



آشنایی با حق مؤلف

مالکیت فکری در عصر دیجیتال

پدیدآوران: بثانی کلین، گلیس موس، لی ادواردز
مترجمان: رویا پورنقی، بهروز رسولی



سازمان اسناد و کتابخانه ملی
جمهوری اسلامی ایران
تهران

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

آشنایی با حق مؤلف

مالکیت فکری در عصر دیجیتال

پدیدآوران:

بثانی کلین

گلیس موس

لی ادواردز

مترجمان:

رویا پورنقی

بهروز رسولی

ویراستار:

حمید کشاورز



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران
(ایرانداک)

سرشناسه	: کلین، بتانی Klein, Bethany
عنوان و نام پدیدآور	: آشنایی با حق مؤلف: مالکیت فکری در عصر دیجیتال / پدیدآورندگان: کلین، گلیس موس، لی ادواردز؛ مترجمان: رویا پورنقی، بهروز رسولی.
مشخصات نشر	: تهران: پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران: چاپار، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۲۸۸ ص.
شابک	: 978-964-7519-68-7
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
یادداشت	: عنوان اصلی: Understanding copyright : intellectual property in the digital age, 2017.
یادداشت	: کتابنامه.
عنوان دیگر	: مالکیت فکری در عصر دیجیتال.
موضوع	: حق مؤلف — نقض
موضوع	: Copyright infringement
موضوع	: حق مؤلف
موضوع	: Copyright
شناسه افزوده	: ماس، جایلز
شناسه افزوده	: Moss, Giles
شناسه افزوده	: ادواردز، لی
شناسه افزوده	: Edwards, Lee (Lee M. S).
شناسه افزوده	: پورنقی، رویا، ۱۳۶۰ — مترجم
شناسه افزوده	: رسولی، بهروز، ۱۳۶۷ — مترجم
شناسه افزوده	: پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۶ ۵/۸۱۴۸۵ k
رده بندی دیویی	: ۳۶۴/۰۴۸۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۹۱۹۶۳۸

این کتاب از سلسله انتشارات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران است که با همکاری انتشارات چاپار منتشر شده است.

آشنایی با حق مؤلف

مالکیت فکری در عصر دیجیتال



دانشگاه ملی اسناد و کتابخانه
پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران
تهران

پدیدآوران: بتانی کلین، گلیس موس، لی ادواردز

مترجمان: رویا پورنقی، بهروز رسولی

ویراستار: حمید کشاورز

© ۱۳۹۶: پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایراندک)

صفحه آرا و طراح جلد: رحیم کبیر صابر

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۶ | شمارگان: ۵۰۰ نسخه

تهران - خیابان ولی عصر (عج) - بالاتر از زرتشت

کوچه نوربخش - پلاک ۴۰ - نشر چاپار

تلفن پخش: ۸۸۸۹۹۶۸۰ - ۰۹۱۲۱۹۶۰۲۱۴

بها: ۲۲۰۰۰۰ ریال

دربارهٔ پدیدآوران

«بثانی کلین»^۱ رئیس دانشکدهٔ «رسانه و ارتباطات» دانشگاه «لیدز»^۲ است. او پدیدآور کتاب «آن‌گونه که در تلویزیون می‌شنویم: موسیقی پاپ در پیام‌های بازرگانی»^۳ (اشگیت،^۴ ۲۰۰۹) است.

«گلیس موس»^۵ استاد سیاست‌گذاری رسانه در دانشکدهٔ «رسانه و ارتباطات» دانشگاه «لیدز» است. او در نگارش «آیا رسانه می‌تواند در خدمت مردم‌سالاری به کار گرفته شود؟ مقالاتی به پاس جی جی. بلومر»^۶ («پالگریو»^۷، ۲۰۱۵) همکاری داشته است.

«لی ادواردز»^۸ دانشیار گروه مطالعات رسانه و حقوق مالکیت فکری در دانشکدهٔ «رسانه و ارتباطات» دانشگاه «لیدز» است. او پدیدآور کتاب «قدرت، تنوع، و روابط عمومی» (راتلج،^۹ ۲۰۱۴) است و در نگارش اثر «روابط عمومی، جامعه، و فرهنگ: مکاشفه‌های نظری و تجربی»^{۱۰} (راتلج، ۲۰۱۲) همکاری داشته است.

-
- | | | |
|---|----------------|---|
| 1. Bethany Klein | 2. Leeds | 3. As Heard on TV: Popular Music in Advertising |
| 4. Ashgate | 5. Giles Moss | |
| 6. Can the Media Serve Democracy: Essays in Honour of Jay G. Blumer | | |
| 7. Palgrave | 8. Lee Edwards | 9. Routledge |
| 10. Public Relations, Society and Culture: Theoretical and Empirical Explorations | | |

سیاس گزاری

این کتاب حاصل پروژه‌ای با عنوان «شناسایی حق مؤلف: بررسی گفتمان‌های حق مؤلف در عصر دیجیتال»^۱ است که توسط شورای پژوهش‌های اجتماعی و اقتصادی^۲ پشتیبانی مالی شده است. از «فیونا فیلیپ»^۳ و «دیوید لی»^۴ برای همکاری‌شان در پروژه و ایده‌پردازی‌های کلیدی‌شان در این اثر سپاس‌گزاریم. از «کیت اوکلی»^۵ برای ارائه بازخوردهای ارزشمندش بر روی نخستین پیش‌نویس اثر سپاس‌گزاریم. دیگر همکارانمان در دانشکده «رسانه و ارتباطات» دانشگاه «لیدز» نه تنها با فراهم کردن فضای فکری و پژوهشی غنی، بلکه با ارائه دیدگاه‌هایشان درباره این اثر ما را به شیوه‌های غیرمستقیم یاری داده‌اند.

تعامل با پژوهشگرانی در زمینه‌های مرتبط از طریق دعوت به سخنرانی، کارگاه، و همایش‌های گوناگون در خلق و به چالش کشیدن ایده‌هایمان با وجود حجم بسیار نوشته‌ها در زمینه حقوق مالکیت فکری و حق مؤلف در حوزه‌های حقوق، جامعه‌شناسی، مطالعات رسانه، و غیره بسیار تأثیرگذار بوده است. به طور خاص از رویدادهای زیر که ما را در طراحی گستره، اهداف، و بحث‌های این اثر یاری کرده‌اند بهره‌مند شده‌ایم: نشست ۲۰۱۳ دورهام^۶ که پدیدآوران کتاب «دستنامه سیج درباره مالکیت فکری»^۷ را گرد هم آورد؛ همایش ۲۰۱۳ سریت^۸ درباره روش‌شناسی

1. Communicating Copyright: An Exploration of Copyright Discourses in the Digital Age

2. Economic and Social Research Council

4. David Lee

6. the 2013 symposium in Durham

8. CREATe conference

3. Fiona Philip

5. Kate Oakley

7. SAGE Handbook on Intellectual Property

پژوهش‌های آزمایشی؛ سخنرانی‌های دانشکده موسیقی «دانشگاه ادینبرو»^۱ و مرکز رسانه در دانشگاه «سندرلند»^۲؛ و پنل‌های «انجمن بین‌المللی ارتباطات»^۳ که در آنها بخش‌هایی از این اثر ارائه شد.

از انتشارات «سیج»^۴ و «تیلر اند فرانسیس»^۵ برای فراهم کردن امکان استفاده از برخی مقالات منتشرشده در نشریه‌های «Convergence»، «New Media and Society»، و «International Journal of Cultural Policy» سپاس‌گزاریم. از ویراستار باتجربه سیج، «میل استیلز»^۶ برای طرح مسائل کلیدی و حضورش در صبحانه‌های شام آمریکایی سپاس‌گزار هستیم، که به گفت‌وگویی ارزشمند طی همایش «انجمن بین‌المللی ارتباطات» در «فونیکس»^۷ در سال ۲۰۱۲ منجر شد. از تیم انتشارات «سیج» نیز برای پشتیبانی و داوری پیشنهاد و پیش‌نویس اثر برای ارائه بازخوردها و پیشنهادهای سازنده سپاس‌گزاریم. به ویژه، از متیو دیوید^۸ برای ارائه دیدگاه‌های ارزشمند در گام‌های نخستین و پایانی نگارش اثر سپاس‌گزاریم.

1. University of Edinburgh
3. International Communication Association
5. Taylor & Francis
7. Phoenix

2. Sunderland
4. Sage
6. Mila Steele
8. Matthew David

پیشگفتار مترجمان

حق مؤلف و مالکیت فکری در جوامع امروزی در قالب اقتصاد مالکیت فکری و نقش آن در اقتصاد کشورها دارای اهمیتی روزافزون است. اگر تا چند دهه پیش درباره جایگاه این نوع مالکیت در جامعه تردید وجود داشت، امروزه دیگر تردیدی نیست که زندگی اجتماعی تا حد بسیاری به آن وابسته است. از سوی دیگر، توسعه اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، و اقتصادی جوامع امروزی مبتنی بر خلاقیت و نوآوری است که به نوبه خود در گرو توجه به فکر و مالکیت فکری است. پیدایش اصطلاح‌هایی همانند اقتصاد خلاق^۱ در نوشته‌های عصر حاضر خود بیانگر تأثیر این پدیده‌های نو بر جامعه است.

هرچه تأثیر مالکیت فکری بر زندگی روزمره مردم بیشتر می‌شود، نیاز به آگاهی درباره این مفهوم نیز افزایش می‌یابد. آگاهی درباره چیستی و چرایی مالکیت فکری، جنبه‌های گوناگون و کنش‌گران آن و دیگر مسائل مهم این حوزه می‌تواند بینش بهتر و روشن‌تری از این پدیده به دست دهد. تا زمانی که کل جامعه دیدگاه روشن و درستی درباره حق مؤلف نداشته و آن را به خوبی درک نکرده باشند، نمی‌توان از آنها انتظار داشت که رفتار بخردانه‌ای در ارتباط با تولید فکر و مالکیت فکری داشته باشند. هرچند جنبش‌هایی مانند جنبش دسترسی آزاد قائل به قوانین حق مؤلف نبوده و آن را مانعی برای پیشرفت فکر و خلاقیت و نوآوری می‌دانند، ولی تصور جوامع امروزی بدون قانون حق مؤلف نیز قدری دشوار است. از این رو، مردم به ویژه

1. Creative economy

جوامع دانشگاهی که با فکر و مالکیت فکری ارتباط بیشتری دارند باید آگاهی مناسبی درباره مفاهیم و بنیان‌ها، جنبه‌ها و کنش‌گران و جریان‌های جایگزین حق مؤلف داشته باشند.

دنیای دیجیتال اهمیت حق مؤلف را در دنیای امروز دوچندان می‌سازد. امروزه دنیای دیجیتال به گونه‌ای بر زندگی ما سایه افکنده که تمام فعالیت‌ها، رفتارها، عادت‌ها، و جنبه‌های زندگی را تحت تأثیر قرار داده است. این دنیای جدید دارای ویژگی‌هایی است که آن را از دنیای فیزیکی مجزا می‌سازد. بنابراین، دنیای دیجیتال باید دارای قوانینی باشد که لزوماً هماهنگ با قوانین دنیای فیزیکی نیست.

اثر حاضر با هدف پاسخ‌گویی به مسائل پیش‌گفته نگاشته شده است. «آشنایی با حق مؤلف: مالکیت فکری در عصر دیجیتال» ترجمه‌ای است از کتاب «Understanding Copyright: Intellectual Property in the Digital Age» که به قلم سه پژوهشگر انگلیسی به نگارش درآمده است. زمینه پژوهشی این پژوهشگران، رسانه و ارتباطات و تا حدی علوم اجتماعی است، بنابراین نوشته‌های آنها برخاسته از مسائل و دشواری‌هایی بوده است که به طور روزمره با آنها روبرو بوده‌اند. از این رو، متن کتاب در سطوح پیچیده دانشگاهی نگاشته نشده و برای کاربران عمومی نیز قابل درک است.

مطالب این اثر نمایانگر جنبه دیگری از حق مؤلف و شاید بتوان گفت پشت‌پرده آن است که به ندرت می‌توان آن را در آثار دیگر این‌چنین دید. از این رو، ارزش این اثر در ارائه مطالبی است که به فهم حق مؤلف کمک بیشتری می‌کند که از عنوان کتاب بر می‌آید. برای مثال، آنجا که پدیدآوران درباره سیاست‌گذاری حق مؤلف سخن می‌گویند، خواننده بهتر می‌تواند به چگونگی قانون‌گذاری در این زمینه پی برده و پیامدها و نتایج قوانین را فهم کند.

این اثر می‌تواند منبع درسی حوزه‌های حقوق مالکیت فکری، علم اطلاعات و دانش‌شناسی، چاپ و نشر، ارتباطات و رسانه، و دیگر رشته‌های مرتبطی باشد که به

نوعی با حقوق مالکیت فکری سروکار دارند. به علاوه، مطالعه آن برای دانشگاہیان نیز پیشنهاد می شود چراکه با فکر و مالکیت فکری سروکار داشته و روزانه فکر تولید و مصرف می کنند. افزون بر این، عامه مردم نیز می توانند از مطالب این کتاب بهره بردای کنند به ویژه برای آن که بدانند حق مؤلف چیست، چگونه و چرا پدید آمده، و فعالیت های روزمره آنها چگونه به قانون حق مؤلف ارتباط پیدا می کند.

