



VALDAS PRUSKUS

Lietuvos edukologijos universitetas

INTERNETINĖS KULTŪROS PRODUKTŲ KŪRIMO IR TEIKIMO ETINIAI ASPEKTAI

Ethical Aspects of Development and the Provision
of Products of Internet Culture

SANTRAUKA

The article analyzes the phenomenon of the internet culture, its spread and what characterizes the development of its products. It shows that by using various sources, the internet facilitates the development of products of Internet culture. Nevertheless, the internet aggravates the observance of personal and intellectual property rights. The articles also consider the ethical requirements for the Internet user by outlining the limits and responsibility of his expression in the network. The article analyzes the ethical and economic aspects of violations of copyright and intellectual property rights in the development of online cultural products and their distribution. The article concludes that the rules of internet ethics, based on the cultural norms of individual behaviour online, can be effective only to the extent that the average user will be willing to accept and follow them. Education is necessary for that.

SANTRAUKA

Straipsnyje analizuojamas internetinės kultūros fenomenas, jo sklaida ir internetinių produktų kūrimo ypatumai. Parodoma, kad internetas, suteikdamas galimybių naudotis įvairiais šaltiniais, padeda lengviau kurti kultūros produktus, tačiau kartu sukelia daug keblumų siekiant saugoti asmenines ir intelektines nuosavybės teises. Straipsnyje aptariami interneto vartotojui keliami reikalavimai, apibrėžiantys jo raiškos tinkle galimybes ir atsakomybę. Analizuojami autorinės ir intelektinės nuosavybės teisių pažeidimų kuriant internetinės kultūros produktus ir juos platinant etiniai ir ekonominiai aspektai. Parodoma, kad interneto etikos taisyklės, grindžiamos individo elgesio tinkle kultūros normomis, gali būti veiksmingos tik tiek, kiek eilinis vartotojas bus pasirengęs jas pripažinti ir jomis vadovautis. Čia iškyla edukacijos svarba.

RAKTAŽODŽIAI: internetas, internetinė kultūra, informacija, visuomenė, aukštoji kultūra.

KEY WORDS: internet, internet culture, information, society, high culture.

IVADAS

Internetas šiandien yra ne tik patogiausia informacijos perdavimo, bet ir individo kūrybinės saviraiškos priemonė, suteikianti žmogui didelių galimybių kūrybiškai ją perteikti¹. Būtent tai ir sudarė prielaidas atsirasti naujai *internetinei kultūrai*, kurios pagrindinis atributas – *kompiuteris*. Kompiuteriu kuriami kultūriniai produktai, kai pasinaudojama informacija iš įvairių šaltinių ir ji atitinkamai pagal individo siekius modifikuojama, tapo masiniu reiškiniu².

Apie interneto pranašumą yra paskelbta nemažai tekstų. Tyrėjai daugiausia stengiasi parodyti tą naudą, kurią teikia internetas, palengvindamas bendravimą ir sprendimų priėmimą, taip pat tas galimybes, kurias atveria naujos informacinės technologijos ir jų panaudojimas šalių ekonominei ir socialinei pažangai plėtoti³. Tačiau kur kas mažiau yra tekstų, kuriuose būtų mėginama kritiškai įvertinti interneto įsigalėjimo mūsų gyvenime socialines pasekmes⁴. Dar mažiau kalbama apie naudojimo(si) internetu moralinius etinius aspektus.

Tuo tarpu aiškėja, kad internetinės kultūros puoselėjami informacijos gavimo ir perdavimo būdai, nors ir palengvina žmonių bendravimą, tačiau kartu jį gerokai ir nuskurdina. Jie neugdo tiesio-

ginio bendravimo įgūdžių, patį bendravimą formalizuoja, išspraudžia jį į interneto techninių raiškos galimybių diktuojamus rėmus. Tokiu būdu tik dar labiau skatinamas susvetimėjimas: virtualus bendravimas internetinėje erdvėje negali atstoti žmonių tiesioginio bendravimo džiaugsmo patirties.

