

# Σημειώσεις των Wu Ming πάνω στα copyright και copyleft

Μετάφραση barikat

## 1. Τα δυο άκρα ενός ψευτοδιλήμματος

Θα αρχίσουμε από το τέλος: το copyleft εδράζεται στην ανάγκη να ενώσουμε δυο βασικές ανάγκες, ή εναλλακτικά δυο απαρτέγκλιτες συνθήκες της πολιτισμένης συμβίωσης. Αν πάψουμε να παλεύουμε για την εκπλήρωση αυτών των αναγκών, σταματάμε να ελπίζουμε ότι ο κόσμος θα γίνει καλύτερος.

Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι η κουλτούρα και η γνώση πρέπει να διακινούνται όσο το δυνατόν πιο ελεύθερα και ότι η πρόσβαση στις «ιδέες» πρέπει να είναι άμεση, δίκαιη και ελεύθερη από κάθε διάκριση με βάση την τάξη, την λογοκρισία, την εθνικότητα κλπ. Τα πνευματικά έργα δεν είναι απλά προϊόντα του πνεύματος, πρέπει με τη σειρά τους να παράγουν πνεύμα, να μεταλαμπαδεύουν ιδέες και σχήματα, να καλλιεργούν μυαλά, ώστε να βλαστήσουν νέες ιδέες και φαντασίες. Αυτή είναι η πρώτη θέση.

Η δεύτερη είναι ότι η εργασία πρέπει να αμείβεται, σε αυτό περιλαμβάνονται και οι κόποι των καλλιτεχνών και των λογοτεχνών. Οποιοσδήποτε μπορεί να παράξει τέχνη ή αφήγηση έχει το δικαίωμα να ζει από αυτό χωρίς να θίγει την αξιοπρέπεια του. Προφανώς εδώ μιλάμε για το βέλτιστο σενάριο.

Αποτελεί συντηρητισμό το να θεωρούμε ότι οι δύο προηγούμενες θέσεις αποτελούν τους πόλους ενός ασυμφιλίωτου διλήμματος. «Υπάρχουν ελάχιστα περιθώρια κέρδους για να επιβιώσεις!» διαμηνύουν οι υποστηρικτές του copyright. Η ελευθερία στην αντιγραφή για αυτούς είναι συνώνυμη με την «πειρατεία», την «κλοπή», την «λογοκλοπία» και εξαφανίζει την αμοιβή του δημιουργού. Όσο ένα έργο διακινείται ελεύθερα, τόσο λιγότερα αντίτυπα πουλάς, τόσο περισσότερα λεφτά χάνεις. Ένας αλλόκοτος συλλογισμός εάν εξεταστεί σε βάθος.

Μια πιο λογική αλληλουχία θα μπορούσε να είναι: το έργο διακινείται ελεύθερα, ο ατομικός αναγνώστης το εκτιμά και το αλληλοπροτείνει, η φήμη του δημιουργού αυξάνεται και συμπαρασύρει την επιρροή του στην πολιτιστική βιομηχανία δημιουργώντας ένα ωφέλιμο κύκλο.

Ένας σεβαστός συγγραφέας καλείται επανηλειμένα για να δώσει παρουσιάσεις (έξοδα καλυμμένα) για να παραστεί σε συνέδρια (επί πληρωμή), παρουσιάζεται στα ΜΜΕ (δωρεάν αλλά ...), του προσφέρονται ακαδημαϊκές θέσεις (επί πληρωμή), παρέχει συμβουλευτική και σεμινάρια δημιουργικής γραφής (επί πληρωμή) και εν τέλει αποκτά ισχυρότερες θέσεις διαπραγμάτευσης με τον εκδότη του. Πως γίνεται όλα τα προηγούμενα να πλήττουν τις πωλήσεις βιβλίων;

