов.

Удовлетворить этим критериям очень просто, достаточно зарегистрироваться в качестве некоммерческой организации и прописать в уставе, что-де организация действует в интересах авторов. Реально это никак не ограничивает свободу маневра: заработанные деньги в любом случае можно передать кому надо, для этого существует множество схем, не включающих привычные понятия прибыли и дивидендов; что же касается «интересов авторов», то доказать, что организация действует не в соответствии с этим пунктом своего устава, практически невозможно.

А вот дальше начинается раздолье. Можно стричь деньги с радиостанций, пускающих в эфир защищенные авторским правом фонограммы, можно продавать издательствам лицензии на публикацию литературных произведений (обычно с крупными произведениями так не поступают, поскольку действие против интересов правообладателя здесь

может оказаться слишком очевидным; но вот если дело касается небольшого рассказа малоизвестного автора — то почему бы и нет). Печально известное Российское авторское общество (РАО) ухитрилось выдавать лицензии на тиражирование CD-альбомов популярных зарубежных исполнителей, т.е. легитимизировать деятельность столь всеми нелюбимых «пиратов» (поделиться с РАО — и ты уже не пират, а уважаемый издатель). А что же с интересами правообладателей? О, тут все просто. Рассматриваемые организации вполне готовы выплатить правообладателю причитающийся ему гонорар, если правообладатель этот гонорар востребует, и даже прекратить «лицензировать» то или иное произведение, если правообладатель этого потребует. Теперь остается прикинуть, какова вероятность, что обладателю прав на какую-нибудь фонограмму второго эшелона из далекой страны придет в голову приехать в Россию и что-то там такое потребовать от некоей организации, которая, не говоря ему ни слова, успела выдать целый ворох лицензий на использование принадлежащей ему собственности.

Обычно организации этой категории распределяют гонорары между теми, кто их востребовал, в той или иной «справедливой» пропорции. В результате деньги, полученные за лицензирование произведений малоизвестных авторов, достаются более крупным «клиентам», причем это даже не обязательно авторы: в качестве таковых могут выступать, например, издательства или звукозаписывающие компании, владеющие большими пакетами имущественных авторских прав. Они же, кстати, часто оказываются и учредителями соответствующего «фонда» или «ассоциации».

Итак, вот что мы имеем в итоге. Имущественные авторские права (копирайты) изначально придуманы, чтобы заставить издателей платить гонорары авторам, то есть для защиты интересов авторов от произвола издателей, и для стимулирования творческой деятельности. На деле, во-первых, копирайты часто используются издателями **вопреки** интересам авторов. Во-вторых, если копирайты что-то и стимулируют, то это исключительно попса, причем наблюдается даже массовый уход в попсу талантливых авторов. В-третьих, вокруг копирайтов выросла целая индустрия паразитирующих субъектов, в первую очередь — пресловутых обществ по коллективному управлению авторскими правами.

Замечу, я намеренно не касался копирайтных проблем, связанных со спецификой цифровых технологий, сети Интернет и компьютерных программ. Об этом — в следующей части.

3. А ну отдай мой каменный топор: копирайты в цифровую эпоху

Итак, ни один из трех видов интеллектуальной собственности на деле не решает тех задач, для которых был придуман: торговые марки открывают пути для совершенно законного обмана потребителя (хотя должны были, наоборот, интересы потребителя защищать), патенты отбирают у общественности возможность использования изобретений (хотя должны были, наоборот, дать общественности доступ к изобретениям, к которым в допатентную эпоху доступа не было), и, наконец, копирайты всю используют издателями, и не только ими, для поправки интересов авторов, тогда как должны были именно автора (и именно от издателей) защищать.

Отметим, что такие парадоксальные результаты введения интеллектуальной собственности, пожалуй, являются попросту неизбежным следствием из тех форм интеллектуальной собственности, в которых она появилась и в которых известна нам. Описанные злоупотребления **возможны**, а это значит, что их появление было лишь вопросом времени и не связано напрямую с развитием общества в других областях.

Эта (третья) глава будет, напротив, посвящена явлениям, полностью обусловленным даже не просто развитием общества, а конкретно техническим прогрессом. Ныне живущие люди оказались свидетелями одной из самых заметных технических революций, и цепочка изменений окружающего мира, вызванная этой революцией, буквально перевернула представления об охране как минимум одного из трех видов интеллектуальной собственности. Об этом и пойдет речь.

3.1. Когда взрывается мир — на это определено стоит посмотреть

Сначала появились общедоступные компьютеры, которые, несмотря на свое название, для вычислений практически не использовались.

Появление компьютеров, а заодно и относительно дешевых копировальных аппаратов, дало мощный импульс развитию «самиздата». Пожалуй, копировальные аппараты здесь «отметились» первыми: если раньше книгу, взятую в библиотеке или у знакомых, можно было разве что законспектировать, то теперь появилась возможность относительно дешево создать вполне пригодную для чтения копию, которая, правда, обходилась обычно дороже книги, но при отсутствии нужной книги в продаже оказывалась вполне подходящей заменой. Еще и сейчас в личных библиотеках можно встретить переплетенные на ручном станке ксерокопии редких в советское время книг — в основном, Булгакова, Ахматову и прочий «серебряный век». В западных странах

с изданием художественной литературы проблем не было, но копировальные аппараты и там часто применялись для копирования книг — например, учебных пособий из университетских библиотек, сборников научных статей, изданных ограниченным тиражом, и т.п.

В отличие от копиров, компьютеры позволили не снимать копии с существующих книг, а *создавать новые книги*, чем немедленно воспользовались литераторы-любители. С появлением лазерных принтеров стало возможно в домашних условиях добиться при должном старании практически полиграфического качества конечного результата. Конечно, большого тиража при этом не сделать (слишком высока себестоимость каждого экземпляра), но напечатать сборник своих стихов или рассказов тиражом в полсотни экземпляров (для друзей и знакомых) оказалось более чем реально.

Кроме того, тексты оказалось возможно хранить и читать в электронном виде, не прибегая к помощи бумаги и издательских технологий. Появление сканеров и программ распознавания текста позволило переводить книги из бумажного в электронный формат. Теперь «тираж» книги оказался ограничен только потребностью в ней, а процесс «издания» — доступен всем желающим при практически нулевой стоимости.