Be to, internetinis bendravimas kelia ir rimtų etinių bei teisinių problemų. Internetai gali laisvai ne tik be didelio vargo modifikuoti ir iškreipti šiuolaikinės kultūros (ypač elitinės) produktus ir tokiu būdu juos sumenkinti, nes cenzūros nėra, o savicenzūra dažnai labai menka, bet ir išviešininti konfidencialią informaciją, skleisti neapykantą tautinėms ir seksualinėms mažumoms, kerštaujaant šmeižti pavienius individus, verslo organizacijas ir atskiras institucijas už patirtą žalą ar neteisybę. Tad itin aktualūs tampa internetinės kultūros produktų kūrimo ir teikimo tinkle etiškumo klausimai.

Šio straipsnio tikslas kaip tik ir būtų atskleisti interneto ir jo puoselėjamos internetinės kultūros produktų kūrimo ir teikimo ypatumus ir jos keliamus etinius iššūkius sutelkiant dėmesį į vieną jautriausių sričių – autorinės ir intelektualinės nuosavybės panaudojimą.

INTERNETINĖS KULTŪROS FENOMENAS IR JO YPATUMAI

Informacinių technologijų plėtra ir kompiuterio evoliucija XX a. atvėrė milžiniškas jo pritaikymo galimybes. Šiaurės Amerikoje, Vakarų Europoje ir kai kuriose Azijos šalyse dauguma gyveni-

mo sričių buvo automatizuotos. Žlugus sovietinei sistemai, ši revoliucija neišvengiamai paveikė ir iki tol mažai kompiuterizuotas arba visai nekompiuterizuotas Rytų Europos šalis.

Internetas – visuotinė komunikacijos priemonė, sukurta 1969 m., remiant *Advanced Research Projects Agency*, JAV Gynybos departamento padaliniui, kaip JAV karinis projektas Šaltojo karo atveju. Pradiniu plėtros tarpsniu tinklas sujungė svarbiausius JAV universitetus ir sudarė galimybes neribotiems informacijos mainams. Iki devinto dešimtmečio pradžios (1981 m.) internetas buvo naudojamas daugiausia mokymui ir informacijos viešinimui – jis sujungė svarbiausias JAV bibliotekas, kurių saugyklose buvę dokumentai ir rankraščiai tapo prieinami platiems akademiniam sluoksniams.

Sparčiai plėtojantis informacinės technologijoms, internetą imta naudoti kaip visuotinę komunikavimo priemonę duomenų perdavimui: pradėdas naudoti elektroninis paštas, www (pasaulinis informacijos tinklas *Google*) ir HTTP (*Hyper text transfer protocol*, kas leido pasiekti informaciją pasauliniame tinkle ir ja naudotis) ir FTP (piemonę HTML puslapiams skaityti ir skelbti). Iš pradžių jo labiausiai reikėjo studentams ir dėstytojams, naudojusiems internetą aukštosiose mokyklose edukaciniais tikslais.

Nuo 1981 iki 1993 m. internetas buvo naudojamas tik pramogoms ir edukacinės medžiagos ieškojimui. Nuo 1993 m. internetu susidomėta kaip tiesioginiu komercinės informacijos kanalu. Imta kurti interneto svetaines, kurių pagrindinis tikslas – teikti pristatomąją komercinę informaciją. Nuo 1996 m. internetas tapo visuotine prekybos vieta, kurioje galima pasiūlyti ir įsigyti tam tikrų prekių bei paslaugų. Internetinė prekyba meta rimtą iššūkį įprastinei prekybai ir vis labiau populiarėja tarp vartotojų visose šalyse.

Išplitus internetui, sukūrus daugybę interneto projektų, atsirado poreikis ieškoti informacijos pagal klasifikuotus kriterijus. Buvo sukurtos specializuotos paieškos sistemos, kurių pagrindinis tikslas – palengvinti klasifikuotą paiešką interneto naudotojams, kurių skaičius nuolat auga. Prieš dešimtmetį (2000 m.) interneto naudotojų Šiaurės Amerikoje buvo 147,5 mln., Vakarų, Europoje – 91,8 mln., Azijoje – 75,5 mln. Per 5 metus (2000–2005 m.) aktyvių interneto vartotojų išaugo 48 proc. Kanadoje ir Australijoje, Švedijoje – 53 proc., Vokietijoje – 36 proc., D. Britanijoje – 38 proc., Prancūzijoje – 26 proc., Ispanijoje – 22 proc., Japonijoje – 29 proc., Brazilijoje – 6 proc.⁵