Ας πιάσουμε την περίπτωση του μουσικού/συνθέτη. Η μουσική διακινείται ελεύθερα, αρέσει στο κόσμο και κινεί την προσοχή του, ο συνθέτης ή ο εκτελεστής γίνεται διασημότερος και εάν καταφέρει να εκμεταλλευτεί αυτή την κατάσταση καταλήγει να δίνει παραστάσεις συχνότερα και σε περισσότερα μέρη (επί πληρωμή), έχουν την δυνατότητα να γνωρίσουν περισσότερο κόσμο και να αποκτήσουν περισσότερους οπαδούς, αν καταφέρουν να αναπτύξουν το όνομα τους, υπάρχει περίπτωση να κληθούν να παράξουν μουσική για

ταινίες (επί πληρωμή), να εμφανιστούν ως DJ (επί πληρωμή) καθώς και να συμμετέχουν σε διάφορες εκδηλώσεις (τέχνης, μόδας, φεστιβάλ), ή ακόμα και να οργανώσουν φεστιβάλ (επί πληρωμή). Μια πρόσθετη πηγή εισοδήματος ειδικά για τους ρορ καλλιτέχνες είναι και τα μπλουζάκια ή άλλα αξεσουάρ.

Και κατ' αυτό το τρόπο το δίλλημα υπερβαίνεται: ο καταναλωτής αποκτά την δικαιωματική του πρόσβαση στη δουλειά του καλλιτέχνη αλλά και ο καλλιτέχνης και η βιομηχανία πολιτισμού αποκτούν πηγές κέρδους.

Τι συνέβη; Γιατί ο αρχικός συλλογισμός καταρρέει τόσο εύκολα από τα προηγούμενα παραδείγματα; Αυτό συμβαίνει καθώς ο αρχικός συλλογισμός αδυνατεί να συμπεριλάβει την πολυπλοκότητα των πολιτιστικών δικτύων, των ανταλλαγών, την ασταμάτητη ροή της δια στόματος διαφήμισης, τις ευκαιρίες για διαφοροποίηση του παρεχόμενου προϊόντος, το γεγονός ότι η «οικονομική αποζημίωση» του καλλιτέχνη μπορεί να πάρει πολλά μονοπάτια, μαζί και με κάποια εξαιρετικά πεπλεγμένα.

Η μουσική βιομηχανία έχει χάσει ήδη 50 φορές το τρένο της καινοτομίας κυρίως λόγω της αδυναμίας της να κατανοήσει την πολυπλοκότητα του πολιτιστικού τομέα. Προσέγγισαν τις νέες δυνατότητες ως απειλές και όχι ως προκλήσεις αντιδρώντας υστερικά απέναντι στο παρστερ και κάθε παραλλαγή του. Αρχίζουν τώρα να αλλάζουν προσπαθώντας να προλάβουν τις εξελίξεις αφού πρώτα ο Steve Jobs ανέδειξε τις νέες δυνατότητες, πάραυτα στο μεταξύ έχουν να παλέψουν με στρατιές δυσареστημένων πελατών που έχουν χάσει την εμπιστοσύνη τους δια παντός.

#### Αντι-μάρκετινγκ

Ποίο είναι το πράγμα που δεν θα έπρεπε να κάνει ένας παραγωγός ή εκμεταλλευτής μουσικών έργων; Σίγουρα όχι το να ποινικοποιεί το ακροατήριο του, να σέρνει στα δικαστήρια τον κόσμο που σε αγαπάει κλπ. Αξίζει; Η άποψη μας είναι πως όχι.

Τα «δικαιώματα» του δημιουργού (προσοχή μη πάρουμε στα σοβαρά αυτή την μισοαπατεωνιά) όπως τα ξέρουμε αποτελούν στο σήμερα ένα φρένο στην αγορά. Από την άλλη, το copyleft (που δεν είναι ούτε κίνημα ούτε ιδεολογία παρά ένας περιγραφικός όρος για ένα σύνολο πρακτικών, σεναρίων και εμπορικών αδειών) αποτελεί την έκφανση όσων χρειάζονται για τη μεταρρύθμιση και την προσαρμογή των copyrights σε αυτό που θα λέγαμε «βιώσιμη ανάπτυξη». Η «πειρατεία» παίρνει χαρακτηριστικά επιδημίας και γίνεται ακατανίκητη, αποτελεί ένα παλιρροϊκό κύμα που δημιουργείται από τους ανέμους της τεχνολογικής καινοτομίας.