Стремительное развитие компьютерных сетей сняло с распространения текстов последние физические ограничения, а появление удобных карманных компьютеров, что бы там ни говорили сторонники старых традиций, поставило в этом процессе жирную точку: издатель, стоявший с давних пор между автором и читателем, вдруг оказался *третьим лишним*. Это, безусловно, не отменяет бумажных книг как таковых, просто они становятся *необязательным* элементом взаимодействия автора и читателя.

Интересные изменения произошли и в других областях авторско-правовой сферы. Со времен появления первых магнитофонов люди переписывали музыку с пластинок на ленты и кассеты, записывали радиопередачи, копировали и сами ленты друг другу. Филофонисты коллекционировали редкие записи, и никому это особенно не мешало: при аналоговой записи неизбежно теряется качество, так что серьезной конкуренции оригиналу копии явно не составят. Когда изобрели видео, переписывание VHS-кассет тоже вроде бы никого не смущало по все тем же причинам. Даже когда появились первые цифровые диски, некоторое время никто не беспокоился. Правда, появление цифровых магнитофонов (интересно, помнит еще кто-нибудь про формат DAT) вдруг обеспокоило звукозаписывающие компании, причем обеспокоило до та-

кой степени, что неким непостижимым образом все производители DAT согласились искусственно сделать невозможным переписывание музыки с CD на DAT иначе как через аналоговые схемы, то есть с потерей качества. Формат DAT, впрочем, быстро приказал долго жить (и не в последнюю очередь именно «благодаря» описанным ограничениям), так что история благополучно забылась.

Ситуация коренным образом изменилась с появлением устройств пользовательского уровня для записи CD. Некоторое время записываемые болванки содержали золото и по этой причине были слишком дороги для записывания на них музыки, однако же и эта эпоха быстро прошла. Добавим к этому еще изобретение форматов сжатия, резко уменьшивших объемы цифровых данных, необходимые для хранения музыки и фильмов при сохранении приемлемого для массового пользователя качества, а так же еще и то, что пропускная способность каналов общедоступных компьютерных сетей возрасла на порядки.

Общий эффект от всех этих новшеств можно выразить одной фразой: если ранее массовое тиражирование книг (текстов), музыки, фильмов и изображений было доступно единицам (издателям), то цифровая эпоха открыла доступ в эту сферу всем желающим, практически сняв все входные пороги. Издатели этого явно не ждали.

3.2. А вообще я не знаю, зачем мне нужны эти цифры

Итак, наступил цифровой век. Так или иначе это затронуло практически все сферы человеческой деятельности, в том числе и все три области интеллектуальной собственности — но в весьма разной степени.

Законодательство о торговых марках весьма неоднозначно интерферировало с доменной системой имен в сети Интернет. В самом деле, что если торговая марка совпадает с одним из идентификаторов имени домена? А если с его частью? А если сайт, поднятый в домене, не имеет никакого отношения к сектору рынка, в котором действует соответствующая марка? В России в самом конце прошлого столетия прошли два знаковых судебных процесса: относительно домена kodak.ru и относительно домена mosfilm.ru. Интересно, что результаты процессов были прямо противоположны: компания Kodak так и не добилась успеха с силовым отбиранием домена, тогда как Мосфильм добился судебного вердикта, запрещающего тогдашнему администратору ccTLD .RU *регистрацию любых доменов, содержащих в себе слово «Мосфильм»* (в частности, под запрет попали такие имена, как demosfilm.ru, palmofilms.ru и т.п.)

На Западе тяжбы вокруг доменных имен окончились появлением

документа «Uniform Dispute Resolution Policy», после чего все стихло. Последний отголосок былых баталий — появление торговых марок, полностью совпадающих с доменным именем, включая суффикс верхнего уровня. Примерами таких марок служат X.org и OpenOffice.org (обе, что интересно, принадлежат свободным программным проектам). Пожалуй, можно сказать, что **никаких качественных изменений в области торговых марок «цифровая революция» не вызвала.**

В сфере патентного законодательства можно отметить яростные баталии за патентование программ как таковых, а также алгоритмов, протоколов обмена и прочих технических решений в области программного обеспечения. Можно ожидать, что через несколько лет утихнут и они, пока же не стоит этим баталиями сильно удивляться: была бы мутная вода, а желающие половить в ней рыбу всегда найдутся.

3.3. Караул! Хулиганы монополии лишают!

Совершенно иным образом обстоят дела в области пресловутых *прав на создание копии*. Отметим лишь несколько моментов.

Если в доцифровую эпоху воспроизвести книгу с разумными затратами можно было только при условии достаточно большого тиража, что, в свою очередь, было под силу только издателям, то с появлением современных методов воспроизведение бумажной книги оказалось технически и финансово доступно всем желающим, хотя и все еще сравнительно дорого (то есть в среднем дороже, чем купить книгу в магазине). Более того, бумажная книга неожиданно оказалась не единственной формой представления литературного произведения, воспроизведение же произведения в альтернативной (электронной) форме по себестоимости близко к нулю.

Далее, в доцифровую эпоху создать действительно качественную копию фонограммы или видеозаписи можно было только на профессиональном студийном оборудовании. Копии, создаваемые в бытовых условиях для личного пользования, никакой конкуренции оригиналу составить не могли. В результате цифровизации аудио- и видеотехники копии, создаваемые в бытовых условиях, оказались ничем не хуже (то есть **буквально** ничем), нежели профессиональные, ведь копирование цифровой информации производится бит в бит без каких-либо изменений и, соответственно, потеря качества при цифровом копировании заведомо отсутствует.

Наконец, цифровой эпохе мы обязаны появлением принципиально нового вида объектов авторско-правовой охраны — программ для ЭВМ.

Копирование произведений этой категории было изначально доступно каждому пользователю в силу самой природы программ для ЭВМ как цифровой информации.

Таким образом, можно заметить, что в доцифровую эпоху *нарушить копирайт* «простым смертным» было либо попросту не под силу, либо под силу, но так, что никакого ощутимого эффекта для обладателя исключительных прав это не имело. В эпоху же цифровых технологий возможность войти в серьезный конфликт с копирайтным законодательством появилась практически у каждого.