Lietuvoje internetas atsirado 1994 m. Nepaisant ekonominių sunkumų, kurie iškilo šaliai žengiant rinkos kūrimo keliu, interneto vartotojų kasmet gausėjo. 2011 m. beveik ketvirtadalis (23 proc.) Lietuvos gyventojų naudojo šviesolaidiniu internetu. Toks susidomėjimas internetu nėra be pagrindo. Interneto padedami galime bendrauti su žmonėmis, esančiais šalyse ir žemynuose už tūkstančių kilometrų. Maža to, galime juos matyti, perduoti ne tik sausą informaciją, bet ir pademonstruoti savo santykį su ja.

Tad internetas šiandien tampa ne tik patogiausia informacijos perdavimo, bet ir individo kūrybinės saviraiškos priemone, suteikiančia žmogui didelių galimybių kūrybiškai ją pateikti. Bendrovės „SIC Gallup Media“ duomenimis (2012 m. gegužė), internetu nors kartą per šešis mėnesius pasinaudojo 10,7 proc. šalies gyventojų, per savaitę – 7,1 proc. gyventojų.

Internetu daugiausia naudojosi vartotojai, turintys aukštąjį arba nebaigtą

aukštąjį išsilavinimą (44 proc.). Iš turinčiųjų nebaigtą vidurinį ir spec. vidurinį išsilavinimą internetu naudojami 35,1 proc. gyventojų, o iš turinčiųjų specialųjį vidurinį išsilavinimą – 20,9 procento. Internetas vis labiau neatsiejama daugelio mūsų gyvenimo dalis, svarbus gyvenimo kokybės rodiklis, suteikiantis naujų galimybių, apie kurias dar neseniai tik svajota. O svarbiausia – galimybė naršyti pasauliniame informacijos tinkle ir laisvai prieiti prie intelektinių produktų ir jais laisvai naudotis, taip pat prie gana konfidencialios informacijos apie rūpinimus asmenis, kas leidžia pajusti savo pranašumą prieš aplinkinius, užmiršti kasdienio gyvenimo nesėkmes, o gal už jas kam nors (dažnai – pirmam pasitaikiusiam) atkeršyti paskleidžiant tiesos neatitinkančią informaciją ir išlikti nepastebėtam. Tokiu būdu internetas sumažina visuotinio etinio saugumo sluoksnį, jis gerokai suplonėja, individas, verslo struktūros, firmos, valstybinės institucijos darosi vis pažeidžiamesnės. Internautas pasijunta svarbiu asmeniu, turinčiu gana veiksmingą priemonę, kurios padedamas gali paveikti aplinką, pasijunta turįs virtualią galią, kuri gali paveikti priimamus sprendimus realybėje.

Suprantama, kad toji jo galia nėra beribė. Ją apriboti, įrėminti stengiamasi dviem būdais: teisiniu, priimant jo veikimą reglamentuojančius įstatymus, ir etiniu – apeliuojant į būtinumą laikytis visuotinės moralės principų, kai kuriami internetinės kultūros produktai (skleidžiant gautą iš įvairių šaltinių informaciją, jos neiškreipiant ir pan.).

Teisiniai reikalavimai gali būti daugiau ar mažiau tiksliai apibrėžti ir už jų

nesilaikymą nustatytos baudmės, o interneto produktų kūrimo ir teikimo etinis vertinimas yra kur kas sudėtingesnis dalykas ir nėra vienareikšmiškai suprantamas. Tiesa, etiniai reikalavimai, taikytini konkrečiam vartotojui, yra išdėstyti *Interneto etiniame kodekse*. Čia pateiktos etikos normos labai detalios aprašytos. Teigiama, kad *Interneto bendruomenė* įsipareigoja veikti pagal šiame kodekse išdėstytus principus: gerbti žodžio laisvę, atvirumą ir informacijos operatyvumą; laikytis savo šalies įstatymų; gerbti kitų žmonių garbę ir orumą – jokie įžeidimai negalimi; internetas turi būti prieinamas visiems; internete skelbti ir platinti tik teisingą informaciją; gerbti autorines teises; siekti vartoti švarią ir taisyklingą gimtąją kalbą; gerbti moralines vertybes ir kultūrą; kovoti su SPAM'o tinklo atakomis; pripažinti klaidas ir greitai jas ištaisyti; stiprinti žmonių pasitikėjimą internetu.