Εν τέλει η μουσική βιομηχανία μπορεί να συνεχίσει να προσποιείται πως δεν συμβαίνει τίποτα, όπως ο Λευκός Οίκος προσποιούνταν πως δεν υπάρχει φαινόμενο του θερμοκηπίου, άνοδος της θερμοκρασίας και κλιματική αλλαγή. Και στις δυο περιπτώσεις αυτοί που αγνοούν την πραγματικότητα θα συντριφτούν από αυτήν. Εάν δεν είσαι αποφασισμένος να αποδεχτείς το πρωτόκολλο του Κιότο, να επενδύσεις σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, να επιλύσεις τα περιβαλλοντικά ζητήματα, αργά η γρήγορα θα βρεις το τυφώνα Κατρίνα στην εξώπορτα σου και αυτό είναι μόνο η αρχή.

2. Λογοκρισία και η γέννηση των copyright: κόντρα στον φιλελεύθερο μύθο της

«καταγωγής»

Ας πάρουμε τα πράγματα από την αρχή. Ας βάλουμε στη σειρά τα πιο γνωστά και αναφερόμενα δεδομένα. Η ιστορία των copyright αρχίζει τον 16 αιώνα στην Αγγλία. Η εξάπλωση της τυπογραφίας και η δυνατότητα να παράγεις πολλά αντίτυπα ενός κειμένου ερεθίζει οποιονδήποτε έχει κάτι να πει ιδιαίτερα αν αυτό το κάτι είναι πολιτικό. Συντελείται μία έκρηξη στην τύπωση εφημερίδων και φυλλαδίων. Το Στέμμα φοβούμενο την διάχυση των επαναστατικών ιδεών αποφασίζει να επιβάλλει τον έλεγχο στο τι τυπώνεται.

Το 1556 δημιουργείται η εταιρία των Stationers, μια επαγγελματική κάστα στην οποία προσδίδεται αποκλειστικά το δικαίωμα στην εκτύπωση. Συνεπώς αποκτάει το μονοπώλιο στις τεχνολογίες εκτύπωσης. Οποιοσδήποτε χρειάζεται να τυπώσει και πρέπει να απευθυνθεί σε αυτούς. Ως τότε τα πράγματα ήταν διαφορετικά, όποιος ήθελε ένα αντίγραφο ενός λογοτεχνικού ή θεατρικού έργου μπορούσε να το τυπώσει, ο δημιουργός δεν νοιάζονταν καθώς δεν ήταν κάτοχος δικαιωμάτων (τα πνευματικά δικαιώματα δεν υπήρχαν ακόμα). Το σημαντικό ήταν ότι τα έργα κυκλοφορούσαν και η φήμη του δημιουργού μεγάλωνε, καθώς με αυτόν τον τρόπο κέρδιζαν την προσοχή πολλών υποστηρικτών (φιλότεχνοι πατρόνες, διάφορα πολιτιστικά σώματα όπως θέατρα κλπ). Από το 1556 και μετά, τα έργα τυπώνονται μόνο εάν αποκτήσουν άδεια (πρακτικά την σφραγίδα έγκρισης του κρατικού λογοκριτή) και συμπεριληφθούν στους επίσημους καταλόγους υπό την ευθύνη (προσοχή στη λεπτομέρεια) ενός Stationer. Ο Stationer γίνεται ο κάτοχος του έργου και το διαχειρίζεται με βάση το κρατικό συμφέρον.

Όλος ο φιλελεύθερος μύθος πως τα πνευματικά δικαιώματα γεννήθηκαν αυθόρμητα και αβίαστα μέσα από την ανάπτυξη και τον δυναμισμό της αγοράς αποτελεί ένα αισχρό παραμύθι. Η καταγωγή των πνευματικών δικαιωμάτων εδράζεται στην προληπτική λογοκρισία και στην ανάγκη του κράτους για περίφραξη των μέσων πολιτισμικής παραγωγής (η παρεμπόδιση δηλαδή της διακίνησης ιδεών).