Говоря короче, **в доцифровую эпоху копирайты не касались почти никого**; рядовой гражданин о копирайтах ежели что и знал, то чисто теоретически, и даже помыслить не мог, что какие-нибудь его действия могут оный копирайт нарушить. И вот **после «цифровой революции» копирайты вдруг стали касаться практически всех**.

Это вызвало изменения и в поведении правообладателей и прочих материально заинтересованных в копирайте сторон. В самом деле, раньше они могли себе позволить вообще не интересоваться действиями частных лиц; круг потенциальных нарушителей копирайта (то есть тех, кто вообще чисто технически мог это сделать) ограничивался издателями и был, соответственно, весьма и весьма узок. «Цифровая революция» внесла в этот безмятежный мирок свои коррективы. Представьте себе, например, как вы в спокойной обстановке, никого не трогая, готовите себе бутерброд с колбасой, аккуратненько и со вкусом его формируете, поправляете кусок колбасы, чтобы он покрасивее лежал, сверху украшаете, скажем, веточкой зелени, все это время предвкушая, как вы сейчас это произведение кулинарного искусства употребите внутрь — и в тот самый момент, когда вы уже собираетесь от бутерброда откусить, на вас налетает, скажем, стая бешеных воробьев и в мгновение ока расклеивает ваш вожделенный бутерброд в мелкие дребезги в сантиметре от вашего рта. Представили? Вот таковы примерно и были ощущения издателей, хотя никто из них в этом не признается.

3.4. Отдай колбасу, все прощу

Столь разительное изменение внешних условий вызывает, разумеется, и достаточно быструю смену стратегии поведения. Пока частные лица не представляли для издателей ни малейшей угрозы, издатели всячески старались показать частным лицам, что никак не ущемляют их свободу. Само копирайтное законодательство содержало специальные ограничения исключительных прав правообладателя (вроде *fair use rights* в

США). В частности, создание одной копии защищенного произведения любым способом для личных бытовых или учебных нужд практически никогда и нигде не рассматривалось как нарушение закона.

Следы этой благословенной эпохи еще в начале 1990х годов можно было наблюдать в лицензиях на программные продукты в виде принципа «just like a book» (*наподобие книги*): в соответствии с этим принципом программу можно было передавать другим лицам, переставлять с одного компьютера на другой и т.п. при условии, что физическая возможность ее использования при этом ограничена так же, как ограничена физическая возможность использования экземпляра книги: ее невозможно использовать одновременно более чем одному человеку, плюс для того, чтобы один человек прекратил использование книги, а другой начал такое использование, им необходимо как минимум встретиться, чтобы передать книгу из рук в руки.

Современные лицензии на программы выглядят, как известно, совершенно иначе. Ощущение от них обычно такое, что правообладатель задался целью запретить владельцу копии все, что только сумел себе представить. В частности, под давлением соответствующих лобби не столь давно было изобретено новое исключительное право правообладателя: *право на сдачу в прокат*, каковое, ни много ни мало, означает, что «владелец» копии произведения, сколь угодно легитимной, тем не менее не вправе без разрешения правообладателя использовать свою копию для сдачи в прокат. Появившуюся возможность издатели немедленно начали использовать в хвост и в гриву. Более того, обычно лицензии ухитряются запрещать и *перепродажу* легитимной копии третьим лицам, невзирая на то, что большинством версий копирайтного законодательства (включая и российское) право перепродажи признается неотъемлемым.

Заметим, что в применении к книгам новшество с «правом сдачи в прокат» фактически означает уничтожение *библиотечного дела*. К счастью, толика здравого смысла у законодателей покамест сохраняется, так что библиотеки бумажных книг пока вне опасности (хотя, заметим, поправки к российскому авторско-правовому законодательству, *запрещающие людям давать друг другу читать книги*, чуть было не прошли пару лет назад). А вот с прогрессивными цифровыми формами представления произведений все, к сожалению, совсем плохо: в сентябре 2006 года в России в силу вступили поправки, накладывающие практически фатальные ограничения на библиотеки в отношении экземпляров цифровых произведений. Интересно, что закон не содержит никаких оговорок относительно лицензии правообладателя, так что библиотечные

учреждения, судя по всему, **не вправе выдавать на руки читателям цифровые экземпляры произведений даже в случае, если автор или иной правообладатель такую выдачу им разрешит.**

Очнувшись и осознав глубину изменений, вызванных «цифровой революцией», издатели повели масштабное наступление на права частных лиц. Одно из господствующих направлений этого наступления — законодательные ограничения на предоставление услуг, связанных с передачей и воспроизведением информации. Прежде всего, разумеется, под раздачу попали Интернет-операторы. До не столь давнего времени оператор мог (что вполне нормально) возложить всю ответственность за передаваемую и распространяемую пользователем информацию на самого пользователя: в конце концов, кому как не пользователю знать, каков лицензионный статус распространяемой им информации. Представителей медийного бизнеса такой расклад не устроил: пользователя-нарушителя еще поди поймай, а провайдер — вот он, никуда не денется. На хостинговых операторов и провайдеров связности началось массированное давление, принимающее самые различные формы: от идиотических законодательных инициатив вроде DMCA в США, и до откровенно бандитских наездов в России.

Давление вынуждает операторов вводить в свои пользовательские договора такие пункты, которые несколько снижают опасность серьезного наезда со стороны копирайтных бонз, но при этом весьма существенно бьют по возможностям рядового пользователя. Так, многие хостеры *запрещают пользователям размещение трэ-файлов*, не делая никаких оговорок о правовом статусе таковых: бард-любитель, пожелавший выложить в Сеть свои полуподвальные записи, вполне может с удивлением узнать, что такое выкладывание является нарушением правил его провайдера (подобное мракобесие особенно характерно для Германии).

Аналогичным образом копирайтные бонзы расправились с перспективной технологией децентрализованных файлообменных сетей. Их аргументы оказались просты, как чурбан: файлообменная сеть, мол, используется для незаконного распространения музыки, фильмов и «пиратского» программного обеспечения. То, что ощутимую часть трафика файлообменных сетей составляли файлы совершенно легитимные — дистрибутивы свободно распространяемого софта, а также фонограммы и видеоролики, имеющие статус общественной собственности либо лицензированные для свободного распространения, их явно не смутило.