Šie reikalavimai tėra etiniai pageidavimai, jie neturi juridinės galios. Tad jų laikymasis remiasi individo sąmoningumu ir gera valia. Be to, praktinis šių principų taikymas visada būna subjektyvus dalykas ir vertinamas nevienareikšmiškai. Tam įtakos turi daugelis socialinių, kultūrinių ir ekonominių veiksnių. Tačiau tai nereiškia, kad internetas yra visiškai nevaldoma struktūra, neturinti jokių priemonių paveikti vartotojų elgesį.

Esmė ta, kad interneto plėtrą kontroliuoja ir prižiūri kelios tarptautinės organizacijos, svarbiausios jų yra *Internet Society* ir *Internet Architecture Board*. Jų pagrindinis uždavinys stebėti, kaip funkcionuoja interneto sistema, su kokiais sunkumais susiduria skleisdama informaciją tarptautiniu mastu ir kaip tą in-

formaciją artikuliuoja vartotojai. Taip pat nėra abejinga internetui bei jame skelbiamai informacijai ir valstybė.

Daugelyje šalių priimti įstatymai, leidžiantys patraukti teisminės atsakomybės tuos, kurie skelbia klaidingą informaciją, šmeižtą, pažeidžia konfidencialumą, propaguoja nesantaiką. Tokiais atvejais neretai pasisakoma netgi už viso tinklo uždarymą, kad būtų apsaugota visuomenė. Tačiau tokie veiksmai demokratinėje visuomenėje nesulaukia didelio pritarimo, nes iš esmės kėsiamasi į individo laisvę gauti ir platinti pagal savo supratimą gautą informaciją kitiems. To-

kiu būdu tai prieštarauja interneto misijai – skatinti bendravimą ir dalijimąsi informacija laisvai, be jokios cenzūros.

Savo ruožtu panaudojimas įvairių šaltinių medžiagos kuriant internetinės kultūros produktus, kai nenurodomas autorius, sukuria situaciją, kad autorinės ir intelektualinės nuosavybės teisės pažeidimai tampa masiniu reiškiniu. Tokiu būdu jos savotiškai nacionalizuojamos vardan bendro gėrio – tenkinti internetinės bendruomenės narių saviraiškos poreikius. Tokia praktika vertinama nevienareikšmiškai. Juolab kad ji turi ir pasekmių.

INTERNETINĖS KŪRYBOS METAMI IŠŠŪKIAI AUTORINĖS IR INTELEKTINĖS NUOSAVYBĖS TEISEI

Internetas suteikia galimybę individui ne tik gauti informacijos iš įvairių šaltinių, bet ir ja disponuoti, perdirbti ir panaudoti savo tikslais. Kitaip tariant, tapti ne tik jos vartotoju, bet ir turinčiu teisę būti sukurto internetinio produkto, remiantis perdirbta informacija, kūrėju, autoriumi. Tokiu būdu kyla autorinės ir intelektualinės teisės klausimai, į kuriuos paprastų vienareikšmių atsakymų nėra.

Esmė ta, kad kuriant internetinės kultūros produktus ir skleidžiant juos internetinėje erdvėje, vis mažiau paisoma autorinių teisių. Kuriant internetinės kultūros produktus, panaudoti informacijos šaltiniai dažniausiai nenurodomi. Sunku nustatyti ir pačių internetinės kultūros produkto kūrėją. Tiksliau, kūrėjus, nes fragmentai neretai būna atsisiųsti iš daugelio informantų, kurie savo ruožtu parsisiuntė juos iš savų šaltinių... Be to, tas kūrėjas neretai būna mėgėjas be jokio profesiona-

laus pasirengimo. Tad nenuostabu, kad teikia netikslią informaciją, gamina internetinę produkciją, kuria naudotis yra pavojinga (ypač *Vikipedijos*).