رویا پورنقی - بهروز رسولی

تابستان ۱۳۹۶

فهرست مطالب

در بارهٔ پدیدآوران	۵
سپاس‌گزاری	۷
پیشگفتار مترجمان	۹
فصل ۱: مقدمه: آشنایی با حق مؤلف در عصر دیجیتال	۱۷
۱-۱. مقدمه	۱۷
۲-۱. رویکرد ما برای درک حق مؤلف	۱۹
۳-۱. این کتاب چگونه سازماندهی شده است.	۲۶
فصل ۲: تاریخچه‌ای کوتاه از حق مؤلف: کجاییم و چگونه به اینجا رسیده‌ایم؟	۳۳
۱-۲. چرا باید به گذشته بنگریم؟	۳۳
۲-۲. مقاطع تاریخی مهم و تأثیرگذار در قانون حق مؤلف	۳۴
۳-۲. اصول زیربنایی	۴۰
۴-۲. انواع حقوق	۴۱
۵-۲. پوشش حقوق	۴۳
۶-۲. پیدایش دنیای دیجیتال	۴۴
۱-۶-۲. فرصت‌ها و تهدیدها	۴۵
۲-۶-۲. از بین رفتن مرزها	۴۶
۳-۶-۲. گسترش قوانین و تفسیر دوبارهٔ آنها	۴۷
۴-۶-۲. بحث‌های تازه	۴۹
۷-۲. مباحث همراه با ظهور دنیای دیجیتال	۵۱

فصل ۳: حق مؤلف و اقتصاد خلاقانه: چگونه صنایع فرهنگی، تأثیر می‌گذارند؟ ۵۷

- ۱-۳. صنایع فرهنگی را بشناسیم..... ۵۷
- ۲-۳. مدیریت خطر و بازگشت در صنایع فرهنگی ۶۴
- ۳-۳. تضمین سود از راه قانون‌گذاری ۶۷
- ۴-۳. رقابت برای حق مؤلف ۷۲
- ۵-۳. لابی‌گری برای حمایت قانونی علی‌رغم شواهد ناکافی ۸۰

فصل ۴: فناوری‌ها و شرکت‌های میانجی: میانجی‌های اینترنتی چگونه درگیر گفتمان می‌شوند؟ ۹۳

- ۱-۴. مقدمه ۹۳
- ۲-۴. میانجی‌های اینترنتی چه هستند و چرا مهم‌اند؟ ۹۴
- ۳-۴. جنگ علیه دستبرد ادبی و وبگاه‌های اشتراک‌گذاری فایل ۱۰۱
- ۴-۴. بازگشت به سفارش خصوصی و منافع شخصی میانجی‌ها ۱۰۹
- ۵-۴. میانجی‌ها و دیگر ارزش‌های مهم ۱۱۷

فصل ۵: پدیدآوران خلاق و حق مؤلف: پدیدآوران امروز و آینده چگونه از مزایای

فعالیت‌های فرهنگی خود بهره‌مند می‌شوند؟ ۱۲۵

- ۱-۵. پدیدآوران خلاق چه کسانی هستند؟ ۱۲۵
- ۲-۵. مفهوم و پاداش اثر نوآورانه ۱۳۰
- ۱-۲-۵. پدیدآور رماتیک ۱۳۰
- ۲-۲-۵. پدیدآور منزوی ۱۳۳
- ۳-۲-۵. انگیزه پدیدآور ۱۳۶
- ۳-۵. فرض در مقابل واقعیت ۱۳۸
- ۴-۵. دیدگاه و صدای پدیدآوران ۱۴۲
- ۵-۵. «حفظ حق مؤلف» و تقاضای نیاز به ضمانت اجرا ۱۴۳
- ۶-۵. ضد حق مؤلف نه، اما ضد سازوکار فعلی ۱۴۹
- ۷-۵. دیگر دیدگاه‌ها نسبت به حق مؤلف و رویکردهای جایگزین برای تأمین مالی آثار ابتکاری ۱۵۴
- ۱-۷-۵. دستبرد به عنوان مشوق و انگیزه: پوشش نقره‌ای قانون شکنی ۱۵۴
- ۲-۷-۵. تأمین مالی جمعی و متن باز: کم‌رنگ کردن نقش دلال‌ها و استفاده از توان جمعی ۱۵۶
- ۳-۷-۵. توزیع منصفانه‌تر بودجه ۱۵۹

فصل ۶: مصرف‌کنندگان، مجرمان، حامیان، و سارقان آثار ادبی: کاربران چگونه

به حق مؤلف ربط پیدا می‌کنند؟	۱۶۳
۱-۶. تعریف کاربران	۱۶۳
۲-۶. دسته‌بندی کاربران	۱۶۴
۱-۲-۶. عامه	۱۶۵
۲-۲-۶. سارقان	۱۶۶
۳-۲-۶. همکاران و مشتریان مشروع	۱۷۰
۴-۲-۶. پدیدآوران تازه‌کار	۱۷۱
۳-۶. فعالیت‌های کاربران	۱۷۲
۱-۳-۶. استفاده مجاز و سرقت	۱۷۲
۲-۳-۶. فعالیت‌های مبتکرانه نقض حق مؤلف	۱۷۶
۴-۶. دیدگاه‌ها و گفتمان کاربران	۱۸۰
۱-۴-۶. کاربران درباره حق مؤلف چه می‌دانند؟	۱۸۱
۱-۴-۶. حق مؤلف و گروه «بیتلز»: یادگیری در خلال بحث و جدل	۱۸۳
۲-۴-۶. آنها در برابر قانون ایستادگی کردند: یادگیری در خلال رسیدگی به پرونده‌های قضایی	۱۸۴
۳-۴-۶. بازنگری قانون حق مؤلف: یادگیری در خلال نقد و بررسی سیاست‌ها	۱۸۷
۴-۴-۶. حق مؤلف در کلاس درس: یادگیری از طریق نهادهای رسمی آموزشی	۱۸۸
۲-۴-۶. کاربران درباره حق مؤلف چه برای گفتن دارند؟	۱۹۰
۵-۶. خبری از هم‌فکری هست؟	۱۹۶

فصل ۷: سیاست‌گذاری حق مؤلف: سیاست‌گذاری حق مؤلف چگونه منافع

گروه‌های گوناگون را حفظ می‌کند (یا حفظ نمی‌کند)	۱۹۹
۱-۷. مقدمه	۱۹۹
۲-۷. قدرت و فرایند سیاست‌گذاری	۲۰۱
۳-۷. اهمیت روزافزون حق مؤلف	۲۱۲
۴-۷. مردم سالارانه کردن سیاست‌گذاری حق مؤلف؟	۲۲۴

فصل ۸: آینده حق مؤلف: چگونه می‌توانیم از بحث و گفت‌وگوها درس بگیریم؟

۱-۸. مرور اجمالی	۲۳۷
------------------------	-----

۲۴۶	 ۲-۸. تغییر گفتمان
۲۵۳	 منابع و مأخذ
۲۷۳	 واژه‌نامه انگلیسی به فارسی
۲۷۷	 واژه‌نامه فارسی به انگلیسی
۲۸۳	 نمایه



مقدمه: آشنایی با حق مؤلف در عصر دیجیتال

۱-۱. مقدمه

تغییرات دیجیتال تنها جنبه‌های معدودی از زندگی شخصی و حرفه‌ای ما را دست‌خوش تغییر نکرده است. فناوری دیجیتال جریانی است که در شیوه ارتباطی ما با دیگران و دنیای پیرامون تأثیر می‌گذارد. چنین شرایطی باعث تغییر در شیوه تولید، توزیع و بهره‌برداری از رسانه‌های خبری و سرگرم‌کننده شده و مرزها و نقش‌های مرتبط با چنین فعالیت‌هایی را از میان برداشته است. برای نمونه، یکی از پیامدهای این تغییرات قوانینی است که در دنیای آنالوگ حاکم بوده و در تلاش برای همسویی با پیشرفت‌های جدید دیجیتالی هستند. یکی از زمینه‌هایی که به‌طور خاص به نقطه عطفی در فناوری‌ها و فعالیت‌های دیجیتال مبدل شده است، مالکیت فکری و به ویژه حق مؤلف است.

چگونه متوجه می‌شویم که یک قانون دیگر در راستای هدفش پیش نمی‌رود؟ شاید دریافته باشید که افراد در هنگام نقض قانون متوجه عمل خود نیستند و با این‌که رفتار آنها طبیعی یا عادی به نظر می‌رسد، برداشت ما این است که قانونی را زیر پا گذاشته‌اند. همچنین، شاید دریافته باشید که پاسخ و اعمال قانون برای بسیاری از افراد

نامناسب یا دشوار به نظر می‌آیند. پژوهش‌ها نشان داده است که مرز بین فعالیت قانونی و غیرقانونی حق مؤلف از نظر بسیاری افراد نامشخص است (Ofcom, 2012; A. Hill, 2013) و وبگاه‌ها و فناوری‌های بسیاری که از طریق آنها به انواع رسانه‌ها دسترسی داریم، با قابلیت بارگذاری، دانلود، و به اشتراک‌گذاری و از طریق بسترهای گسترده و خدمات اشتراکی به افزایش این ابهام دامن زده‌اند. افزون بر این، با وجود این‌که تمایز میان به اشتراک‌گذاری آنالوگ و نسخه‌های دیجیتال رسانه‌ها برای شرکت‌ها و تولیدکنندگان رسانه‌ها تفاوت آشکاری داشته و امری مهم است، همواره بسیاری از کاربران در میان دوستان و اعضای خانواده به شکلی گسترده به گونه‌ای متفاوت از آنچه مورد نظر شرکت‌ها و تولیدکنندگان رسانه‌های دیجیتال است، منابع دیجیتال را به اشتراک می‌گذارند (Cenite et al., 2009; Caraway, 2012; Edwards et al., 2013b). در نهایت، رویکرد متعصبانه نسبت به اجرای قانون توسط برخی شرکت‌ها در صنایع فرهنگی به دادخواهی‌هایی منجر شده است (برای اطلاعات بیشتر به Brainz, n.d. مراجعه کنید). همان‌گونه که نمونه‌های بسیاری نشان می‌دهند، فضای دیجیتال گسترش یافته و شکاف بین حق مؤلف و فعالیت‌های روزمره افراد را نشان می‌دهد.

در حالی که وجود حق مؤلف در زندگی افراد عادی باعث رشد حجم قوانین در این حوزه شده است، عدم توافق در مورد حفاظت و اجرای حق مؤلف نیز امری رایج است. حق مؤلف موضوع بحث‌های قدیمی است که درست از نخستین روزهای آغازین پیدایش آن وجود داشته است. مسائل مربوط به اهداف حق مؤلف، دامنه و ذینفعان آن باعث اقتباس‌هایی در قانون و شکل‌گیری مبنای دسترسی اساسی به موارد اصلی قانونی شده است که به دنبال تعریف و آزمون مرزهای حول این مفهوم (همانند برداشت و دستبرد ادبی، استفاده منصفانه و خرید و فروش عادلانه، محدودیت‌ها و استثناها) پدید می‌آیند. فضای دیجیتال، بحث و جدل‌های پیشین حق مؤلف را دوباره زنده و اصلاح کرده و مباحث تازه‌ای را مطرح ساخته است. به عبارت دیگر، دیجیتال‌سازی، عملکرد یک ماشین روغنکاری شده را مختل نکرده

بلکه همانند سطل آبی است که داخل ماشین زنگ زده‌ای ریخته شده است. افراد زیادی با چگونگی اصلاح آن مخالفت کرده‌اند و این همان مسأله‌ای است که ما را به موقعیت فعلی و کتاب حاضر هدایت کرده است که به دنبال آشنایی با حق مؤلف و پیشنهاد راهبردی برای پیشبرد آن است.

در این فصل با تمرکز بر گروه‌های متفاوت در مباحث و فعالیت‌های حق مؤلف، به توصیف رویکرد خود نسبت به درک حق مؤلف پرداخته‌ایم. ما آشنایی با حق مؤلف را نه فقط با تمرکز بر قانون آن، بلکه از طریق مباحث بکار رفته برای توجیه بخش‌های خاص در بحث‌های حق مؤلف جستجو می‌کنیم. در ادامه با تأکید بر فصل‌های بعدی، ساختار کتاب را توصیف می‌کنیم.

۱-۲. رویکرد ما برای درک حق مؤلف

حق مؤلف گونه‌ای از مالکیت فکری است که در اصطلاح قانونی، به توصیف ایده‌ها و خلاقیت‌های غیر ملموسی که تراوش ذهنی است می‌پردازد (برای تعریف اصطلاح‌های کلیدی مورد استفاده در این کتاب، به قاب ۱-۱ مراجعه کنید). از آنجا که مالکیت فکری همانند مالکیت فیزیکی نیست، تعیین مالکیت آن، شناسایی دستبرد و محافظت از آن چندان روشن نیست.