Подобные вещи происходят не только в Интернете. Не столь давно обсуждался случай, когда жительница США столкнулась с совершенно

неожиданной проблемой: сотрудник фотолaborатории для фотографов-любителей отказался выполнить заказ на изготовление отпечатка ее фотографии с цифрового носителя, мотивируя это тем, что фотография имеет профессиональное качество и, соответственно, для ее воспроизведения необходимо разрешение правообладателя. Уверения, что именно она сама и является автором (и, соответственно, владельцем) соответствующей фотографии, на сотрудника лаборатории не подействовали.

Важно понимать, что те же операторы Интернет вовсе не заинтересованы в охоте на собственных клиентов. Чем больше действует ограничений на информационный обмен между пользователями Сети, тем меньше трафик и тем, соответственно, меньше объем услуг, которые оператор способен продать пользователям. Точно таким же образом и пресловутый сотрудник фотолaborатории оставил собственную фирму без выручки за непринятый заказ. Таким образом, очевидно, что далеко не все корпоративные участники рынка заинтересованы в имеющемся копирайтном беспределе.

3.5. А ну-ка убери свой чемоданчик

Другое направление массовой атаки владельцев копирайтов — компании, производящие оборудование и программное обеспечение для работы с цифровым звуком и видео.

Известно, что защита от копирования информации как таковая технически неосуществима без соответствующей функциональности воспроизводящего оборудования. Если та или иная информация вообще может быть воспроизведена, то, следовательно, она может быть и скопирована: помешать этому можно, разве что скрыв от пользователя детали реализации системы воспроизведения, физически защитив (например, тривиально залив эпоксидкой, либо попросту понадеявшись на то, что пользователь не разберется во внутреннем устройстве системы) те части системы, в которых информация в какой-либо момент будет присутствовать в открытом виде; заметим, наличие таких мест необходимо, в противном случае информацию вообще невозможно будет воспроизвести.

Однако производителей сложной электроники в мире не так много, и при некоторых усилиях вполне можно «убедить» их всех ограничить соответствующим образом возможности выпускаемой техники. Блестящий пример этого — пресловутые «зональные коды», поддерживаемые DVD-приводами. Характерно, что почти для всех выпускаемых приводов имеются прошивки сторонних разработчиков, начисто устраняю-

щие пресловутую «защиту», что само по себе наглядно демонстрирует суть зональной защиты: это не более чем троянская (то есть действующая вопреки интересам пользователя) вставка в оригинальную прошивку устройства. Проблема в том, что копирайтные бонзы на сей раз превзошли сами себя: им удалось заставить **всех** производителей DVD-дисководов предусмотреть такие вставки в своих устройствах.

В конце прошлого года через законодательные органы США едва не прошел так называемый Analog Hole Bill, который предполагал, ни много ни мало, **запрет на производство аппаратуры для оцифровки видео**, за исключением закрытых систем, которые должны были бы распознавать специальный сигнал в аналоговом входном потоке, обозначающий «разрешенность» данного сигнала к оцифровке. Собственно говоря, термин *analog hole* (аналоговая дыра) обозначает имманентно существующую дыру в любой защите от копирования текстов, музыки, изображения или фильмов: если любой из этих видов информации может быть *воспроизведен* (напечатан на бумаге, показан на экране или проигран через динамики), то он, соответственно, может быть и *записан*, соответственно, с помощью сканнера и распознавателя, с помощью фотоаппарата или видеокамеры, и, наконец, с помощью микрофона. «Заткнуть» аналоговую дыру можно только одним способом: запретив производство соответствующей аппаратуры.

То, что средства оцифровки аналогового сигнала чаще используют не для нарушения чьих-то копирайтов, а для создания, например, любительских видеofilмов и аудиозаписей «неофициальных» исполнителей, опять же, поборников копирайта не волновало. К счастью, нашлись и те, кого это (а заодно и такая странная штука, как свобода частных производителей) все-таки волнует.

Если Analog Hole Bill оказался столь одиозен, что практически не имел шансов на принятие, то явление более общее, именуемое DRM (Digital Rights Management) в разных своих формах используется всюю. Общая его идея в том, что формат представления той или иной информации предусматривает пометки о лицензионном статусе соответствующей информации, а **все** средства, позволяющие рассматриваемый формат использовать, при этом анализируют значение пометок и отказываются производить операции, противоречащие имеющимся пометкам. Частным (и, к сожалению, успешным) случаем DRM является уже упоминавшаяся зональная защита DVD.

Важным моментом в DRM является то, что для успешного достижения поставленной цели необходимо контролировать **все** существующие средства воспроизведения данного формата. Иногда это достига-

ется закрытием спецификаций самого формата, что, впрочем, спасает ненадолго. Чаще любители DRM уповают на то, что большая часть аппаратуры и программного обеспечения все равно является закрытой, а «маргиналы», пользующиеся хоть тем же Linux'ом, погоды все равно не сделают.

Реализация DRM в программах, распространяемых с открытыми исходными текстами, заведомо бессмысленна, т.к. найти в программе и исправить нужное место так, чтобы DRM не соблюдался, может едва ли не каждый второй пользователь. В итоге, кстати, та же зональная защита обычно не работает при воспроизведении DVD на компьютерах с ОС Linux, а заодно и на тех немногих DVD-проигрывателях, в которых Linux используется в качестве прошитого ПО. Это, с одной стороны, внушает определенный оптимизм противникам DRM; с другой стороны, то же обстоятельство делает весь мир свободного программного обеспечения мишенью для перманентных нападков со стороны медиа-индустрии.

Необходимо заметить, что очень часто DRM запрещает и такие действия пользователя, которые никоим образом не являются нарушением копирайтного законодательства. Так, право создать резервную копию купленного произведения на случай порчи оригинального носителя сохраняется за владельцем легитимной копии практически во всех версиях копирайтных законов, как и право перепродать свой экземпляр другому лицу; между тем, DRM часто делает эти действия невозможными или затруднительными.

3.6. Господа, а морда не треснет?