Internautų gana plačiai taikomas metodas *kopijuok-klijuok* kelia itin daug klausimų dėl sumontuoto kūrinio teisėtumo ir autorystės. Kaip žinome, kūrinio autoriaus teisės gina įstatymas, kuris draudžia pasinaudoti be leidimo žodine ar matematine forma išreikšta ideja, ją transformuoti plastiškai, fotografiškai, architektūriškai, audiovizualiai ir kt. Tačiau interneto erdvėje šis reikalavimas negalioja. Kiekvienas internautas gali reikštis laisvai, pasinaudodamas kitų informacija ir nenurodydamas šaltinio. Taigi internetas meta rimtą iššūkį autorinės ir intelektualinės nuosavybės teisei, kuriai nėra lengva nustatyti autorystę pažeidimus.

Kita vertus, meta rimtą iššūkį ir aukštajai (elitinei) (klasikinės muzikos,

spektaklių) kultūrai. Dažniausiai būna menkinima ir iškraipoma, deformuojama aukštoji kultūra dėl internetų mėgėjiškumo, menko dalykų išmanymo, noro prasiblaškyti, atkreipti į save dėmesį, būti kūrėjais ir pasiūlyti savus internetinės kultūros produktus, sukurtus pasinaudojant aukštosios kultūros pavyzdžiais⁶.

Kitas ne mažiau subtilus klausimas – tai autentiškų kultūros produktų (muzikinių, knygų) pardavimo mažėjimas dėl neteisėto kūrinių kopijavimo ir platini- mo siekiant pasipelnyti.

Internetas sudaro palankias sąlygas ir galimybes piratauti – neteisėtai skleisti kūrinius be autoriaus žinios ir sutikimo siekiant pasipelnyti. Piratavimas vyksta visose šalyse, nors jo mastai ir skirtingi. Dėl to labiausiai nukenčia muzikos ir kino filmų gamintojai, kurių produktai yra itin paklausūs, bet mažiausiai apsaugoti (DVD kasetės).

Nustatyta, kad pasaulyje 40 proc. par- duodamų įrašų yra nelegalūs. Dėl pira- tavimo kūrėjų pajamos smunka trečdaliu, prarandamos darbo vietos, mažėja atli- kėjų. 2007 m. amerikiečių agentūra *LEK Colsulting* pateikė ataskaitą, kokius JAV filmų ir muzikos produktų gamintojai patyrė nuotolius dėl neteisėto kopijų pla- tinimo. Iš jos matyti, kad tais metais JAV kino industrija neteko 6,1 mlrd. dol., o

muzikos – net 13,8 mlrd.⁷ Suprantama, kad šie nurodyti skaičiai dar neatspindi visos tikrosios reikalų padėties, kadangi visus pažeidimus nustatyti vargu ar įma- noma praktiškai. Tačiau ir pateikti faktai leidžia susidaryti vaizdą, koks piratavi- mo mastas ir jo sukeltos pasekmės.

Lietuvoje tokie tyrimai lig šiol nėra plačiau atliekami. Neabejotina, kad mū- sų kūrėjų patiriami nuostoliai dėl netei- sėto naudojimosi jų kūrinių yra daug mažesni. Vis dėlto *Autorinių teisių agen- tūros* pastangos keisti situaciją, atrodo, labiausiai nukreiptos prieš neteisėtą nau- dojimąsi muzikos kūrinių. Piratavimas ne tik mažina galimybes autoriui gauti teisėtą atlygį už kūrinių, bet ir daro nei- gamą įtaką jo įvaizdžiui. Ne paslaptis ir tai, kad žymių atlikėjų kūriniai susilau- kia įvairių „patobulinimų“ ir „priedų“, neretai būna perdirbami ir savaip su- montuojami, pagal piratų poreikius ir tikslus, o pasklidę po visą pasaulį men- kina ne tik kūrinių, kuriuo buvo pasinau- dota, bet ir kūrėją.

Yra ir šviesioji piratavimo pusė. Kū- rinio adekvatus, be saviveiklinės adap- tacijos ir kupiūrų masinis platinimas, nors ir be autoriaus leidimo, neabejoti- nai prisideda prie jo reklamos ir sklai- dos. Tokiu būdu formuojamas ir atitin- kamas jo poreikis ne tik internetinėje erdvėje.

