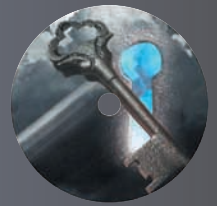


У техники есть душа, и она нуждается в защите



(Часть 2. Часть 1 – см. в № 12 / 2008)

Способов, которыми издатели и правообладатели программного обеспечения (ПО) распространяют свои продукты, множество, но можно выделить два основных – розничная и онлайн торговля.

В первом случае, программы продаются на компакт-дисках в коробках через обычные магазины, во втором – через Интернет. Оба пути имеют свои преимущества и недостатки, однако эксперты сходятся во мнении, что за онлайн будущее.

Появление компакт-диска и широкое распространение устройств для его чтения/записи обусловили максимальную широту дистрибуции для компаний, занимающихся издательской деятельностью в области программного обеспечения. Однако на рубеже веков в дом к каждому поступала глобальная технология – Интернет. Это позволило открыть новый канал поставки ПО пользователю. Канал, не требующий магазинных полок. Канал, позволяющий осуществить быструю поставку товара пользователю, отслеживать его движение, его использование, облегчающий учёт и работу с партнёрами по всему миру. Канал, сокращающий логистику и накладные расходы.

Для защиты интеллектуальной собственности при продаже через Интернет пользователь вместе с дистрибутивом защищаемой программы получает уникальный серийный номер. При запуске программа просит пользователя ввести этот номер, после чего отправляет его через Интернет на удалённый активационный сервер. Там номер проверяется, и, если всё нормально, программа запускается. Если номер неверный – программа отказывается работать. Подобная проверка происходит, как правило, только один раз – при первом запуске защищённой программы. Программа активируется, «привязывается» к конфигурации компьютера, и в дальнейшем никаких дополнительных действий со стороны пользователя не требует. Это очень удобно, особенно в сравнении с необходимостью постоянно вставлять электронный ключ в порт или ключевой

диск в дисковод (если защита основана на дисковой привязке). Правда, есть и ложка дёгтя – например, если пользователь сменит конфигурацию или переустановит операционную систему, то потребуются ещё одна активация. Понятно, что издатель не собирается разрешать пользователю активировать программу бесконечно, а потому ограничивает количество активаций с одним серийным номером. Этот факт вызывает много споров и справедливых упреков: «Я покупаю программу, а не беру её в аренду. Я могу устанавливать её сколько угодно раз и сколько угодно раз запускать, независимо ни от чего». Это справедливо, а потому способы активации через Интернет развивались, развиваются и будут развиваться и совершенствоваться.

Но как бы ни видоизменялась активация, она останется хотя бы потому, что предоставляет множество дополнительных возможностей разработчикам и продавцам ПО. На активационном сервере издателя или разработчика ведётся лог (журнал) всех активаций, что позволяет составлять отчёты по разным странам и регионам о количествах продаж. Можно делать различные выборки по отчётам, построить графики и т.п. В умелых руках этот инструмент становится очень серьёзным маркетинговым средством, как, например, в системе «Управления цифровыми правами» (Digital Right Management, DRM).

Где-то лет 5-6 назад издатели и разработчики ПО в мире постепенно начали использовать DRM при сопровождении продаж своих продуктов. Естественно, флагманом тут выступили компьютерные игры. Как правило, геймер мог купить игру либо на диске в магазине, либо скачать с сайта издателя и активировать. Игра при скачивании получалась дешевле, что многие резонно расценивали и расценивают до сих пор как более выгодную покупку.



Точно такая же ситуация складывается и в области всевозможного бизнес ПО. В служебном софте различные схемы активации даже более распространены, чем в играх, потому как на работе вставление ключевого диска в привод каждый раз, когда требуется запустить защищённую программу, отнимает время и вызывает раздражение.

Злоумышленники довольно быстро смекнули, как можно конвертировать дешёвый онлайн в собственную прибыль. DRM-системы ломали, «отвязывали» от активации и разрешили ПО работать на неограниченном количестве компьютеров. Но случаев взлома активационных серверов практически не было. При должном отношении к ним со стороны правообладателей и соблюдении необходимых мер безопасности этого можно не опасаться. Сгенерировать серийный номер можно, но активироваться с ним не удастся, так как на активационном сервере существует список всех серийных номеров для данного продукта. Если вы сгенерируете новый номер, то его просто не окажется в списке. А вот взлом самой привязки ПО к компьютеру был повсеместный. И тогда стало понятно, что, кроме DRM-возможностей, необходима ещё и защита от взлома.

Одной из первых в мире снабжать DRM ещё и защитой предложила отечественная компания StarForce. В 2004 г. рынку была представлена технология «все в одном»: защита + DRM + активационный сервер + персональный web-кабинет для слежения за отчётами. И хотя пока и в России, и в мире потребители по-прежнему предпочитают в большей мере дисковую продукцию, крупнейшие представители бизнеса почти в один голос заявляют, что за цифровой дистрибуцией будущее. А потому сегодня подобные системы активно растут и развиваются.