Θα περάσει ενάμιση αιώνας όπου το Στέμμα θα δεχθεί πρωτοφανείς επιθέσεις: Η σκοτσέζικη επανάσταση του 1638, η κοινοβουλευτική «Μεγάλη υποχώρηση» του 1641, το ξέσπασμα του εμφυλίου ένα χρόνο αργότερα, η επανάσταση του Cromwell και ο αποκεφαλισμός του βασιλιά.

Στα τέλη του 1650 η χώρα επιστρέφει στη μοναρχία, μα η αστάθεια παραμένει και εν τέλει το κοινοβούλιο καταφέρνει να επιβάλλει την διακήρυξη των δικαιωμάτων στο στέμμα. Από εκείνη την στιγμή και πέρα η Αγγλική μοναρχία είναι πλέον συνταγματική.

Είναι αναγκαίο να απαριθμήσουμε όλα αυτά τα γεγονότα για να αναδείξουμε πως αλλάζει η κοινή γνώμη (σε μια περίοδο 150 χρόνων) απέναντι στην μοναρχία και κατά συνέπεια απέναντι στην προληπτική λογοκρισία και απέναντι στους Stationers. Η κατακραυγή διογκώνεται τόσο πολύ που αποφασίζεται η κατάργηση του μονοπωλίου στην εκτύπωση.

Η Stationers πλήττονται εκεί που τους πονάει περισσότερο - στην κωλότσεπη - και αντιδρούν με θυμό. Αρχίζουν να ασκούν πολιτική πίεση προκειμένου να διασφαλίσουν ότι οι νέοι νόμοι θα προασπίζουν τα συμφέροντα τους και τα δικαιώματα τους πάνω στα πνευματικά έργα. Το νέο τους επιχείρημα ξεδιπλώνεται ως εξής: τα πνευματικά δικαιώματα ανήκουν στον δημιουργό, ο δημιουργός όμως δεν κατέχει τυπογραφικά μέσα τα οποία ανήκουν στους Stationers, συνεπώς ο δημιουργός πρέπει να απευθυνθεί στους Stationers. Πώς ρυθμίζεται αυτή η σχέση; Απλούστατα: ο δημιουργός, προκειμένου να εκδώσει το έργο

του, θα παραδώσει τα πνευματικά δικαιώματα στους Stationers για μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο.

Στην ουσία τα πράγματα παραμένουν πάνω κάτω τα ίδια. Αυτό που αλλάζει είναι κυρίως το κίνητρο (η νομική βάση). Η ιδεολογική τεκμηρίωση δεν βασίζεται πλέον στη προληπτική λογοκρισία αλλά στις ανάγκες της αγοράς. Όλοι οι μύθοι γύρω από τα δικαιώματα των δημιουργών κατάγονται από τα επιχειρήματα της συντεχνίας των Stationers: οι δημιουργοί αποποιούνται τα δικαιώματα πάνω στον αρωγό τους αλλά το κάνουν... για το καλό τους. Ο ψυχολογικός αντίκτυπος είναι καταστρεπτικός, οδηγώντας σε μια μορφή του συνδρόμου της Στοκχόλμης (όπου το θύμα ερωτεύεται τον απαγωγέα του). Από εδώ και πέρα οι δημιουργοί θα κινητοποιούνται για την υπεράσπιση ενός κατεστημένου που τους θέλει να κάθονται στην άκρη του τραπέζιου περιμένοντας καρτερικά να τους πετάξουν τα αποφάγια σαν καλά σκυλάκια.