به واسطه قانون، توافقاتی بین پدیدآوران، کاربران و ذینفعان مالکیت فکری شکل گرفته و در قراردادهایی رسمی شده است ولی از نظر جغرافیایی، صنعت و شرایط متفاوت هستند. حق مؤلف حقی طبیعی است که زمانی به کار گرفته می‌شود که اثر خلاقانه‌ای از طریق نگارش یا ضبط ثبت شود. آثار نوآورانه ممکن است موسیقایی، ادبی، نظری یا هنری باشند و از مورد بسیار ساده یک ترانه که توسط خواننده - ترانه‌سرا نوشته و اجرا می‌شود تا محصولی پیچیده همانند فیلمی سینمایی که حاصل کوشش هزاران پدیدآور هنری است را شامل می‌شود. هرچند ممکن است تمام آنچه که ما پدید می‌آوریم در قالب شکلی از مالکیت فکری مورد حمایت حق مؤلف قرار گیرد، حق مؤلف به طور خاص نقش مالی بسیار مهمی در صنایع

فرهنگی ایفا می‌کند. گسترش بی‌سابقه صنایع فرهنگی در قرن بیستم که حول محور مدل‌های توزیع و تجاری‌سازی عمومی مجموعه فرهنگی بنا شد، بستر مناسبی را برای ایفای نقش مهم‌تر حق مؤلف به عنوان ابزاری تجاری فراهم آورد. در عین حال، پیدایش اقتصاد اطلاعات جدید از دهه ۱۹۸۰ به بعد، که بر پایه فناوری دیجیتال ایجاد شده بود، حمایت سیاسی از صنایع فرهنگی را به همراه داشت چرا که بخش‌هایی دارای خلاقیت تجاری موجب شکل‌گیری مبنای اقتصادی و اجتماعی در سطوح محلی، منطقه‌ای و ملی شدند (O'Connor, 2000; Bakhshi et al., 2013). با افزایش اهمیت سیاسی و اقتصادی صنایع فرهنگی، مشارکت آنها در سیاست‌گذاری نیز افزایش یافت. حمایت از صاحبان حقوق در عصر دیجیتال، برای مذاکرات بین دولت و نمایندگان صنایع فرهنگی در کانون توجه قرار گرفته و نقشی مهم در شکل‌دهی سیاست و قانون حق مؤلف ایفا نموده است. پیدایش فناوری‌های رسانه‌ای، برای صنایع فرهنگی هم موهبت و هم نوعی دشواری محسوب می‌شود. از سویی، دنیای دیجیتال فرصت‌های بی‌شماری در اختیار قرار می‌دهد: شکل‌های جدید متون فرهنگی پیدایش یافته‌اند؛ شیوه‌های جدیدتر و اغلب کم‌هزینه‌تر تولید و توزیع متون عملی شده است؛ مخاطبان به شیوه‌هایی نوین قابل دسترس هستند (در حال حرکت، در منزل، و در قالب ابزارهای شخصی با تبلیغات متناسب و مطالب تبلیغاتی مربوط به آنها). آنها می‌توانند متون فرهنگی را در هر جایی و در هر زمانی مورد استفاده قرار دهند. دیگر مرز زمانی یا جغرافیایی برای فردی که می‌خواهد به صنایع فرهنگی دسترسی یابد وجود ندارد و بازدید از منابع تولید شده می‌تواند به تعداد میلیاردها نفر صورت پذیرد. با این وجود، فناوری دیجیتال باعث شده است فرصت‌های جدیدی برای پدیدآوران و کاربران متون فرهنگی فراهم شود که کنترل صنایع بر تولید، قیمت، و توزیع را دشوارتر کند. فناوری دیجیتال، از نظر وابستگی و اتکای صنایع فرهنگی به فرایند تولید و توزیع، آزادی بیشتری را برای ارتباط مستقیم از طریق بسترهای برخاسته مخاطبان برای پدیدآوران فراهم کرده است. یکی از مزیت‌های مهم فناوری دیجیتال برای کاربران قابلیت نسخه برداری از متون با کیفیت نسخه اصلی

است. فرمت‌های دیجیتال می‌توانند به آسانی و به‌طور گسترده توزیع شوند: معماری اینترنت بدین معناست که کاربران می‌توانند نسخه‌هایی را به‌طور هم‌زمان برای مخاطبان متعدد ارسال نمایند و نسخه‌هایی را به شکلی دانلود کنند که مورد نظر صنایع فرهنگی نبوده است و این باعث ایجاد کلاه‌برداری‌های بسیاری می‌شود که به معنای همان فعالیت‌هایی است که کنترل معنا و حدود حق مؤلف را به چالش می‌کشد.

به‌طور خلاصه، دیجیتال‌سازی باعث دسترسی غیرمجاز و توزیع سریع و آسان آثار تحت حمایت حق مؤلف به شکلی ساده و عادی می‌شود. این مسأله سبب تسریع شکل‌گیری مباحثی از این دست شده است که اجرای حق مؤلف و مجازات تخلف چگونه امکانپذیر بوده و آیا حق مؤلف به شکلی که امروزه درک و تنظیم می‌شود، شیوه درستی برای ترغیب و تشویق آثار خلاقانه است یا خیر. باید با مطالعه قوانین، حق مؤلف را درک نماییم. این درحالی است که با گذشت زمان، تغییرات در قانون نشان از فضایی با چشم‌اندازهای متغیر دارد و چنین رویکردی نمی‌تواند به‌طور کامل تمام گفت و شنودهای پشت صحنه را آشکار سازد: دلایلی برای حمایت از حق مؤلف، چالش‌ها، دلیل ایجاد استانداردهای بین‌المللی، و موضوعات مباحث پیش رو، مواردی از این قبیل هستند.

بحث‌های معاصر در مورد حق مؤلف، برخی گروه‌ها و بسیاری از چشم‌اندازها را گرد هم آورده است: برای درک حق مؤلف در عصر دیجیتال، باید درک کنیم چگونه حق مؤلف انتقال داده می‌شود. ارتباط، نقش مهمی را ایفا می‌کند که البته نقش آن در تکامل حق مؤلف در این کتاب مورد بررسی قرار نگرفته است. در این کتاب، از طریق چشم‌اندازهای صنایع فرهنگی، به تحلیل بحث حق مؤلف دیجیتال می‌پردازیم: میانجی‌ها و کارکنان خلاق نیز صاحبان حقوق هستند و افزون بر این، چشم‌اندازهای رقیب در مورد حق مؤلف نه تنها در میان این گروه‌ها بلکه در درون آنها نیز متغیر است. با این وجود، کشیده شدن این بحث در میان گروه‌ها باعث می‌شود حق مؤلف، عدم توافقی ساختارمند در نظر گرفته شود که در آن گروه‌های گوناگون به شیوه‌هایی

خاص موضع گرفته‌اند، میزان متفاوتی قدرت دارند و اگرچه در مورد چشم‌اندازهایی مشابه در مورد مسائل توافق ندارند اما حول مسائل خاصی متمرکز شده‌اند. یکی از شیوه‌های درک و تحلیل موضع این گروه‌ها، از طریق گفتمانی است که استفاده می‌کنند. با گنجانیدن مباحث و گفتمان آنها در صدر تحلیل، به دنبال بررسی چگونگی مشارکت گروه‌های گوناگون در چشم‌انداز مباحث حق مؤلف و تأثیرگذاری بر آن و آداب و ارزش‌های مربوط به آن هستیم.

قالب ۱-۱. تعریف اصطلاح‌های کلیدی

مالکیت فکری: سازمان جهانی مالکیت فکری (WIPO) مالکیت فکری را به عنوان «آثار خلق شده از ذهن، مانند اختراعات؛ آثار هنری و ادبی؛ طراحی‌ها؛ و نمادها، نام‌ها و تصاویر مورد استفاده در تبلیغات بازرگانی» تعریف می‌کند. (WIPO, 2014a)

حق مؤلف: گونه‌ای از مالکیت فکری و حق قانونی است که به خالق اصلی اثر خلاقانه برای مدت محدود زمانی داده می‌شود تا نسخه‌برداری نموده، و آن را توزیع نموده، گواهی‌نامه صادر نماید، و در غیر آنصورت، سوء استفاده از اثر تلقی می‌شود. همچنین، به گسترش اثر خلاقانه و هنری، از ادبیات و موسیقی و هنر گرفته تا نرم‌افزار، تصاویر متحرک و شکل‌های دیگر دیداری و شنیداری اشاره دارد.

استثنای حق مؤلف: استثنائات حق مؤلف به نمونه‌هایی اشاره می‌کند که در قانون تعریف شده است که در آن استفاده از اثر دارای حق مؤلف، در حیطه بهره و علاقه عمومی بوده و اجبار برای اطلاع‌رسانی و پرداخت حقوق صاحبان حقوق برای استفاده از اثر نادیده گرفته می‌شود. استثنائات از کشوری به کشور دیگر متفاوت هستند. (WIPO, 2014b)

گفتمان: استفاده از زبان نوشتاری و گفتاری به عنوان شکلی از رفتار اجتماعی که به بازتولید فعالیت‌های اجتماعی و شکل‌گیری نظم اجتماعی کمک می‌کند (Fairclough, 2003).

این اصطلاح، با جزئیات بیشتر در ذیل مورد بررسی قرار می‌گیرد.

صنایع فرهنگی: تعریف صنایع فرهنگی مسأله‌ای مورد بحث بوده اما در این کتاب از تعریف «هسموندلا» در مورد صنایع فرهنگی استفاده می‌کنیم. صنایعی که اقلامی را به شکل متون نمادین تولید می‌کنند و «بر درک و دانش ما از جهان تأثیری می‌گذارند» (Hesmondhalgh, 2013: 4).

واسطه‌های اینترنتی: سازمان‌هایی هستند که خدماتی را برای توزیع، میزبانی یا تعیین موقعیت محتوای اینترنتی برای کاربران فراهم می‌آورند (Edwards, 2009).

درک ما از مباحث و گفتمان‌ها، برگرفته از کار «فرکلاف»^۱ (۲۰۰۳) است که از اصطلاح گفتمان به شیوه‌ای عام و خاص استفاده کرد. در معنای عام، گفتمان برای تاکید بر نقش محوری زبان در زندگی اجتماعی و اهمیت آن در تحلیل و توضیح آن مورد استفاده قرار می‌گیرد (همانند سایر شکل‌های ایجاد معنا، همانند دیداری‌سازی). گفتمان، بخش مهمی از چیزی است که آداب اجتماعی را کنار هم شکل داده و حفظ می‌نماید و همسوی سایر ارکان زندگی اجتماعی همانند منابع مادی، شبکه‌های اجتماعی، و کنش‌گران اجتماعی در جریان است. با این همه، گفتمان در معنایی خاص‌تر برای اشاره به روش‌های ویژه و فهم و نمایش دنیای اجتماعی کاربرد دارد. در عین حال از گفتمان در حالات خاص‌تر و برای اشاره به شیوه‌های خاص فهم و بیان دنیای اجتماعی استفاده می‌شود. برای مثال، از این اصطلاح ممکن است برای توصیف گفتمان «بازار آزاد» یا «پدیدآور رمانتیک» استفاده شود. افزون بر این، ممکن است از این اصطلاح برای اشاره به انواع گفت‌وگوها و زبان‌هایی که مربوط به گروه خاصی از اجتماع هستند استفاده شود. برای مثال، گفتمان سیاست‌گذاران یا گفتمان به اشتراک‌گذاران فایل.

گفتمان حول محور قدرت و روابط قدرت می‌گردد. «فرکلاف» (۲۰۰۳: ۹) به توضیح چگونگی غلبه گفتمان‌های معین و ایفای نقشی محوری در قانونی ساختن و بازتولید آداب اجتماعی و روابط قدرتی مشخص می‌پردازد. از این روی، گفتمان به قدرتی که برخی از گروه‌ها در مقابل گروه‌های دیگر دارند کمک کرده و اغلب با منابع دیگر قدرت همانند دسترسی به منابع مادی یا شبکه‌های اجتماعی در هم می‌آمیزد.

با این وجود، وقتی گفتمان‌ها و مباحث مشخصی غالب شوند و به سختی قابل جایگزینی باشند، گروه‌های اجتماعی، ظرفیت مقاومت، واکنش و نقد مباحث را پیدا می‌کنند (Dryzek, 2000). گروه‌ها ممکن است مباحث و گفتمان‌ها را از بیرون و با ترسیم شیوه‌های متفاوت و متضاد برای نشان دادن این‌که چگونه جهان باید شامل

1. Fairclough

گفتمان‌های «جایگزین»، «فرعی»، یا «تدافعی» باشد، به چالش بکشند (Fairclough, 2003: 206). همچنین ممکن است گفتمان‌ها بیشتر از درون با زیرسوال بردن آنها با اصطلاح‌های خودشان مورد نقد قرار گیرند.