Итак, картина вырисовывается весьма любопытная. Защищая свои интересы в изменившемся после цифровой революции мире, копирайтные бонзы вмешиваются в работу независимых компаний, диктуют условия операторам Интернет и производителям аппаратуры (кстати, лишая их заметной доли дохода), душат перспективные технологии (те же файлообменные сети, а с десяток лет назад — DAT-магнитофоны), упорно придумывают способы ограничить производство и использование открытого программного обеспечения. Что еще хуже, под прикрытием «защиты авторских прав» они доходят до методов, препятствующих независимым авторам в создании своих собственных произведений, таких как любительские видеофильмы и аудиозаписи: не так давно мне встретилась жалоба видеолюбителя на то, что имеющаяся техника не позволила ему перегнать **свою** (собственноручно отснятую) miniDV-

кассету на DVD-рекордер, обвинив в нелегальном копировании. Характерно, что комментаторы немедленно порекомендовали взять Linux и перегонять через компьютер.

Общества по коллективному управлению авторскими правами, возникнув в ответ на потребность обойти в ряде случаев букву копирайтного закона, исподволь сменили самую цель копирайтного законодательства: вместо принципа «автор должен быть вознагражден» они эксплуатируют принцип «пользователь должен заплатить», а кому в итоге достанутся деньги — уже не так важно.

Как уже говорилось в предыдущей главе, обеспечение соблюдения копирайтного законодательства, с одной стороны, осуществляется за счет налогоплательщиков, а с другой — в большинстве случаев не имеет прямого отношения к защите интересов *авторов* (создателей) художественных произведений. Единственным исключением является пока что кино, особая роль которого обусловлена существенными материальными затратами при съемках фильмов, однако существует и такая точка зрения, что, не будь копирайтной защиты, те же (по качеству) фильмы можно было бы снимать чуть ли не в сотни раз дешевле.

Не знаю как у вас, а у меня возникает один вопрос: а не слишком ли высокую цену платит общество за весьма и весьма сомнительное счастье лицезреть голливудскую кинопродукцию?

3.7. Ежели б я рельсу унес или, положим, бревно поперед ейного пути положил, а то... тьфу! гайка!

Нельзя не отметить и еще один момент, связанный со столь резким расширением круга лиц, которых напрямую касается копирайтное законодательство.

Подобно чеховскому герою, который так и не поверил, что его отправляют в тюрьму за открученную гайку, широкая публика **никогда не поверит, что копирование может быть злом**, к каким бы ухищрениям ни прибегали пропагандисты копирайтных общественных отношений. Отдельные люди — как правило, либо сами представители медиа-индустрии, либо единицы, клюнувшие на пропаганду — поверят, но в массе это погоды не сделает. В доцифровую эпоху, когда копирайты напрямую касались только избранных, с этим было, конечно, гораздо проще.

Шесть лет назад была опубликована моя статья «Информационное общество будущего и современность», в которой был сформулирован принцип информационной свободы и (возможно, что и впервые) приме-

нен концепт информационного насилия. Готовя к публикации статью об интеллектуальной собственности, я в первых трех ее главах намеренно не упоминал термин «информационное насилие». Об информационной свободе и интеллектуальной собственности — в следующей, последней главе.

4. О справедливости интеллектуальной собственности, или ЧЬИ В ЛЕСУ ШИШКИ

Напомню, что в первой главе статьи приводились в основном объективные справки о реалиях существующего законодательства. Вторая глава была посвящена анализу результатов введения интеллектуальной собственности и оканчивалась выводом (для кого-то, возможно, неожиданным), что все три имеющихся вида ИС приводят на деле к результатам, прямо противоположным своему изначальному предназначению. В третьей главе показаны взаимоотношения копирайтного законодательства с особенностями нынешней (цифровой) эпохи; чем дальше заходит технический прогресс, тем доступнее становятся средства информационного обмена, тем менее нуждается общество в *издателях* — выделенных субъектах, которые только и заинтересованы в так называемом «авторском» праве, и тем сильнее копирайтное законодательство противоречит интересам частных лиц.

Нынешняя, заключительная глава будет обращена к тем из моих читателей, кто, несмотря на все вышесказанное и на все сделанные негативные выводы, продолжает считать, что интеллектуальная собственность вообще и копирайтное право в частности каким-то образом отвечают понятию *справедливости*.

4.1. Да здравствует наш суд — самый справедливый суд в мире

На фоне нашумевшего в России «дела Поносова», которое, к счастью, завершилось более-менее благополучно, затерялась небольшая, но куда как более знаковая история, происшедшая в далекой Японии. Семидесятитрехлетний музыкант Масами Тоеда был арестован японской полицией по обвинению в нарушении авторских прав; ему было предъявлено обвинение в незаконном исполнении 33 песен из репертуара The Beatles и других известных групп. Старик играл эти песни в баре на губной гармошке под аккомпанемент пианино. Ордер на арест Тоеды стал результатом обращения в правоохранительные органы представителей Японского общества по правам авторов, композиторов и издателей.

С ума они там, что-ли, все походили? Да вот, похоже, что нет. Мало кто из сторонников авторских прав догадывается, что, например, какой-нибудь небритый турист, взявший в руки гитару у костра посреди леса, совершает тем самым страшное-престрашное нарушение закона: действительно, редкий турист поет *свои* песни, и еще меньше таких, кто поет *только свои*, ну а право на исполнение песен, написанных другими авторами, является исключительным имущественным правом. Из него, правда, есть некоторые исключения: можно почему-то исполнять любые песни на «официальных и религиозных церемониях» и еще на похоронах (ст. 22 Закона РФ об авторском праве и смежных правах). А вот про исполнение в лесу у костра в законе ничего не сказано.

Не сказано, кстати, ничего и про другие варианты самодеятельного исполнения. Вообще, следовало бы, наверное, запретить свободную продажу музыкальных инструментов: всем ведь известно, что на исполнение произведений классической музыки (на которую копирайт давно истек) у большинства любителей не хватает ни квалификации, ни желания, ну а все более-менее современное защищено авторским правом, и никто никогда не видел, чтобы подросток, только что купивший в магазине гитару, следующим пунктом программы отправлялся за лицензией на публичное исполнение.

Впрочем, отбери у них гитары — они, чего доброго, начнут распевать ворованные песни а capello, то бишь без всяких гитар. Тоже непорядок, между прочим.