Ο νόμος που προκύπτει είναι το περίφημο Statute of Anne που έρχεται σε ισχύ το 1710. Αποτελεί τον πρόγονο όλων των διεθνών νόμων και συμφωνιών σχετικών με τα πνευματικά δικαιώματα από την συνδιάσκεψη της Βέρνης του 1971, ως το Digital millennium copyright act και το Urbani Decree. Αποτελεί τον πρώτο νομικό ορισμό των πνευματικών δικαιωμάτων όπως τα κατανοούμε μέχρι σήμερα, ή καλύτερα μέχρι σήμερα το πρωί. Γιατί από το μεσημέρι και μετά διάφορος κόσμος άρχισε να έχει αμφιβολίες. Αμφιβολίες που πηγάζουν από το γεγονός ότι η δυνατότητα του να παράξεις ένα αντίγραφο ενός πολιτιστικού προϊόντος είναι πλέον στα χέρια των πολλών, ενδεχομένως σχεδόν όλο.

Μια σεβαστή μειονότητα από εμάς διαθέτουμε στα σπίτια μας ένα παρακλάδι της τεχνολογίας που παλιότερα οι Stationers μονοπωλούσαν. Για να παράξεις ένα αντίγραφο πλέον δεν χρειάζεται να αλληλεπιδράσεις με κάποια συντεχνία. Οι απόγονοι των stationers υπονομεύτηκαν από την μικροηλεκτρονική επανάσταση των seventies, με την ανακάλυψη της ψηφιακής τεχνολογίας καθώς και την δημοκρατικοποίηση της πρόσβασης στους υπολογιστές. Πρώτα το φωτοτυπικό και μετά η κασέτα, έπειτα το βίντεο και το sampler, το cdburner και τα ομότιμα δίκτυα (torrents) και τέλος η φορητές συσκευές αποθήκευσης όπως το ipod έχουν ματαιώσει την όποια εγκυρότητα της ιδεολογικής τεκμηρίωσης του copyright.

Είναι προφανές ότι όλα πρέπει να αλλάξουν, η διαδικασία αυτή μεταβάλλει όλα τα χαρακτηριστικά της πολιτιστικής βιομηχανίας!

Χρειάζονται νέοι ορισμοί για τα δικαιώματα αυτών που δημιουργούν, παράγουν και διανέμουν. Εάν ένα προϊόν διανοητικής εργασίας μπορεί να βγει στην επιφάνεια χωρίς την παρέμβαση ενός εκδότη, ενός αφεντικού δισκογραφικής ή ενός κινηματογραφικού παραγωγού ή τηλεόρασης τότε οι δημιουργοί πρέπει να αναλογιστούν ποιό θα είναι το βήμα μπροστά και να αναθεωρήσουν τον επιχειρηματικό αλλά και κοινωνικό τους ρόλο. Το να προσπαθείς να διατηρήσεις ένα μονοπώλιο που δεν έχει καμία στήριξη απειλώντας με αποκλεισμούς και φυλακίσεις αποτελεί μια πρακτική που προσιδιάζει στις πρακτικές του Παλαιού Καθεστώτος και στην Τσαρική αυταρχικότητα. Ευτυχώς υπάρχει κόσμος που φαίνεται να το κατανοεί.

3. Το Google print και οι παραλλαγές του: το διαδίκτυο, το δωρεάν και οι κινήσεις οπισθοφυλακής.

Σε μία βιβλιοθήκη αποκτάς πρόσβαση σε ένα βιβλίο δωρεάν, σε ένα βιβλιοπωλείο το αγοράζεις, αλλά δεν υπάρχει σύγκρουση μεταξύ αυτών των επιλογών. Οι χώρες με τις

υψηλότερες πωλήσεις βιβλίων είναι και οι χώρες με τις μαζικότερες βιβλιοθήκες. Είναι φυσικό, όσο ένα βιβλίο κυκλοφορεί τόσο περισσότερο διαβάζεται και αυξάνει τον αντίκτυπο του στην λογοτεχνία.

Η λέξη κλειδί είναι η «βιβλιοθήκη». Που αντιπροσωπεύει μια μακρά ιστορία ελεύθερης πρόσβασης που μόνο στις μέρες μας γίνεται αντικείμενο διαβούλευσης (και η μάχη ακόμα μαίνεται). Ασχέτως αν μιλάμε για βιβλιοθήκες είτε χτισμένες από τούβλα είτε από ηλεκτρόνια, είναι όλες τους βιβλιοθήκες. Εάν από την άλλη πληρώνουμε για το κατέβασμα τότε μιλάμε για βιβλιοπωλεία, τόσο απλά.