مراد ما از این ایده که گفتمان‌ها و مباحث ممکن است با اصطلاح‌های خودشان زیر سوال بروند چیست؟ گفتمان‌هایی که برای قانونی ساختن آداب و ترتیبات اجتماعی خاصی مورد استفاده قرار می‌گیرند، شامل استفاده از اصول یا ادعاهای توجیهی هستند در مورد آنچه درست، بحق و منصفانه است (Boltanski and Thévenot, 2006 [1991]; Chiapello, 2005 [1999]). از این روی، به عنوان مثال، حق مؤلف به شکل استدلالی معمولاً به عنوان امری منصفانه مورد دفاع قرار می‌گیرد چون پاداش و شناخت مشروعی برای کار افراد خلاق محسوب می‌شود. چنین ادعاهای توجیهی، بستری را برای موضع‌گیری و انتقاد فراهم می‌آورد چراکه سایر گروه‌ها با این تعبیر و تفسیر از اصول و شواهد مورد استفاده برای اثبات آنها مخالفت می‌کنند (Edwards et al., 2014). به عنوان مثال، ادعاهایی مبنی بر این‌که حق مؤلف باید به منظور پاداش‌دهی و شناساندن افراد خلاق تقویت شود، با اشاره به درصد پایین مقیاس‌های سود آثار موسیقایی که به هنرمندان تعلق می‌گیرد و در نتیجه این‌که چگونه سود شرکت‌ها و افراد خلاق می‌تواند مسیری جدا از هم را طی کند به چالش کشیده می‌شود. در این حالت، اصل توجیهی مبنی بر این‌که افراد خلاق به خاطر اثر خود مستحق شهرت و پاداش هستند پذیرفته می‌شود اما تعبیر و تشخیص این اصل در عمل به چالش کشیده می‌شود.

در این کتاب به بحث در مورد این مسأله می‌پردازیم که بحث در مورد حق مؤلف و دستبرد دیجیتال به طور خاص به تحلیلی متمرکز بر مباحث و دلایل نیاز دارد. «فرکلاف» (۲۰۰۴) معتقد است گفتمان‌ها و مباحث در طول دوران نامعلوم و همراه با تغییر اقتصادی، به طور راهبردی اهمیت می‌یابند. یعنی هنگامی که مجموعه‌ای از آداب که پیش از این ثابت بوده‌اند به چالش کشیده می‌شوند و کنش‌گران اقتصادی باید برای تثبیت مجدد موقعیت خود به رقابت بپردازند. محیط

تنظیم حق مؤلف دائماً در حال تغییر است و در نتیجه مباحث پیرامون حق مؤلف نیز به واسطه گفتمان‌هایی که با گذشت زمان و توسط گروه‌های متفاوت سرمایه‌گذار برای ادعاهای خود به واقعیت می‌پیوندند در حال پیشروی است. افزون بر این، بحث پیرامون حق مؤلف دیجیتال با «رنج اخلاقی» دست‌خوش تغییر می‌شود که به طور خاص به «دستبردهای ادبی» مرتبط است (May, 2003; Lindgren, 2013). «داف»^۱ (۲۰۰۸) در مورد «بحران هنجاری» که رسانه‌های دیجیتال را احاطه کرده است سخن می‌گوید و به «تخریب چارچوبی برای داوری‌های ارزشی به ویژه در رابطه با اصول اجتماعی و مبناهای سیاست جامعه اطلاعاتی» اشاره می‌کند. با تمرکز بر گفتمان‌های گروه‌های گوناگون که تحت تأثیر سیاست حق مؤلف قرار دارند و به‌طور ویژه با توجه به انواع ادعاهای توجیهی که به کار می‌گیرند، امیدواریم بتوانیم بعد اخلاقی بحث حق مؤلف و ارتباط آن با مسائل مربوط به عدالت را شرح دهیم.

در عین حال، در مورد نتایج واقعی مباحث حق مؤلف دیجیتال در این کتاب بحثی صورت نمی‌گیرد. در این کتاب به دنبال آن نیستیم که مدل خاصی را برای چگونگی عملکرد حق مؤلف ارائه دهیم. همان‌طور که مشخص خواهد شد، بیشتر به فرایند بحث حق مؤلف می‌پردازیم نه نتایج آن. با در نظر گرفتن اختلاف‌های قدرت در میان گروه‌ها، این‌گونه می‌اندیشیم که صداهای مشخصی که قابل ملاحظه‌ترین آنها صدای مردم است، اغلب کمتر به گوش می‌رسند و یا حذف شده و یا به شکلی نامتقارن در بحث گنجانده می‌شوند. در اصطلاح هنجاری، چشم انداز ما با این‌باور پیش می‌رود که سیاست حق مؤلف مشروع، برای ساخت خود از مردم نیز کمک می‌گیرد. ما حامی شکل خاصی از تعاملات مردمی در سیاست‌گذاری تحت عنوان «مشورتی» هستیم. تعاملات مشورتی بصورت خواسته‌های قطعی تعریف می‌شوند (Habermas, 1997; Mansbridge et al., 2010: 65–72). نخست اینکه، فرایند سیاست‌گذاری باید به گونه‌ای فراگیر باشد که تمام گروه‌های ذینفع بتوانند مشارکت داشته باشند. دوم اینکه، این فرایند باید دربردارنده بحث آزادانه‌ای باشد که تمام

1. Duff

گزینه‌ها در نظر گرفته شده و مشارکت‌کنندگان با گفت‌وگو و استدلال و نه سایر منابع تأثیر و قدرت هم‌دیگر را قانع کنند. سوم اینکه، تصمیم‌های سیاستی باید توافقی بین تمام گروه‌ها و در مورد کالایی مشترک باشد و اگر چنین توافق مبتنی بر منطق شدنی نباشد، دست‌کم توافقی مورد مذاکره باشد که بهره‌ها و ارزش‌های رقابت‌کننده را به شکلی منصفانه تعادل بخشد (Habermas, 1997: 166). آرمان‌های مشورتی ممکن است به طور کامل در عمل به واقعیت نپیوندند: همان‌گونه که «کولمن»^۱ و «بلاملر»^۲ اظهار داشته‌اند، باید خود را برای «مردم‌سالاری شورایی»^۳ آماده سازیم (۲۰۰۹: ۳۸). البته، آرمان‌های مشورتی، معیاری انتقادی را فراهم می‌آورند تا به ارزیابی بحث فعلی حق‌مؤلف و فرایند سیاست‌گذاری آن بپردازیم.

۱-۳. این کتاب چگونه سازماندهی شده است.

در حالی که انگیزه‌ها، چشم‌اندازها و دلایل گروه‌های گوناگون مشارکت‌کننده در بحث‌ها در مورد حق‌مؤلف، ضرورتاً به هم مرتبط هستند، این کتاب گروه‌های اصلی را در هر فصل به طور مجزا مطرح می‌کند تا تمایز بین مواضع و گفتمان‌هایی که زیربنای آنها را شکل می‌دهد مورد بررسی قرار دهد. اما نخست باید شرایط و چارچوب‌های قانونی موافق و مخالف گروه‌ها را درک نماییم. در نتیجه، ارائه مطالب را با مبانی حق‌مؤلف و مقاطع مهم تاریخی آن آغاز می‌نماییم. فصل دوم فضای تاریخی حق‌مؤلف را مطرح می‌سازد و ارتباط دیجیتال‌سازی را با کشمکش‌های جدی حق‌مؤلف مشخص می‌کند. مقاطع مهم تاریخی حق‌مؤلف و پیوند آنها با پرسش‌های کلیدی در این فصل بیان می‌شود. برای مثال، تصمیم‌های گذشته درباره حق‌مؤلف بر اعتقاد به تضمین منابع عامه با اطمینان از توزیع آثار استوار بود، در حالی که امروزه در گفتمان‌های تازه حق‌مؤلف به ندرت سخن از منافع عامه به میان می‌آید. زمانی هم که درباره منافع عامه سخنی گفته می‌شود، همانند آنچه که در

1. Coleman

2. Blumler

۳. به انگلیسی Deliberative democracy، گونه‌ای از مردم‌سالاری است که که استدلال و گفت‌وگو در کانون تصمیم‌گیری آن قرار دارد.

گزارش اخیر بررسی حق مؤلف طرح شده و بر اهمیت منافع عامه و استثنای حق مؤلف صحنه گذاشته، چنین مسائلی آن‌چنان که باید در قانون‌گذاری و سیاست‌گذاری حق مؤلف تأثیرگذار نیستند. برای نمونه، در ایالات متحده در برابر قانون ارتقاء دامنه عمومی^۱ مخالفت‌های بسیاری وجود دارد که از افزایش قوانینی که منجر به بهره بیشتر برای عموم می‌شود جلوگیری کرده است (Lessig, 2004a). در این فصل، به دیجیتال‌سازی به عنوان چوبی لای چرخ می‌نگریم: نه برای این‌که عامل کلیدی جریان‌های تجارت جهانی در حوزه مالکیت فکری و افزایش کارآمدی صنعتی در زمینه تولید و توزیع است بلکه به دلیل آن‌که نسخه‌برداری و به اشتراک‌گذاری آثار را آسان و درآمد صنایع فرهنگی را دست‌کم روی کاغذ تهدید کرده است. استدلال‌های صنعت برای توجیه این تأثیر در دهه اخیر دائماً به چالش کشیده شده است. دیجیتال‌سازی بحث‌های کهنه را دوباره پیش کشیده (برای نمونه، بحث‌هایی در زمینه مدت زمان حمایت حق مؤلف و آثار تحت پوشش قانون) و بحث‌های تازه‌ای پدید آورده است (برای نمونه، چگونگی برخورد با کاربران عادی ناقض قانون، در مقایسه با دستبردهای جدی و کیفری که پیش‌تر در قانون اصلی توجه اعمال قانون حق مؤلف بوده‌اند).

فصل سوم به بررسی نقش حق مؤلف در اقتصاد خلاق و مدرن و نیز رویکرد صنایع فرهنگی برای تقویت قدرت خود و جلب حمایت از سیاست‌گذاران می‌پردازد. صنایع فرهنگی سنتی (برای مثال، شرکت‌های بزرگ ضبط موسیقی و فیلم) از طریق «شیوه‌های قانون‌گذاری» (Lessig, 2006) به دنبال تأثیر بر تصمیم‌های دولتی و رفتار کاربر بوده‌اند و فصل سه به بررسی برخی از رویکردهایی که در این زمینه اتخاذ شده‌اند خواهد پرداخت. صنعت‌گران به آشکال کم‌تر مستقیمی نیز (از طریق طرح دوباره نمونه‌هایی که در دعاوی قضایی وجود داشته و همچنین با لابی‌گری) کوشیده‌اند تا در تهیه و تصویب خود قانون هم دخالت کنند. برای اصلاح هنجارهای اجتماعی نیز کوشیده‌اند کاربران را آموزش دهند یا کمپین‌هایی تبلیغاتی سازماندهی

1. Public Domain Enhancement Act

کنند که در آنها تصویری منفی از افرادی را نشان دهند که فایل‌ها را در فضای برخط به اشتراک می‌گذارند. میزان موفقیت این کوشش‌ها متفاوت بوده است به گونه‌ای که برخی کمپین‌ها با واکنش شدید مشتریان یا تقلید طنزگونه غیرمنتظره آنها مواجه شده‌اند. به طور مشابه، اثر روابط عمومی توسط صنعت‌گران، به دلیل وقایع و ارقام متضاد به چالش کشیده شده‌اند مانند بدبینی‌هایی که در نظرسنجی کمپین "Home Taping is Killing Music" در دهه ۱۹۸۰ گردآوری شد و در کمپین دیجیتال سازی در دهه ۲۰۰۰ میلادی استفاده شد. به همین ترتیب، کارهایی که روابط عمومی صنایع فرهنگی در این خصوص انجام داده‌اند نشان می‌دهد که فعالیت‌های ضد قوانین حق مؤلف به طور ضد و نقیضی بر سلامت صنایع فرهنگی آسیب می‌رساند.

موفقیت‌آمیزتر از کوشش‌های صنعت برای اثرگذاری بر دیدگاه‌ها و رفتار کاربران، کوشش برای تعیین حدود و ثغور بازار و حکمرانی بر آن (و در نتیجه تشویق به استفاده از رسانه‌های قانونی) و ضوابط استفاده (دستورالعمل‌های فنی همراه نرم‌افزارها و سخت‌افزارها که به سادگی مقابله با مقررات را دشوارتر می‌سازد) بوده است. همان طور که «می»^۱ (۲۰۰۷) درباره «مدیریت حقوق دیجیتال» توضیح می‌دهد، در مواردی این تغییرات فراتر از مرز رعایت حق مؤلف و برای گسترش آن پیش رفته است. فصل سوم نیز به تفصیل و با پرداختن به پرونده‌های خاص به بررسی شیوه‌های بهره‌برداری صنایع فرهنگی از حق مؤلف می‌پردازد.