А уж что творится на школьных уроках музыки, о! Вы не поверите! Да и не только музыки. На уроках литературы вон стихи наизусть читают. В присутствии целого класса. И без лицензии, между прочим. А где в законе хоть слово о публичном исполнении в образовательных целях или там в стенах образовательных учреждений? Так и это еще не все! Мало им на уроках законы попирают, они еще и всякие там самодеятельные спектакли ставят, утренники какие-то проводят, пираты проклятые.

Возможно, читателя мне так не убедить: скажет, что, мол, ну это перегиб, так выкинуть из закона право на исполнение, и все. Ага, а если кто из родителей тех школьников дерзнет прийти на утренник и снять его на видеокамеру? А там — защищенная копирайтом песня композитора Неслыхайло, права на которые он, по правде, давно уже отдал какому-нибудь музыкальному агентству «Вопли и скрежет Records». Какой теперь пункт закона прикажете отменять? Этак, чего доброго, мы и до свободного копирования видео в домашних условиях доберемся.

Кстати, о домашнем видео. В предыдущей главе я уже упоминал

видеолюбителя, которому бдительная аппаратура не дала скопировать *собственноручно снятую кассету*, мотивируя это незаконностью копирования защищенного контента. И правильно сделала! Мало ли что он там своей камерой наснимал.

4.2. Дура лекс. Дура и есть

Итак, копирайтное законодательство, как мы видим, делает незаконными такие вещи, о незаконности которых подавляющее большинство людей и подумать бы не могло: уж о том, что школьный утренник, оказывается, нарушает чьи-то авторские права, я уверен, не задумывался практически никто. В чем причина такого расхождения между законом и общественным мнением?

Современное законодательство во всем его многообразии практически невозможно знать, не будучи профессиональным юристом. Поэтому большинство людей в повседневной жизни пользуется *интуитивным* пониманием законности или незаконности тех или иных действий. Вот, например, кого-нибудь убить — это незаконно, и это вроде бы все знают. Кому-нибудь в морду заехать — тоже. Воровать (в смысле, по настоящему воровать, кошелек украсть из кармана или квартиру обчистить) — в незаконности этого тоже никто не сомневается.

Интуитивное представление о том, что можно и что нельзя, для большинства людей имеет авторитет даже больший, чем буква закона. Современный человек обычно в курсе, что законы бывают разные, и что они даже иногда меняются. Поэтому если, например, закон разрешает что-то такое, что с точки зрения некоего индивида относится к категории «ну разве ж так можно», то индивид скорее заявит, что это плохой закон, чем согласится поменять собственные воззрения. И точно таким же образом, если закон запрещает делать что-то такое, в чем наш индивид не находит ничего предосудительного, то с точки зрения индивида, скорее всего, наилучшим вариантом будет менять закон.

Один из базовых принципов, по которым люди имеют привычку записывать действие в категорию допустимых, — это принцип «а кому это мешает». Очень трудно будет убедить обывателя в незаконности его действий, если ему при этом не предъявить пострадавшего. И, в частности, ныне широко распространено мнение, что **за закрытыми дверями собственных квартир и так, что снаружи ничего не видно и не слышно, люди имеют право делать все, что им заблагорассудится**. Следует отметить, что такое мнение совершенно не соответствует юридической действительности, однако же в данном

столкновении мнений средний обыватель скорее встанет на сторону его коллеги-обывателя, нежели на сторону закона, потому что такой закон, который кому-то что-то запрещает без особой на то необходимости, обывателю не понятен. Против таких законов есть универсальная фраза: «мои личные дела никого не касаются».

И вот обывателю пытаются объяснить, что он кому-то мешает, когда переписывает приятелю музыку или фильм, приглашает знакомых в гости посмотреть видео, включает музыку на домашней, опять же, вечеринке... Что, простите? Вы и этого не знали? Разумеется, это тоже незаконно, ибо проигрывать купленный в магазине диск разрешается только у себя дома, причем только тогда, когда там не присутствуют люди, не относящиеся к обычному кругу семьи. А если присутствуют — то это уже публичное воспроизведение или публичный показ. Что, не нравится? Вот то-то и оно.

4.3. Не говорите мне, чего не делать, и я не скажу, куда вам идти

Если развить рассуждения об интуитивном понимании допустимости или недопустимости тех или иных действий, можно прийти к вполне либертарианской точке зрения о том, что допустимо все, кроме насилия над другими. Достаточно давно стало понятно, что в этом определении нельзя ограничиваться только насилием физическим, поскольку, например, это даст возможность всем желающим безнаказанно наносить кому угодно словесные оскорбления любой степени; точно так же это сделает возможным распространение заведомо ложных сведений, и многое другое из того, что (в том числе и на интуитивном уровне) представляется действиями недопустимыми. Заметное число людей придерживается точки зрения, что вышесказанное является достаточной причиной для отказа от признания допустимыми любых ненасильственных действий; в этом случае приходится продолжать применять традиционную модель законодательства, основанного на перечислении частных случаев и не имеющего зачастую никакой внутренней логики.

В то же время либертарианский подход, основанный на делении поступков на насильственные и ненасильственные (вместо законных и незаконных), оказывается, очевидно, гораздо ближе к интуитивному пониманию допустимого и недопустимого для большинства людей. Что же касается пресловутых словесных оскорблений, то проблема с ними решается на удивление просто: достаточно вспомнить, что **в любом акте передачи информации участвуют как минимум два чело-**

века, и, следовательно, для самого акта передачи, чтобы он не попал в категорию насильственного, необходимо согласие **обоих**: как передающего, так и принимающего. Любые нарушения этого принципа следует признать насилием — *информационным насилием*.

Интересно, что, хотя термин «*информационное насилие*» появился относительно недавно, все варианты информационного насилия можно разделить на три вида, и в каждом из трех найти пример давно известного противозаконного деяния. Передача информации без согласия передающего называется **шпионаж**; запрет со стороны третьих лиц на передачу информации между двумя лицами, которые на такую передачу согласны — пресловутая **цензура**; и, наконец, передача информации без согласия получателя — в эту категорию попадают **оскорбления**, всяческая незаконная пропаганда, не так давно появившийся **спам** и т.д.