Έχοντας αναφερθεί στα παραπάνω ο Seth Godin ένας από τους μεγαλύτερους φιλοσόφους του Μάρκετινγκ, ισχυρίζεται πως εάν ένα ηλεκτρονικό βιβλίο αγοράζεται από χ άτομα τότε εάν διατεθεί ελεύθερα θα κατεβαστεί από τους σαρανταπλάσιους. Εάν αντιστρέψουμε την εξίσωση καταλήγουμε στο εξής συμπέρασμα: από τα 40 άτομα που θα κατεβάσουν ένα δωρεάν ηλεκτρονικό βιβλίο υπάρχει ένας που είναι έτοιμος να το αγοράσει. Το άθροισμα αυτών των «ένας στους σαράντα» δημιουργεί ένα σκληρό πυρήνα. Αποτελούν αυτούς που είναι οι πρώτοι που θα αγοράσουν και που θα αλληλοπροτείνουν. Είναι οι ευαγγελιστές και οι κράχτες. Κάθε κίνηση πρέπει να σχεδιάζεται με αυτούς τους ανθρώπους στο επίκεντρο. Η ακατανίκητη τακτική του Godin είναι η εξής: Όποτε θέτει ένα νέο έργο προς αγορά φροντίζει να διαθέσει δωρεάν το προηγούμενο.

Η ελεύθερη πρόσβαση σε ένα κείμενο και η φυλλομέτρηση όπως εμφανίζεται στο Google Print έχουν κοινούς στόχους με την προηγούμενη τακτική. Οι δυο τακτικές προσφέρουν ελεύθερη πρόσβαση μέσω του διαδικτύου με απώτερο στόχο την αύξηση των πωλήσεων του βιβλίου.

Οι εκδότες που αντιτίθενται στο Google Print είναι σαν τα κινηματογραφικά στούντιο προ 25ετίας που κατήγγειλαν τους δημιουργούς του βίντεο υποστηρίζοντας ότι η οικιακή μαγνητοσκόπηση αποτελεί παραβίαση του copyright. Η περίφημη δίκη της Universal εναντίον της Betamax κατέληξε στο ανώτατο αμερικάνικο δικαστήριο και χάθηκε... για καλή τους τύχη. Στα χρόνια που ακολούθησαν, η κινηματογραφική βιομηχανία κατόρθωσε ότι η μερίδα του λέοντος για την κερδοφορία των ταινιών τους δεν ήταν στους κινηματογράφους αλλά στις βιντεοκασέτες. Επιβίωσαν από την κρίση του box office χάρη στις βιντεοκασέτες και μετέπειτα στα DVD. Αν η Universal και το σινάφι της είχαν νικήσει τότε τώρα θα ήταν νεκροί και θαμμένοι. Αλλά χάσαν και ως συνέπεια σώθηκαν.

Θα μπορούσαμε επιπλέον να αναφερθούμε στη παράλογη μάχη που έδωσαν οι δισκογραφικές ενάντια στις κασέτες το '70, ένα πρελούδιο στον πόλεμο που διεξήγαν ενάντια στο κατέβασμα παρά το γεγονός ότι όπως δείχνει και το iTunes αυτό που χρειάζονταν ήταν να δωθεί στους χρήστες ένα νόμιμο κανάλι πρόσβασης.

Η τρέχουσα μάχη που διεξάγεται από τους εκδότες αποτελεί επίσης μια αποστολή αυτοκτονίας απέναντι σε μια δυναμικά προσοδοφόρα καινοτομία. Για το δικό τους καλό πρέπει να χάσουν. Εάν νικήσουν θα δεχτούν ένα πρωτοφανές σφυροκόπημα στην κερδοφορία τους.

Πηγή: Wu Ming Foundation