شرکت‌های فناوری و بسترهای برخط همانند «گوگل» و «دِ پایرت‌بی»^۲ برخی مواقع بین ناشر به عنوان عامل صنعت و دولت و فعالیت‌های کاربران رسانه‌ای نقش میانجی را (همانند ارائه‌کنندگان خدمات اینترنتی) ایفا می‌کنند: این موارد، موضوع فصل چهارم هستند. برای مثال، ارائه‌کنندگان خدمات اینترنتی از جانب صنعت و دولت‌ها تحت فشار بوده‌اند که بر استفاده کاربران از خدماتشان نظارت داشته باشند. برخی از این میانجی‌ها، نقشی کاملاً تقابلی ایفا می‌کنند: کمپین «دسترسی ما را مسدود نکنید» که توسط «تاک‌تاک»^۳ برای مقابله با قانون اقتصاد دیجیتال^۴ انگلستان

1. May

2. The Pirate Bay

3. TalkTalk

4. Digital Economy Act

راه‌اندازی شد نشان داد که ارائه کنندگان خدمات اینترنتی نه تنها در نظارت بر رفتار کاربران در تردید هستند، بلکه گاهی با کاربران عادی متحد و هم‌نوا می‌شوند. بسترهای به اشتراک‌گذاری فایل‌ها همانند «دِ پایرت‌بی» (که امروزه رسماً در بریتانیا مسدود شده‌اند) موضع ضد حق مؤلف خود را به هیچ عنوان پنهان نمی‌سازند. از سوی دیگر، بسترهای برخلاف همانند گوگل به طور کلی حامی موضع صنایع فرهنگی و دولت در مورد حق مؤلف هستند اگرچه مشخصاً چشم‌اندازهای جایگزینی را برای برخی سیاست‌ها و کاربرد آثار تحت حمایت حق مؤلف خود قائل هستند (از طریق پیوند به محتوا و دیجیتال‌سازی محتوا) که خود جای بحث دارد. فصل چهارم به بررسی موضع میانجی‌های اینترنتی در هر دو طرف بحث می‌پردازد.

قانون حق مؤلف از مجموعه قوانین و هنجارهایی است که معنای پدیدآور خلاق را در صنایع فرهنگی به خوبی تعریف کرده و محدود می‌سازد. فصل پنجم نگاهی به آثار جدیدی انداخته که به تألیف خلاقانه و اثر نوآورانه پرداخته‌اند تا رویکردهای گوناگون پدیدآوران که در ارتباط با حق مؤلف به وجود آمده را شناسایی و بیان کند. در این فصل تجربیات پدیدآوران خلاق و رابطه بین کار و قوانین حق مؤلف مورد بحث قرار گرفته است.

گاهی پدیدآوران سخنگوی صنایع بوده و به آنها خدمت کرده‌اند، در حالی که برخی از پدیدآوران دیدگاهی متفاوت و متضاد را اتخاذ کرده‌اند. پدیدآوران خلاق گاهی رویکردهایی انتقادی نسبت به نقض حق مؤلف مطرح کرده‌اند و حتی نقض قانون را از طریق طرح دعوای حقوقی پیگیری کرده‌اند ولی این دیدگاه‌ها همواره از سوی عامه مردم که پدیدآوران هنری را ثروتمند و مرفه می‌دانند که از پیش بهای کار خود را دریافت کرده است، به خوبی پذیرفته نشده است. از سوی دیگر، برخی پدیدآوران برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی، درک متفاوتی از دستبرد ادبی دارند و به دستبرد ادبی - همانند رفتار طرفداران - به عنوان ابزاری تبلیغاتی و بالفعل برای بررسی مدل‌های کسب‌وکار موجود می‌نگرند. درواقع، موسیقی‌دانان در مورد دانلود

غیرقانونی به عنوان ابزار توزیع سخن به میان آورده و اعتراض کرده و بر مزایای حاصل از برگزاری تور و تجارت برای حفظ سود خود تأکید کرده‌اند (اگرچه قراردادهای اصلی حقوقی به دنبال جریان‌ات درآمدی ثانویه هستند). برخی نیز، مدافعان سرسخت مدل‌های جایگزین برای خلق اثر خلاقانه (و گذران زندگی از طریق آن) هستند. جنبش منبع باز، نمونه‌ای از جایگزین تولید و توزیع است که در صنعت نرم افزاری دارای اهمیت بوده و فلسفه زیربنایی آن نیز توسط برخی از پدیدآوران اثر در سایر صنایع فرهنگی انتخاب شده است. صاحب نظران به بررسی این مسأله پرداخته‌اند که چگونه قانون حق مؤلف می‌تواند مانعی در مقابل خلاقیت و نوآوری و مدل‌های (غربی، سرمایه داری) ویژه و مرفه تولید فرهنگی باشد. فصل پنجم به چشم‌اندازهای تولیدکننده در رابطه با بحث‌های اصلی و کار خلاقانه خواهد پرداخت.

کاربران، موضوع اصلی فصل ششم هستند که در بحث‌هایی که در میان صنعت، دولت و میانجی‌ها رخ می‌دهد حضوری سایه‌مانند داشته و در طول سالیان از طریق بحث در قالب برخی نقش‌ها، از کاربران بی‌تجربه تا مجرم، مشتری تا شهروند، کاربر عادی تا تولیدکننده، مشارکت دارند که مرزهای بین آنها اغلب مبهم است. اغلب مطالعات در زمینه کاربران توسط پژوهشگران حوزه سیاست‌گذاری و صنعت آغاز شده است که تمایل داشته‌اند تا دقیقاً در گرایش به ایجاد سیستم حق مؤلف که از مزیت‌های تجاری حاصل از اثر خلاقانه حمایت می‌کند، همسو شوند. به طور مشابه، بسیاری از کمک‌های دانشگاهی در زمینه‌های اخلاق، بازاریابی و جرم‌شناسی، مبنای قانونی حق مؤلف را از پیش تعیین شده می‌دانند. مثلاً محققان علوم سیاسی کوشش کرده‌اند به بررسی این مسأله بپردازند که چرا کاربران حق مؤلف را زیرپا گذاشته و چگونه این رفتار قانونی قابل ترغیب و تشویق است. بالعکس، صاحب‌نظران، رویکردی جامعه‌شناختی را برای سیستم حق مؤلف اتخاذ کرده‌اند که درک مبتنی بر فضا را در مورد رفتار کاربر، پذیرش فرهنگ‌ها و اجتماعات برخط اشتراک‌گذاری فراهم می‌آورد و بر رفتار منحرف افراد مجرم متمرکز نیست. فصل ششم به موضع

کاربر در این چشم‌اندازها می‌پردازد و نظرات کاربران را ترسیم می‌کند که از طریق تحقیقات کاربرمحور، قابلیت شنیده شدن می‌یابند.

گسستگی بین هنجارهای روزانه و آداب کاربران اینترنتی از سویی و هنجارهای منعکس شده در سیاست و قانون‌گذاری حق مؤلف از سوی دیگر، حاکی از رد شدن شدید و گسترده منطق‌های زیربنایی است. فصل ششم این‌گونه پیش می‌رود که غلبه صنعت و چشم‌اندازهای دولتی در بحث حق مؤلف باید مشارکت دیدگاه‌های کاربر در مورد مفاهیم و ایدئولوژی‌هایی که زیربنای قانون‌گذاری هستند و پیرامون آنها مباحث و گفتمان‌های متعدد و رقابت‌کننده مشروع وجود دارد را دربر بگیرد.

شکل سیاست و تنظیم قانون حق مؤلف، در نهایت به واسطه فرایندهای سیاسی تعیین می‌شود. فصل هفتم با تمرکز بر ماهیت سیاست‌گذاری حق مؤلف در سطوح ملی و بین‌المللی به بررسی عمیق‌تر این فرایندها می‌پردازد. فرایندی که در مورد سیاست حق مؤلف به تصمیم‌گیری منتهی می‌شود، به طور آرمانی دموکراتیک و مشورتی است و در آن بهره‌ها و ارزش‌های تمام گروه‌ها که در این کتاب در نظر گرفته شده است به شکلی یکسان نشان داده شده و مورد بررسی قرار می‌گیرد. در عمل، فرایند مذکور معمولاً نمی‌تواند این خواسته را برآورده سازد. شرکت‌های اصلی به دنبال تسلط یافتن هستند تا از منابع اقتصادی و موضع خود استفاده کرده و تأثیر بیشتری بر تصمیم‌گیری داشته باشند. ضمناً، عدم تعادل قدرت در فرایند سیاست‌گذاری در سطح ملی، در سطح بین‌المللی نیز نمود می‌یابد که زمانی بیشتر مشهود است که دولت‌های مشخصی قادر هستند امور را بین‌المللی ساخته و سیاست‌های حق مؤلف خود را از طریق توافقات متنوع بین‌المللی به سایر دولت‌ها منتقل نمایند. با این وجود، علی‌رغم این نابرابری‌ها، نمونه‌های جدیدی را در دست داریم که در آن عموم افراد توانسته‌اند سیاست حق مؤلف را به واقعیت مبدل ساخته و بر آن تأثیر بگذارند. آنچه در مباحث جاری در مورد حق مؤلف دیجیتال به چشم می‌خورد حاکی از آن است که بیش از هر چیزی نیاز به مشارکت عموم به عنوان بخشی

جدایی ناپذیر از فرایند سیاست‌گذاری وجود دارد. وقتی تصمیم‌گیری‌ها بر پایه در نظر گرفتن تمامی نقطه‌نظرات است و هدف، دستیابی به نتیجه‌ای است که نشان دهنده مصلحت همگانی است یا دست‌کم توافق عادلانه‌ای را در میان دیدگاه‌ها و سلايق متفاوت تمام گروه‌های مشارکت‌کننده نشان می‌دهد، ما از درک مشورتی خود در مورد مشارکت عمومی و سیاست‌گذاری آرمانی حمایت می‌کنیم.

فصل هشتم گرایش‌هایی را که در سراسر کتاب جریان داشته است را نشان می‌دهد و اهداف اصلی و عدم توافق‌های مهم مشهود در تحلیل گفتمان‌ها را پیش از بررسی آینده حق مؤلف در عصر دیجیتال، به طور خلاصه مطرح می‌کند. مشخص است که در وضعیت فعلی، سیاست حق مؤلف مورد رضایت هیچکس نیست و تأثیرگذاری محدودی دارد. ما بر این باوریم که یکی از دلایلی که باعث می‌شود موضوعات اصلی، در بحث حق مؤلف ماهیتی اعتراض برانگیز داشته باشند، رقابت و سلامت اقتصادی صنایع فرهنگی، خلق و توزیع اثر فرهنگی و قدرت نسبی کنش‌گران متفاوت در صنایع فرهنگی است. در رابطه با این سه ایده، در مورد مواضع گوناگون کنش‌گران متعدد به بحث خواهیم پرداخت و این امر را در نظر خواهیم گرفت که چگونه عدم توافق، باعث تغییراتی در این مواضع شده و حاکی از آن است که آینده حق مؤلف در عصر دیجیتال، نسبت به آنچه در آغاز مشخص بود با تغییر بیشتری مواجه خواهد شد. از نظر ما، بحثی جامع در مورد حق مؤلف برای توسعه سیاست مؤثری که مورد رضایت کلیه گروه‌ها باشد ضروری است. در واقع، کاربران به ابزاری نیاز دارند تا بتوانند مواضع خود را اظهار داشته و احساس کنند سخن آنها شنیده و درک می‌شود. ما فرصت‌ها و محدودیت‌های یک رویکرد «علمی» برای مشارکت عمومی با سیاست رسانه‌ای و سیاست‌گذاری را در نظر گرفته و بار دیگر بر نیاز به فرایند سیاست‌گذاری دموکراتیک‌تر و مشورتی‌تر حق مؤلف تأکید می‌نماییم.

تاریخچه‌ای کوتاه از حق مؤلف: کجاییم و چگونه به اینجا رسیده‌ایم؟

۲-۱. چرا باید به گذشته بنگریم؟

چگونه قانونی که در آغاز قرن هجدهم تصویب شد، در فرهنگ و اقتصاد قرن بیست و یکم اهمیت شگرفی یافت؟ به منظور درک مباحث معاصر در مورد حق مؤلف، باید زمینه تاریخی و دیدگاه‌های اصلی، تمایزات و تغییراتی که مسیر حق مؤلف را تا اینجا مشخص می‌کند در نظر بگیریم. سایر نویسندگان به طور جزئی به این موضوع پرداخته‌اند: به عنوان مثال، رز^۱ (۱۹۹۳) به بحث در این زمینه پرداخته است که چگونه مفهوم تألیف^۲ به پیدایش حق مؤلف در قرن هجدهم مرتبط بوده و به واسطه آن شکل گرفته است. دیزلی^۳ (۲۰۰۴) به تغییرات و چالش‌های عمده برای قانون حق مؤلف در بریتانیای قرن هجدهم توجه نموده است؛ و وایت‌هایانتان^۴ (۲۰۰۱) توسعه حق مؤلف را در ایالات متحده در قرن‌های هجدهم تا قرن بیستم دنبال کرده است. آثاری از این دست، پایداری و تداوم اسطوره‌ها و تصمیم‌های اولیه را نشان می‌دهد و ارزش کشف تاریخچه حق مؤلف را در جهت درک مسائل مرتبط با نقش فعلی آن و مباحث مرتبط

1. Rose

2. Authorship

3. Deazley

4. Vaidhyathan

آشکار می‌سازد. در این فصل، آثار تاریخی در مورد حق مؤلف را به عنوان شیوه فراهم آوردن پیش زمینه آن، و مشخص کردن برخی مباحث مدرن و عدم توافق‌هایی که رقابت‌های ارتباطی را حول این مباحث پدید آورده است (که در بخش‌های بعدی به آنها خواهیم پرداخت) مطرح کرده و ارائه می‌نماییم.