IŠVADOS

Internetas suteikia galimybių panau- dojant įvairius informacijos šaltinius kur- ti internetinės kultūros produktus ir juos teikti tinkle kitiems internetams. Tokiu būdu gerokai palengvina tokių produk-

tų kūrimą, sudaro sąlygas individo sa- viraiškai. Kita vertus, tai smarkiai apsūn- kina autorinių teisių saugojimą ir paisy- mą, nes panaudojama internetinė infor- macija, gauta iš draugų, kurie ne visada

nurodo jos tikruosius autorius. Tad menkėja pagarba autorinei teisei ir jos paisymui. Šią nuostatą stiprina ir tai, kad internetas suvokiamas kaip laisva erdvė, kurioje individo saviraiškos laisvė yra svarbiausia, o ją realizuoti galima tik disponuojant įvairiais informacijos šaltiniais, juos atitinkamai panaudojant, perkuriant ir transformuojant. Nustatyti griežtą ribą tarp perimtos informacijos ir jos panaudojimo masto nėra paprasta. Dėl to būna sunku nustatyti internetinės kūrybos produkto autorystę.

Bandymai teisiškai reglamentuoti intelektinės nuosavybės naudojimą, kuriant internetinės kultūros produktus, susiduria su nemenkais sunkumais. Viena vertus, sunku nustatyti (o dar sunkiau susitarti) dėl panaudoto teksto kiekio, kuris laikytinas autorinės teisės pažeidimu.

Kita vertus, įvertinti, koku mastu naujas internetinės kultūros produktas, sukurtas panaudojant pasisavintą tekstą, vaizdą ar muziką, yra savarankiškas ir originalus.

Tad visada internetinės kultūros produktus gaubs įtarimo šešėlis dėl galimo asmeninės ir intelektinės nuosavybės pažeidimo. Tokia galimybė, kaip ir pasinaudojimas ja (sąmoningas ar nesąmoningas), visada egzistavo ir egzistuos. Jokie teisiniai bei etiniai apribojimai to negali iš esmės pakeisti. Tai gali padaryti tik pats internautas.

Interneto etikos taisyklės, grindžiamos individo elgesio tinkle kultūros normomis, gali būti veiksmingos tik tiek, kiek vartotojas bus pasirengęs jas pripažinti ir vadovautis praktikoje. O tam būtina edukacija.

Literatūra ir nuorodos

¹ Žr. Brian Winston, *Media technology and society: from the telegraph to the internet*. London: London University press, 1997.

² Bak Sandra, „Cyberkultura – krzy(a)k współczesnej kultury.“ Kn. *Spoleczenstwo sieci. Gospodarka sieciowa w Europie srodkoej i wschodniej*. Lublin: Wydawnictwo KUL, t. 2, 2011, s. 304.

³ Žr.: Osman Gunduz, *Internet*. Baku: Universitet press, 2005; Marc Hermeking, „Culture and Internet consumption: Contributions from Cross-Cultural Marketing and advertising research.“ *Journal of Computer-mediated communication*, 11(1), article 10, 2005, < <http://icom.indiana.edu/vol.11/issue1/hermeking.html> >; Andzej Werner, „Przemiany mediow i zagrozenie kultury.“ Kn. *Nowe media w komunikacji spolecnej w*

XX wieku. Ed. M. Hpfinger. Warszawa: Wydawnictwo Oficyna Naukowa, 2005; Andrew Keen, *Kult amatora. Jak internet niszczy kulture*. Tłumaczenie: Małgorzata Bernatowicz, Katarzyna Topolska-Ghariani. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, 2007.

⁴ Žr. Joanna Bednarek, „Wplyw multimediow na przemiany w kulture.“ Kn. *Kultura i jezyk mediow*. Red. Maciej Tanas. Krakow: Oficyna Wydawnicza „Impuls”, 2007.

⁵ Žr. *NUA Internet Surveys* <http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/index.html>.

⁶ Andrew Keen. *Kult amatora. Jak internet niszczy kulture*, s. 96–98.

⁷ Ten pat, p. 118–119.