В статье «Информационное общество будущего и современность», которая была опубликована весной 2000 года, я уже отмечал, что при таком подходе требование о соблюдении копирайтных прав оказывается совершенно однозначно информационным насилием, попадающим в ту же категорию, что и пресловутая цензура, а именно — неавторизованное вмешательство третьих лиц в процесс свободного информационного обмена. Попросту говоря, если мне, скажем, подарили диск с информацией, уже открытый, лишенный упаковки (что исключает принятие какой-либо оферты при вскрытии упаковки), причем я с него никаких программ не запускал (что, опять же, исключает принятие оферты через нажатие кнопки в диалоге программы), то вроде бы никаких обязательств ни перед кем у меня относительно данного диска нет. Допустим теперь, что у меня имеется некий знакомый, которому зачем-то нужна копия этого диска, а мне при этом совершенно не жаль ему такую копию предоставить. И вот мы **за закрытыми дверями моей квартиры**, пользуясь исключительно **принадлежащим нам оборудованием и материалами**, при этом **строго по обоюдному согласию**, осуществляем информационный обмен, выражающийся в создании копии пресловутого диска, после чего я торжественно вручаю копию моему знакомому, он кладет ее в карман и, довольный, покидает мою квартиру.

Согласно действующему законодательству, мы при этом вполне можем оказаться нарушителями закона, поскольку содержимое диска вообще-то могло быть и защищено авторским правом. Заметим, что в некоторых ситуациях мы даже не в состоянии это определить.

Следует особо отметить, что наложение ограничений на распростра-

нение той или иной информации **возможно и безо всякого копирайта**, причем таким способом, при котором никакого информационного насилия не происходит. Так, обладатель некоей информации (программы, музыкального диска и т.п., неважно) вполне может передавать копии этой информации третьим лицам (то есть давать свое согласие на передачу информации, необходимое для осуществления свободного информационного обмена) *только при условии подписания договора о неразглашении* (non-disclosure agreement, NDA). Поскольку такой договор подписывается добровольно, ни о каком насилии здесь речь идти не может. Более того, нарушение такого договора, как и вообще нарушение любых *добровольно взятых на себя обязательств*, вполне очевидно является недопустимым, в том числе и на интуитивном уровне понимания; оно и понятно, ведь существование современного (и не только) общества очень во многом зависит от добровольных договоренностей, и в их соблюдении заинтересован едва ли не каждый участник общественных отношений.

Иной вопрос, что, если кто-то из подписавших NDA свои обязательства все-таки нарушит и отдаст полученную информацию кому-то третьему, этот третий никакими обязательствами связан уже не будет. Поэтому, в частности, такая модель не слишком пригодна для массовых продаж чисто информационных «продуктов»: первый же нарушитель сделает информацию общедоступной, а вычислить его с целью возмещения убытков может оказаться невозможно. Однако же при работе со штучными заказчиками NDA работает великолепно.

Посмотрим теперь в свете этого на копирайт. Чтобы исключить восприятие копирайта как данности, представим себе общество, в котором копирайтного законодательства никогда не было (такие страны существуют, хотя их и не много). Для поставщика информации, считающего, что копирование поставляемой им информации нежелательно, остается единственный путь защиты: NDA. Отметим, что, как уже не раз говорилось, далеко не все поставщики информации реально заинтересованы в запрете копирования. Ну, в любом случае с NDA общество, видимо, смирится сразу и без напряжения — общество вообще склонно без напряжения принимать любые ненасильственные новшества. К тому же под NDA все-таки попадают только те субъекты, которые так или иначе заинтересованы в благополучии данного конкретного поставщика информации (иначе зачем вообще иметь с ним дело).

Если теперь ввести в этом обществе копирайтные отношения, **это будет эквивалентно возможности для любого желающего заключить NDA сразу со всеми участниками общественных от-**

ношений, включая и тех, с кем он никогда не встречался и не встретится, и, что особенно интересно, **вне всякой зависимости от их желаний**. Действительно, ведь теперь каждый обязан воздерживаться от копирования попавшей к нему информации, потому что она, видите ли, защищена копирайтом, вне всякой зависимости от того, откуда информация взялась и заинтересован ли ее обладатель хоть как-то в благополучии того, от кого информация изначально исходит. Более того, **соблюдение такого «NDA со всеми» обеспечивается полицейскими мерами за счет налогоплательщиков**, то есть люди платят налоги на за нарушение собственной же свободы.

Итак, большинство (подавляющее большинство!) людей в рамках копирайтных юрисдикций вынуждены жертвовать частью своей свободы и оплачивать определенные полицейские мероприятия, направленные как раз на ограничение этой части свободы, и все это в интересах не просто меньшинства, но меньшинства *ничтожного*, к тому же построившего свою деятельность на насилии. Причем, как уже говорилось в предыдущих статьях, это меньшинство вовсе не приносит обществу никакой пользы, как это пытаются представить сторонники копирайтного законодательства. *Авторам*, то есть тем, кто создает произведения своим творческим трудом, от всего этого копирайтного мракобесия если что и достается, то редко и мало; чаще авторам достаются не деньги, а лишние трудности, обусловленные исключительно копирайтами. Исключения из этого правила редки и касаются в основном производителей *попсы*, псевдотворческих произведений, имеющих весьма сомнительную художественную ценность и создаваемых исключительно с целью зарабатывания денег.

4.4. Откуда ждать спасения

Итак, интеллектуальная собственность во всех ее проявлениях не приносит никакой пользы, кроме вреда, и никоим образом не отвечает понятию «справедливости», если только не считать справедливостью массовое насилие над большинством в угоду ничтожному меньшинству.

При этом, к сожалению, это ничтожное меньшинство обладает деньгами и, в некоторых случаях, властью. Парадигма копирайтного законодательства (и вообще интеллектуальной собственности) оказывается неожиданно сильна; во всяком случае, о немедленной отмене интеллектуальной собственности речи сейчас идти не может.

Звучит это все довольно мрачно. Но, как ни странно, обнадеживающие тенденции имеются. Среди крупных (или как минимум заметных)

корпораций и целых отраслей рынка есть и те, чьему бизнесу интеллектуальная собственность откровенно мешает.

Прежде всего к таковым относятся интернет-операторы. Товар, которым они торгуют — это каналы передачи информации. Чем меньше ограничений на передачу информации, тем больше потребность пользователей в ширине каналов, и тем больше денег провайдеры Интернет могут заработать. Напротив, копирайтные ограничения и попытки отдельных заинтересованных лиц эти ограничения воплотить оборачиваются для провайдеров необходимостью следить за деятельностью собственных клиентов и, в конечном итоге, *бороться с собственными клиентами*, теряя на этом деньги.