۲-۲. مقاطع تاریخی مهم و تأثیرگذار در قانون حق مؤلف

اگرچه حق مؤلف امروزه مفهومی قانونی است که در کل دنیا گسترده شده است، این قانون به خودی خود در انگلستان آغاز شد. نقطه عطف تاریخی حق مؤلف، به طور کلی به عنوان تغییری شناسایی می‌شود که به واسطه قانون آن^۱ در سال ۱۷۰۹ آغاز گردید که به واسطه آن حق فروش دائم برای آثار تالیفی خریداری شده با حق انحصاری کوتاه مدت نویسندگان جایگزین شد. علی‌رغم تغییر و تحولات متعدد قانونی در طول سه قرن اخیر، قانون‌گذاری حق مؤلف همچنان به دنبال ایجاد تعادل بین حقوق پدیدآوران (یا صاحبان) و دسترس‌پذیری برای مردم در سطح وسیع است که هر دو هدف، به روش‌های گوناگون، به «علاقه عموم» مربوط می‌شوند. تقویت حق مؤلف برای صاحبان اثر به عنوان فعالیت خلاقانه و پیشبرنده بوده و در ضمن، یادگیری را به نفع عموم ارتقا بخشید (از طریق مصرف آثار دارای حق مؤلف) در حالی که استثناهایی را برای حق مؤلف دربرداشت که این امکان را فراهم می‌آورد تا مطالب به طور رایگان مورد استفاده قرار گیرند و این باعث دسترس‌پذیری گسترده تر آثار مشمول حق مؤلف برای عموم می‌گردد (Davies, 2002: x).

همان‌گونه که کشورها تمایل خود را برای پذیرش اصل حق مؤلف اعلام می‌کردند، قانون‌گذاری نیز برای انعکاس مسائل جدید در مورد شرایط و الحاقات ایجاد شده به واسطه موارد خاص یا از طریق لابی‌کنندگان مورد بازنگری قرار می‌گرفت. اگر هدف حق مؤلف به طور کلی، پیشبرد اثر خلاقانه در نظر گرفته شود (یا ارتقای پیشرفت علم و هنرهای مفید آن چنانکه عبارت حق مؤلف در قانون

1. Anne

اساسی ایالات متحده آن را مطرح می‌سازد)، مسیر دستیابی به هدف، نقطه اصلی بحث است. پیشبرد، ممکن است به واسطه انگیزش (از طریق تشویق) یا شمارگان (از طریق دسترسی بیشتر) تقویت شود و این‌ها همگی مفاهیمی هستند که از طریق قوانین و موارد مؤثر اولیه توسعه یافته‌اند. در قاب، چهار نمونه از مواردی که در کشورهای بریتانیا، ایالات متحده، و در سایر کشورهای که قوانین مصوب در بریتانیا یا ایالات متحده را به وام گرفته یا اتخاذ کرده‌اند توضیح داده شده که نقش مؤثری در توسعه حق مؤلف ایفا کرده و همچنان در مباحث مدرن نیز به جهت بحث و تعیین اصول اساسی دارای اهمیت هستند.

قاب ۱-۲

بریتانیا: «میلار»^۱ در مقابل «تایلر»^۲ (۱۷۹۶)

تصمیم اتخاذ شده در مورد میلار در مقابل تایلر ۱۷۹۶، نشان دهنده یکی از مهمترین زمان‌ها در دوره‌ای است که به عنوان دوره جنگ فروشندگان کتاب مطرح شد و در طول آن، فروشندگان رقیب انگلیسی و اسکاتلندی در مورد پوشش مجسمه آن و حق انتشار آثار پس از انقضای محافظت از مجسمه آن به رقابت پرداختند. در این زمینه و موارد مشابه، سوالاتی کلیدی مطرح شد در مورد اینکه آیا مجسمه، جایگزین حق قانونی رایج برای نویسندگان شده است یا خیر و آیا ماهیت «دارایی» ادبی باید مشابه با ملک فیزیکی در نظر گرفته شود یا خیر. در این مورد، فروشندگان کتاب انگلیسی (آندرو میلار) که حق انتشار «فصل‌ها» نوشته شاعر «جیمز توماس»^۳ را خریداری کرده بود، با فروشنده کتاب اسکاتلندی (رابرت تایلر) که پس از انقضای حقوق اعطا شده بواسطه مجسمه شعر را مجدد به چاپ رسانده بود، مخالفت نمود. دادگاه که به نفع میلار حکم صادر کرده بود، حق «کامن لا»^۴ بر دارایی را تأیید کرده و امکان حق چاپ انحصاری را تا ابد صادر کرد. همانطور که «دیزلی»^۵ توضیح می‌دهد، قاضی در این مورد تصمیم را براساس این ادعا توجیه کرده بود که «این مسأله منصفانه است که یک نویسنده باید از منافع اصلی مادی کار و نبوغ خود بهره مند شود» و اینکه تصمیم بر «اصول پیش از و مستقل از» مجسمه آن تکیه دارد (۲۰۰۶: ۱۵). ایده (منافع) مشوق، به شکلی ضمنی از طریق عادلانه جلوه دادن این تصمیم‌گیری ارتقا یافته و هدف محافظت از حق مؤلف را به عنوان پاداشی مطمئن مطرح می‌سازد (و از آن نقطه نظر، چرا نباید پاداش همیشگی باشد؟).

←

1. Millar

2. Taylor

3. James Thomson

4. Common Law

5. Deazley



اصول مورد استفاده قاضی، احتمالاً شگفت‌آور تلقی می‌شوند چون این مورد، نویسنده ای را شامل نمی‌شود که سال‌ها پیش فوت شده باشد (و در نتیجه، انقضای حمایت). این تصمیم بر این باور متکی است که توسط فروشندگان کتاب لندن در ملک ادبی تکیه دارد «که بر کار نویسنده، اثری که نویسنده می‌تواند به فروشنده کتاب بفروشد، بنیان نهاده شده است. این ملک، گرچه غیرمادی است، از واقعیت دور نیست و دائمی‌تر از هر نوع ملک دیگری است» (Rose, 1993: 6).

بریتانیا: «دانلدسن»^۱ در مقابل «بکت»^۲ (۱۷۷۴)

تصمیم در مورد میلار در مقابل تایلر، حرف نهایی در مورد موضوع نبود. فقط چندسال بعد، در سال ۱۷۷۴، جنگ فروشندگان کتاب به طور تأثیرگذار زمانی به پایان رسید که تصمیم با قانون‌گذاری در مورد «دانلدسن» در مقابل بکت، وارونه شده بود؛ موردی که دربردارنده کتاب مشابه جیمز توماس بود.

در این پرونده، فروشنده اسکاتلندی «الکساندر «دانلدسن» حق انحصاری فروشنده لندن «توماس بکت» را برای تجدید چاپ اثر به چالش کشید (برای دریافت اطلاعات مختصر و مفید درباره پرونده های قضایی فروشندگان کتاب، به رز، ۱۹۹۳: ۶۶-۹۱ مراجعه نمایید). حکم دادگاه وجود قانون حق مؤلف ابدی در نظام «کامن لا» و تأثیر چنین نظامی را به عنوان خطری برای پیشرفت دانش تکذیب کرد: «علم و دانش، مواردی نیستند که در چنین زنجیره‌هایی به هم پیوند خورده باشند» (Lord Camden, quoted in Deazley, 2006: 19). اگرچه ایده‌های موجود در مباحث حق مؤلف قانون مشترک، بر این موارد و گفتمان متعاقب تأکید داشتند، دونالد در مقابل بکت یاد آور آن است که ترغیب انتشار برای دستیابی به سود بیشتر عموم در نهایت در این دوره به رویکرد غالب مبدل شد. همانطور که «لسیگ»^۳ می‌نویسد، «پیش از مورد «دانلدسن» در مقابل بکت، هیچ ایده واضحی در مورد حوزه عمومی در انگلستان وجود نداشت. پیش از سال ۱۷۷۴، بحث شدیدی در مورد این مسأله وجود داشت که قوانین حق مؤلف نظام «کامن لا» ابدی بوده است. پس از سال ۱۷۷۴، مسأله حوزه عمومی مطرح شد» (2004a: 93).

ایالات متحده: «ویتون»^۴ در مقابل «پیترز»^۵ (۱۸۳۴)

در دیوان عالی ایالات متحده (پرونده ویتون در مقابل پیترز) در سال ۱۸۳۴ اولین تصمیم بزرگ آمریکایی در خصوص حق مؤلف گرفته شد (Vaidhyanathan, 2001: 202) و در پرونده دونالدسون در مقابل بکت نیز استفاده شد. هنری ویتون خبرنگار دادگاه بود که گزارشات دادگاه را تهیه می‌کرد. ریچارد پیترز جانشین او علاوه بر تدوین گزارشات به تولید خلاصه‌ای کم‌حجم‌تر و در نتیجه ارزان‌تر از نسخه پر حجم ویتون می‌پرداخت. ویتون بر این اساس



1. Donaldson

2. Beckett

3. Lessig

4. Wheaton

5. Peters

شکایت کرد که پیترز قانون حق مؤلف را نقض کرده است. پس از برگزاری دادگاه رای اعلام شده بر این مبنی بود که "به دلیل حفظ منافع عمومی قانونی در جهت حفظ انحصار و حق مؤلف دائمی وجود ندارد" و در اینجا منافع عمومی اولویت دارد. (Vaidhyanathan, 2001: 47).

در این مثال به تضاد بین حقوق نویسنده (یا مالک) و عموم مردم پرداخته شد و اولویت در بهره‌مندی و تضمین دسترسی عموم بود. اگر یک نویسنده/مالک قدرت اعمال کنترل و انحصار ابدی را داشته باشد، دو تهدید مهم در خصوص منافع عمومی افزایش می‌یابد. اثر تولید شده ممکن است در دسترس عده‌ای خاص قرار گیرد و قابل استفاده برای عموم نباشد و یا اینکه تولید عمومی داشته باشد ولی به لحاظ قیمت انحصاری فقط افراد ثروتمند بتوانند از آن استفاده نمایند. برای حل این مشکل یک رویه قضایی واحد بین ایالات متحده و بریتانیا تنظیم شده است.

ایالات متحده: «بکر»^۱ در مقابل «سلدن»^۲ (۱۸۳۴)

مفهومی که در موارد پیشین بریتانیا ظهور یافت (شامل میلار در مقابل «تیلور» و «دانلدسن» در مقابل بکت) و به طور جزئی در مورد دادگاه عالی ایالات متحده برای بیکر در مقابل «سلدن» (۱۹۸۷) مورد بررسی قرار گرفت، دوگانه ایده-بیان است. این مفهوم در مباحث مربوط به حق مؤلف برای تشریح این اصل مورد استفاده قرار گرفت که اظهار ایده‌ها و نه صرفاً خود ایده‌ها هستند که بواسطه حق مؤلف مورد محافظت قرار می‌گیرند. در این مورد، چارلز «سلدن» نسخه‌های مختلف کتابی را منتشر کرد که نمونه‌هایی را از سیستم حفظ کتاب توصیف و ارائه می‌نماید. بعدها، «دابلو سی ام بیکر»، کتابی را منتشر کرد که سیستم مشابهی را ارائه می‌نمود. وقتی کتاب «سلدن» از نظر تجاری ناموفق عمل کرد، کتاب بیکر بازاری یافت و همسر «سلدن» مدعی علیه را تنظیم کرد که نقض قانون حق مؤلف را طرح کرد. این چنین قانون‌گذاری شد که «تمایزی مشخص بین کتاب و اثر هنری وجود دارد که قصد تشریح دارند» (بیکر در مقابل «سلدن»). به عبارت دیگر، درحالی‌که کتاب «سلدن» (اظهار ایده) بواسطه حق مؤلف مورد حمایت قرار گرفته بود، سیستم حفظ کتاب (خود ایده) این‌گونه نبود و این امر، انتشار کتاب بیکر را بدون نقض قانون حق مؤلف امکان‌پذیر ساخت. اگرچه تصمیم در این مورد تمایزی را که از پیش برای قانون‌گذاری در موارد پیشین مورد استفاده قرار می‌گرفت مشخص تر ساخت، چالش‌های بکارگیری دوگانه را بدون قانون حق مؤلف حل نکرد. «وایدیاناثان»^۳ این‌گونه هشدار می‌دهد که «وقتی کلمات و عبارت‌هایی بسیار متفاوت مانند «دستبرد ایده»، «حفظ حق مؤلف»، «انتساب» و «دستبرد ادبی» به طور جایگزین و مشابه در گفتمان عمومی در مورد امور تجاری خلاقیت مورد استفاده قرار می‌گیرند تعریف، شناسایی، و در نتیجه دفاع از آن دوگانه ایده-بیان دشوارتر می‌شود» (۲۰۰۱: ۳۴).

آنچه باعث می‌شود این نمونه‌های قدیمی این گونه اهمیت یابند نقش مهم آنها در شکل‌گیری مفاهیم حق مؤلف مانند مالکیت، قلمرو عمومی و حوزه محافظتی است که باعث شکل‌گیری مبنای عدم توافقات و داوری قانونی از آن به بعد شده است. همان‌گونه که نمونه‌های تاریخی نشان می‌دهد، ایجاد تعادل بین حق دسترسی کافی و تشویق منصفانه آسان نیست و مباحث فعلی حاکی از آن هستند که ما در حال دستیابی به توافق در مورد اصطلاحات مناسب و استثنای تحت پوشش هستیم. از سوی دیگر، برخی منتقدان مدرن این دغدغه را دارند که نویسندگان، در مقابل فعالیت‌های متخلفان (نسخه‌برداران) مربوط به پیدایش فناوری دیجیتال، امنیت کافی ندارند. فناوری دیجیتال، جایگاهی است برای «برانگیختن علاقه عمومی که به نفع محافظت از مؤلفان و سایر دارندگان حق مالکیت در مقابل دستبرد در فضای سایبری نیست، اما در راستای دسترسی رایگان و نامحدود عموم به آثار حق مؤلف همراه با ابزار نسخه‌برداری از آنها برای اهداف فردی است» (Davies, 2002: 7). از سوی دیگر، آنچه شاید نخست یک بی‌عدالتی ساده نسبت به پدیدآوران سخت‌کوش به نظر می‌رسد که کاربران عادی بی‌تفاوت بانی آن هستند، امری پیچیده است و به گفته پژوهشگران بعضی از فرضیات موجود درباره حق پدیدآوران و آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف به عنوان یک دارایی بسیار لغزان است و نمی‌توان آنها را مطلق انگاشت. برای مثال، این فرض که برخورداری پدیدآوران از حق مالکیت ناشی از پیدایش قانون حق مؤلف است، و بنابراین قانون حق مؤلف می‌تواند به اندازه فهم متعارف موجود یا حتی بیش از آن سرچشمه مفهوم حقوق مالکیت پدیدآوری قلمداد شود. حق مؤلف همزمان با مفهوم حقوق مالکیت مؤلفان به عنوان ارزشی مهم، اصیل بودن نیز در تولید فرهنگی اهمیت یافت؛ پیش از قرن هجدهم، مفهوم مالکیت ادبی مؤلفان شکل نگرفته بود (Rose, 1993). «دیزلی» (۲۰۰۴) بحث مفیدی را در مقابل فرضیات زیربنایی دغدغه‌هایی در مورد حقوق مؤلف، با زیرسوال بردن نقل‌هایی که

تاریخ و پیشرفت حق مؤلف را حاصل طبیعی حق انحصاری نویسنده امروزی می‌دانستند، مطرح ساخت. از طریق بررسی قانون‌گذاری حق مؤلف در بریتانیای قرن هجدهم، وی این‌گونه به بحث پرداخت که حق مؤلف «هرگز صرفاً به فروشنده کتاب یا نویسنده مربوط نبوده است» بلکه «حق مؤلف با تصویب قانون «آن» و تصمیم واقع بینانه «دانلدسن»، تعریف شده و با توجه به علائق جامعه و نه علائق فردی، توضیح داده شده است» (۲۰۰۴: ۲۲۶).

افزون بر این، وجود صاحبان حقوقی که نویسنده نیستند، اصل پاداش برای زحمت خلاقانه را مبهم می‌سازد. از آنجا که مالکیت حق مؤلف، می‌تواند نسبت داده شده و به غیرنویسنده منتقل شود، بسیاری از افراد و شرکت‌هایی که به شکل مالی از حق مؤلف بهره‌مند می‌شوند، اصلاً هنرمند نیستند. برخی پژوهشگران مدعی شده‌اند که دلیل اصلی این که قانون حق مؤلف، «بدون تغییر برجای مانده است - علی‌رغم تضادهای موجود بین فرضیات خیالی در مورد مؤلف و فعالیت‌های واقعی تولید فرهنگی - بدین علت است که قانون به شکلی که در حال حاضر شکل گرفته است، به نفع صاحبان حق مؤلف ثروتمند عمل می‌کند» (McLeod, 2001: 25-6).

در حالی که بحث‌های اخیر بر تکرارهای پیشین تأثیر گذاشته است، حق مؤلف همواره موضوعی بحث برانگیز بوده و چنین مخالفت‌هایی به تعریف حق مؤلف که برخی مواقع مشخص فرض شده است کمک کرده‌اند. همان‌طور که یکی از مورخین قانون حق مؤلف در بحث‌های قانونی و هستی‌شناسی اواسط قرن هجدهم مطرح می‌سازد، «میراث واقعی این سال‌های بحث و مخالفت، ایده و ایده‌های مخالف، در این واقعیت نهفته است که از طریق فرایند مخالفت با معنای قانون‌گذاری‌های حق مؤلف، مفهوم حق مؤلف به خودی خود، تعریف شده است» (Deazley, 2004: 167). برخی ایده‌ها و تمایزات اصلی، جایگاه‌های منظم و مکرر را در چالش‌ها و پذیرش ابعاد قانون حق مؤلف به خود اختصاص داده‌اند، که این امر تصمیم‌های قانونی اولیه را که

همچنان در قرن‌های آتی و در فضای بحث‌های مدرن در مورد قانون حق مؤلف تکرار می‌شد توجیه می‌کند. بخش بعدی، این ایده‌ها و تمایزات را به دسته‌هایی تقسیم بندی می‌کند: اصول زیربنایی، نوع حقوق، و پوشش حقوق.

۲-۳. اصول زیربنایی

نخست، و بر پایه بحث فوق در زمینه بحث‌های حق مؤلف، دیدگاه‌های متفاوتی در مورد حق مؤلف بر اصول زیربنایی متفاوتی استوار هستند. «کرشمر» و «کاول»^۱ (۲۰۰۴) مباحث توجیهی قرن هجدهم را مطرح ساخته‌اند که شیوه فکری و درک ما را در حال حاضر در مورد حق مؤلف شکل داده‌اند. «تئوری کار لاک»^۲ درباره مالکیت، که حاصل کار فرد را ملک آن فرد می‌داند، زیربنای بسیاری از قوانین اولیه و تصمیم‌های قانونی مربوط به حق مؤلف را شکل می‌دهد. این معنای حق مؤلف به عنوان حق مالکیت (و بخشی از مالکیت فکری)^۳ همچنان مبنای بسیاری از پیشرفت‌ها و مباحث در زمینه حق مؤلف است. دیدگاه دیگری که در مباحث اولیه موجود است، «مفهوم حق مؤلف را به عنوان تعدیل کننده مزایای عموم، و ترغیب تولید فرهنگی» می‌داند (Kretschmer and Kawohl, 2004: 29) و به شکل ویژه‌ای در عبارت حق مؤلف در قانون اساسی ایالات متحده آمده است: «برای ارتقای علم و هنرهای مفید، با ایجاد حق انحصاری برای زمان‌های محدود برای مؤلفان و مخترعان به دلیل نوشته‌ها و کشفیات آنها».

افزون بر این، ایده‌های فلسفی در مورد اهمیت مؤلف و ارتباط نویسنده با اثر ذهنی وی در این دیدگاه گنجانده شده است که «هرچیزی که تاکنون در مورد این اثر انجام گرفته است، به شخصیت نویسنده مرتبط می‌شود» (Kretschmer and Kawohl, 2004: 33). این ایده‌های زیربنایی، تمایزاتی را در مباحثی ایجاد می‌کند که در مورد هدف و تغییر پیشنهادی برای حق مؤلف ارائه می‌شوند و همراه با اصول خاصی

1. Kretschmer and Kawohl

2. Locke's 'labour theory

3. Intellectual property

هستند که در دوره‌ها و موقعیت‌های متفاوتی اهمیت می‌یابند. به عنوان نمونه، نقش حق مؤلف در ترغیب تولید خلاقانه، انگیزه مهم ارتقای اقتصاد خلاقانه در دهه‌ی ۱۹۹۰ بوده است که در فصل سوم به آن خواهیم پرداخت. به طور مشابه، مفاهیم خیالی در قرن هجدهم در مورد نویسنده و ساختارهای مؤلف به شکل چندنفره که اوج‌گیری رسانه‌های جمعی را در قرن بیستم به دنبال داشت، چالش‌های متفاوتی را برای تشخیص مؤلف در قانون حق مؤلف پیش رو قرار می‌دهد که در فصل پنج مورد بحث قرار خواهیم داد. اگرچه این اصول مبنایی از نظر اهمیت دچار فراز و نشیب شده‌اند، هرکدام از آنها همچنان در فضای معاصر فعالانه حضور دارند.

۲-۴. انواع حقوق

انواع گوناگونی از آثار، ابعاد آثار خلاقانه و کاربردهای آثار خلاقانه نیازمند حقوق مرتبط و تاحدی متفاوت هستند. مطالب چاپی در اوایل تدوین قانون حق مؤلف، از نظر آنچه تحت پوشش قرار می‌دهد و چگونگی استفاده از آنها در مقایسه با فیلم‌ها، رسانه‌های پخش، و فایل‌های ضبط شده صوتی که بعدها زیر پوشش این قانون قرار گرفتند، تاحدودی مشخص به نظر می‌رسید: رسانه‌های جمعی قرن بیستم، باعث افزایش جنبش آثار تحت حمایت حق مؤلف در بسترها شده و انواع کاربردهایی که این مجوز باید برای آنها استفاده می‌شد را بوجود آوردند. تطبیق‌دهی و توزیع آثار تحت حمایت حق مؤلف که به واسطه اینترنت سریع‌تر رخ می‌داد، سناریوهایی را پیش رو نهاد که نیازمند مجوز بودند. به عنوان مثال، در امر موسیقی، صدور مجوز در صورتی نیاز بود که فردی غیر از دارنده حق مؤلف می‌خواست، قطعه موسیقیایی تحت حمایت حق مؤلف را اجرا کرده، آلبوم جدیدی برای توزیع آن آماده سازد و یا آن را در انتظار عموم اجرا نماید، آن قسمت را به عنوان بخشی از آلبوم بگنجاند یا قطعه را در قطعه موسیقی دیگری استفاده کند. قاب ۲-۲ برخی حقوق مرتبط را شرح می‌دهد.

قالب ۲-۲. حقوق مرتبط

حقوق بازتولید: حق انحصاری برای نسخه‌برداری از یک اثر (به هر شیوه‌ای) یا اعطای حق به سایرین برای نسخه‌برداری از اثر، اساسی‌ترین حق اعطا شده به صاحبان حقوق بوده و برای بخش‌هایی از اثر و کل آن بکار می‌رود. چون بازتولید مالکیت فکری بندرت مانند نسخه‌برداری دقیق است، گواهینامه‌هایی برای پوشش کاربران متفاوت وجود دارد. حقوق مربوط به آثار موسیقایی زیر را در نظر بگیرید:

□ حقوق مکانیکی: صاحب حقوق باید مجوز بازتولید اثر را به عنوان محصولی فیزیکی، مانند لوح فشرده یا برای کاربرد دیجیتال، مانند تماشای برخط و دانلود صادر کند.

□ حقوق اجرا: صاحب حقوق باید حق پرداخت را در زمان اجرای موسیقی در فضای عمومی یا از طریق رسانه‌ها داشته باشد.

□ حقوق انتشار: حقوق انتشار، برخی مواقع به شرکت ناشر توسط یک نویسنده اعطا می‌شود و نشان دهنده ترکیب اثر است نه ضبط آن. صاحب حقوق باید بتواند به هنرمند دیگری برای ضبط بازخوانی ترانه اعطای حق نماید.

□ حقوق ضبط پیشرفته یا کاربرد پیشرفته: اجازه برای استفاده از قطعه اصلی (در مقابل ضبط نسخه بازخوانی/جدید قطعه) تحت پوشش حقوق ضبط پیشرفته قرار می‌گیرد.

□ حقوق هماهنگ‌سازی: گواهینامه هماهنگ‌سازی هنگامی مورد نیاز است که موسیقی در قالب قطعه صوتی برای رسانه‌های تصویری بازتولید می‌شود. چنین گواهینامه‌ای نیاز به مجوز استفاده از ضبط پیشرفته و قطعه دارد که از طریق کاربرد پیشرفته و حقوق انتشار نشان داده می‌شود.

توافقتنامه گواهینامه حق مؤلف ممکن است دسته‌های متفاوتی از حقوق مادی را دربرداشته باشد و معیارهای مشخصی را برای بازارها و قلمروهای متفاوت، بسامدها و طول دوره حمایت، و انحصاری بودن مشخص سازد. سازمان‌های دولتی مانند اداره حق مؤلف ایالات متحده (www.copyright.gov/) و اداره مالکیت فکری در بریتانیا (www.ipo.gov.uk/) توضیحات مفصلي در مورد حقوق همراه با حق مؤلف و چگونگی استفاده صاحبان حق مؤلف از مطالب دارای حق مؤلف خود ارائه می‌نمایند.