Операторы связности — не единственные компании, работающие в сети Интернет, которым невыгодны копирайтные отношения. Так, поисковые системы вынуждены содержать целые организационные структуры, чтобы исключить из ответов на запросы пользователей ссылки, ведущие на сайты с контрафактом; более того, поисковики, как правило, используют *локальные копии* документов, доступных в Интернете, а создание таких копий само по себе может оказаться нарушением чьих-то защищенных копирайтным законом интересов.

Невозможно игнорировать также и производителей воспроизводящей аппаратуры. Под давлением медиаиндустрии они часто вынуждены внедрять в свою продукцию ограничения, обслуживающие интересы копирайтных бонз (всевозможные варианты DRM). Потери здесь, как водится, двойные: такие ограничения требуют затрат сами по себе, а кроме того, еще и снижают лояльность потребителей, которым вряд ли приходится по вкусу, что купленный за свои кровные деньги аппарат почему-то обслуживает не интересы своего хозяина, а чьи-то совершенно иные интересы.

Не далее как 6 февраля этого года президент Apple Стив Джобс сделал заявление, в котором фактически призвал четыре крупнейшие компании, занимающиеся распространением музыкальных записей — Universal, Sony BMG, Warner и EMI — отказаться, наконец, от DRM, от которого нет никакой пользы, но имеется огромное количество трудностей. *«С чего бы вдруг музыкальные компании большой четверки могли согласиться позволить Apple и другим компаниям распространять их музыку без использования DRM для ее защиты?»* — пишет Стив Джобс — *Самый простой ответ — потому что от DRM нет, и может никогда не быть никакого толка в плане остановить музыкальное пиратство... В конце концов, технические затраты, необходимые для создания, эксплуатации и обновления своей DRM-системы огра-*

ничивают количество участников, продающих музыку, защищенную DRM. Если убрать соответствующие требования, возможен приток новых компаний, готовых вкладываться в новые системы продаж и проигрыватели. Музыкальные компании от этого только выиграют»

Конечно, строго говоря, заявление Джобса направлено против DRM, а не против авторских прав как таковых, однако общая тенденция не может не радовать.

Нельзя не упомянуть и еще одну категорию людей, которым крайне невыгодны авторские права. Это креативные авторы, в основном любители, которые специализируются на всевозможных литературных пародиях, фотографических коллажах, на пародийных (в том числе с альтернативной озвучкой) фильмах, наконец, на музыкальных ремиксах. Этой категории авторов проще оставаться в подполье, даже не пытаться получать ничего за свою работу, нежели пытаться легализовать свою деятельность, для чего потребовалось бы каким-то образом получить лицензии от правообладателей всех исходных произведений. Между тем, и фильмы с альтернативной озвучкой, и ремиксы современной музыки достаточно популярны для того, чтобы их нельзя было игнорировать.

Заметим, что пародистами и авторами ремиксов отнюдь не исчерпывается список творческих людей, которым заведомо невыгоден копирайт. Как уже говорилось во второй и третьей статьях цикла, копирайт в основном не защищает интересы авторов, но, напротив, *помогает их ущемлять*; исключением являются только единичные случаи писателей, раскрученных до получения миллионных гонораров, да еще авторы пресловутой *попсы*.

Итак, противников копирайта хватает и среди авторов, и среди «тех, у кого есть деньги». Все это позволяет ожидать позитивных сдвигов в области интеллектуальной собственности. К сожалению, инертность всей мировой законодательной системы имеет ужасающую величину, так что быстрыми такие изменения не будут. Что же можно сделать прямо сейчас?

Как ни странно, ответ будет очень простым, а предлагаемое действие — доступным для всех желающих. Мне представляется, что самое лучшее, что можно сделать — это, прежде всего, **самому определиться в своем отношении к интеллектуальной собственности**. Чем больше людей будет осознанно считать ИС явлением однозначно вредным и негативным, тем быстрее от этого явления удастся избавиться.

Спасибо за внимание.

Содержание

Информационное общество будущего и современность	3
1. Информация в истории или история информации	3
2. Сеть Сетей — шаг к информационному обществу будущего .	6
3. Возникновение понятия информационного насилия	7
4. Возникновение механизмов саморегуляции Сетевого Сообщества	10
5. Свобода слова и информационное насилие, или как отделить мух от котлет	12
6. На пути к либеральному информационному обществу	14
7. Свобода слова против авторских прав	15
8. Реклама и общество	21
9. Противоречия нынешних конституций и как с ними бороться.	24
10. Право на молчание, или к слову о privacy	28
11. Вместо послесловия	30
Осторожно, частный сервис	32
Спам: кто виноват	41
Интеллектуальная собственность: каменный топор цифровой эпохи	46
1. Интеллектуальная собственность: врага надо знать в лицо .	46
1.1. Считаю до трех	47
1.2. Не все то собственность, что интеллектуальное	47
1.3. Дай списать	49
1.4. Чур я первый	52
1.5. Так что все-таки с программами?	53
2. Интеллектуальная собственность: хотели как лучше, а получилось...	54
2.1. Если на клетке слона написано «буйвол»	54
2.2. Дура, не дура, а червонец в день имею	57
2.3. Ну и при чем тут автор? Похоже, что ни при чем . . .	61
3. А ну отдай мой каменный топор: копирайты в цифровую эпоху	66

3.1. Когда взрывается мир — на это определенно стоит посмотреть	66
3.2. А вообще я не знаю, зачем мне нужны эти цифры . . .	68
3.3. Караул! Хулиганы монополии лишают!	69
3.4. Отдай колбасу, все прощу	70
3.5. А ну-ка убери свой чемоданчик	73
3.6. Господа, а морда не треснет?	75
3.7. Ежели б я рельсу унес или, положим, бревно поперед ейного пути положил, а то... тьфу! гайка!	76
4. О справедливости интеллектуальной собственности, или чьи в лесу шишки	77
4.1. Да здравствует наш суд — самый справедливый суд в мире	77
4.2. Дура лекс. Дура и есть	79
4.3. Не говорите мне, чего не делать, и я не скажу, куда вам идти	80
4.4. Откуда ждать спасения	83