صاحب حق مؤلف از نظر اقتصادی، از هر نوع استفاده‌ای سود می‌برد و این بعد اقتصادی، می‌تواند خرید، فروخته و یا واگذار شود. علاوه بر بعد اقتصادی، بسیاری

از آثار تحت حمایت حق مؤلف نیز، بعد اخلاقی حق مؤلف را در بر دارند که نه به پاداش اقتصادی بلکه به حفظ اعتبار نویسندگان مرتبط می‌شود. حقوق معنوی، اگر اظهار شده و از آنها چشم پوشی نشود، دست کم همانند حقوق مادی دارای اهمیت هستند و حتی در برخی کشورها، به طور غیرقطعی نسبت داده می‌شوند اما قابل واگذاری نیستند. بدین شکل، حقوق معنوی می‌تواند محافظ مهمی برای پدیدآوران آثار باشد، هرچند همانند حقوق مادی با محدود کردن طنزهای تقلیدگونه و آثار اشتقاقی می‌تواند مانعی هم برای خلاقیت به شمار رود.

۲-۵. پوشش حقوق

در نهایت، همانند انواع حقوق، میزان محافظت حق مؤلف به تناسب زمان و مکان و از نظر امور تحت پوشش و مدت زمان تحت پوشش متنوع است. در حالی که حکاک‌ها تحت قانون ۱۷۳۵ حکاکان^۱ بود، تا قانون حق مؤلف هنرهای زیبا سال ۱۸۶۲^۲، نقاشی‌ها و طراحی‌ها تحت پوشش قانون حق مؤلف بریتانیا قرار نمی‌گرفتند (Kretschmer et al., 2010: 5). ضمایم اصطلاح حق مؤلف، دوره حق مؤلف را بسط داد. قانون «آن» دوره ۱۴ ساله (و با اجازه تمدید برای یک دوره) را برای نویسندگان بریتانیایی پدید آورد، یعنی دوره مشابهی از قانون حق مؤلف سال ۱۷۹۰ ایالات متحده. امروزه، این اصطلاح در قانون ایالات متحده و اتحادیه اروپا، تا ۷۰ سال پس از مرگ نویسنده را شامل می‌شود. فشار برای کاهش یا افزایش پوشش حق مؤلف، به واسطه رقابت و یا برخی مواقع دلایل متناقض به پیش رفته است. «وایدیاناتان» از عبارت محافظت «کم»^۳ و «زیاد»^۴ برای توصیف رویکردهای متفاوت به محافظت از حق مؤلف استفاده کرده است که اولین مورد پوشش و دوره حداقل و دومین مورد پوشش و دوره حداکثر را شامل می‌شود. وی به بحث در زمینه مزایای حفظ حق مؤلف «کم» می‌پردازد: «به اندازه کافی برای ترغیب و پیشبرد هنرمندان، نویسندگان و موسیقی‌دانان و کارآفرینان با انگیزه قوی می‌باشد و برای ایجاد امکان گفتار دموکراتیک قوی و غنی

1. Engraver's Act of 1735

2. Fine Art Copyright Act of 1862

3. Thin

4. Thick

و جریان آزاد اطلاعاتی، دارای نفوذ است» (۲۰۰۱: ۵). البته، دهه‌های اخیر با افزایش محافظت حق مؤلف همراه بوده است که به طور گسترده به واسطه شرکت‌های قدرتمند به پیش رفته است که این امر احتمالاً به حداکثر سود برای اثر خلاقانه موجود منجر شده است و همان طور که وایدیاناتان و سایر صاحب‌نظران به بحث پرداخته‌اند، می‌تواند در قالب امری مانع خلاقیت در نظر گرفته شود.

تقویت حق مؤلف به شکل بین‌المللی همراه با افزایش فرصت‌ها و توافقات تجاری بین‌المللی پیش رفته است. اهمیت فزاینده مالکیت فکری برای تجارت بین‌المللی، در «سازمان تجارت جهانی» در توافق ۱۹۹۶ در مورد ابعاد مربوط به تجارت حقوق مالکیت فکری (تریپس)^۱ و رشد سازمان جهانی مالکیت فکری (وایپو)^۲ از زمان تأسیس آن در سال ۱۹۶۷ مشهود است. ما در مورد رابطه بین بین‌المللی شدن و دیجیتال سازی توضیح داده و در فصل هفت به بحث در مورد گسترش جهانی سیاست حق مؤلف خواهیم پرداخت.

۲-۶. پیدایش دنیای دیجیتال

در اواخر قرن بیستم، تغییرات فناوری همراه با دیجیتال سازی، ایده‌ها و تمایزات اساسی که در تاریخ حق مؤلف ریشه داشت را پیچیده ساخت. دیجیتال سازی، تبدیل اطلاعات به فرمت دیجیتال بوده و به شکلی گسترده‌تر، به تغییر در فناوری رسانه‌ای و ارتباطات از شکل آنالوگ به شکل دیجیتال اشاره می‌کند. در دهه ۱۹۸۰، لوح‌های فشرده جایگزین نوار کاست و صفحه‌های وینیلی^۳ شد و در دهه ۱۹۹۰، جایگزین نوارهای ویدئویی شده و در دهه ۲۰۰۰، اینترنت با سرعت بالا، امکان توزیع دیجیتال و بازار مجازی را برای جایگزینی اکثر فعالیت‌های خرده‌فروشی فراهم آورد.

فرمت‌های رسانه‌های دیجیتال، با تولید و بازتولید کارآمد و سریع و توزیع از طریق شبکه‌های به شدت همگرا، شناسایی می‌شوند. چنین تغییراتی، فرصت‌های

1. Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS)

2. World Intellectual Property Organization (WIPO)

3. Vinyl records

مشخصی را برای تولیدکنندگان رسانه‌ها فراهم می‌آورد تا در عین کاهش هزینه‌ها، بازاریابی نمایند و از این روی، این مسأله به تغییراتی در اقتصاد رسانه‌ها منجر شده است (Doyle, 2013). با پیدایش اینترنت، مشتریان علاوه بر انعطاف‌پذیری و دسترسی بهتر، مزیت‌های زیادی را در شکل خدمات رسانه‌ای جدید شاهد هستند. فناوری دیجیتال مشابه که مشتریان را توانمند می‌سازد، باعث می‌شود توانایی عرضه‌کنندگان برای کسب درآمد از مالکیت فکری به چالش کشیده شود و این، به خودی خود، بحث‌هایی را در مورد اجرای حق مؤلف در عصر دیجیتال به دنبال داشته باشد.

تاکنون باید این مطلب مشخص شده باشد که مدت‌ها قبل از تغییر دیجیتال، حق مؤلف، بحث‌ها و مخالفت‌های زیادی را در مورد این که چه کسی باید تحت چه شرایطی و تا چه میزان مورد حمایت حق مؤلف قرار بگیرد در پی داشته است. اگرچه بسیاری از موارد غیردیجیتال نیز محدودیت‌هایی را در مورد به وام گرفتن و نسخه‌برداری از آثار تحت حمایت حق مؤلف به چالش کشیدند، دیجیتال‌سازی به واسطه افزایش سرعت و صحت نسخه‌برداری مطالب، حواشی را در پی داشت. از این روی، چه چیز دیجیتال‌سازی را برای این مباحث در مورد حق مؤلف آنقدر دارای اهمیت می‌سازد؟ دیجیتال‌سازی، شیوه دسترسی‌پذیری، کنترل، بهره‌برداری از آثار تحت حمایت حق مؤلف را تغییر داده است و ارزیابی مجدد اصول و فرایندهای قانون حق مؤلف را ضروری ساخته است. بخش بعدی، برخی از نتایج اصلی دیجیتال‌سازی را در مورد حق مؤلف مطرح می‌سازد که در مورد آنها فکر و بحث شده و تعدیل و تنظیم صورت گرفته است.

۲-۶-۱. فرصت‌ها و تهدیدها

دیجیتال‌سازی، برای افراد متمول یعنی افرادی که از کاربرد و ارائه مدرک برای آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف، مزایای مالی کسب می‌کردند و افرادی با سطح مالی پایین‌تر یعنی افرادی که معمولاً به عنوان کاربران و خریداران آثار تحت حمایت

حق مؤلف در نظر گرفته می‌شوند، ظرفیتی را فراهم می‌آورد. برای افراد متمدن، فناوری دیجیتال، شیوه‌ای ارزان‌تر و سریع‌تر برای ایجاد، نسخه‌برداری و توزیع رسانه‌ها فراهم می‌آورد. اما به موازات این شرایط، چشم‌انداز محروم سازنده حاشیه‌های گسترده‌تر، این واقعیت را مخدوش ساخت که فناوری دیجیتال، برای مشتریان عادی نیز موجود است یعنی افرادی که ممکن است بخواهند رسانه‌ها را از طریق شبکه‌های متفاوت نسخه‌برداری و توزیع نمایند. دیجیتال‌سازی، نسخه‌برداری را برای همه آسان‌تر و ارزان‌تر ساخته و علی‌رغم نسخه‌های دیجیتال دوره‌های پیشین، کیفیت بازتولید دیجیتالی نیز تقریباً بسیار بالا است و این امر باعث انتشار نسخه‌های غیرمجاز می‌شود که جذاب‌تر بوده و کنترل آنها کار سختی است (برای بحث در مورد اهمیت کنترل کانال‌های توزیع برای صاحبان حقوق به فصل ۳ مراجعه کنید). به عبارت دیگر، فناوری که ظرفیتی را برای صاحبان حقوق فراهم می‌آورد، چالش‌هایی را نیز در زمان قرار گرفتن در اختیار مشتریان عادی رسانه‌ها (و شبکه‌های رایانه‌ای) در پی دارد.

۲-۶-۲. از بین رفتن مرزها

بسیاری از مرزهایی که شیوه درک اولیه ما از حق مؤلف و اجرای قانون حق مؤلف را تعریف می‌کردند، به واسطه تغییرات مربوط به دیجیتال‌سازی به چالش کشیده شده‌اند. «وایدناتان» (۲۰۰۱: ۱۵۲-۳) در این مورد توضیح می‌دهد که چگونه «لحظه دیجیتال»^۱ در زمان ترکیب فرایند دیجیتال‌سازی با اوج‌گیری شبکه‌ها، «برخی تمایزات مهم» سیستم حق مؤلف را از بین برد مثلاً تمایزات بین ایده و بیان «آیا ایده یک کد دیجیتالی است و یا نوعی بیان است؟»؛ یا تمایز بین دسترسی و نسخه‌برداری (دسترسی به یک وبگاه شکلی از «نسخه‌برداری» کدها است)؛ تمایز بین تهیه‌کنندگان و استفاده‌کنندگان؛ تمایز بین قانون‌گذاری جهانی و بومی؛ یا بین انواع گوناگون مالکیت فکری.

1. Digital moment

«فریت» و «مارشال»^۱، ویراستاران مجموعه موسیقی و حق مؤلف که نخستین بار در سال ۱۹۹۳ منتشر شد دو توضیح برای افزایش علاقه دانشگاهی و حرفه‌ای به قانون حق مؤلف بیان کرده‌اند: "نخست، فناوری‌های جدید برای ذخیره و بازیابی دانش، صداها، و تصاویر، مشکلات پیچیده‌ای را برای تعریف قانونی اثر، مؤلف، و کاربر ارائه می‌دهند؛ دوم اینکه، جهانی شدن فرهنگ، دربردارنده فرصت مشارکت‌های چندملیتی است که به دنبال «هماهنگ‌سازی» قانون‌گذاری‌های حق مؤلف در مرزهای ملی هستند" (۲۰۰۴: ۱). این دلایل، که با فناوری دیجیتال نمود می‌یابند، همچنان مورد توجه صاحب‌نظران، افراد فعال در صنعت، و هیأت‌های دولتی هستند: این امر نشان می‌دهد بسیاری از مسائل هنوز هم حل نشده‌اند.

۲-۳. گسترش قوانین و تفسیر دوباره آنها

احتمالاً، مشخص‌ترین پیامد دیجیتال‌سازی، در اصلاحاتی به چشم می‌خورد که هم در سطح ملی و هم در سطح بین‌المللی، در قوانین حق مؤلف صورت گرفته‌اند. کشورها قوانین حق مؤلف خود را برای در نظر گرفتن فعالیت‌هایی که از دیجیتال‌سازی حاصل آمده‌اند تغییر داده‌اند. از نمونه‌های اصلی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: مصوبه حق مؤلف هزاره دیجیتال^۲ ۱۹۹۸ در ایالات متحده و مصوبه اقتصاد دیجیتال ۲۰۱۰ در بریتانیا که سیاست‌های رسانه‌ای را برای پاسخ‌گویی به فعالیت‌ها و فناوری‌های همراه با رسانه‌های دیجیتال بسط دادند. این فناوری‌ها و فعالیت‌ها، تخلفات حق مؤلف، اجرا و پاسخ‌گویی را شامل می‌شد. در عین حال، کشورها نیز با سیاست و قانون‌گذاری جدید حق مؤلف، توافقات بین‌المللی در مورد حق مؤلف، واکنش نشان دادند که از زمان «معاهده برن»^۳ سال ۱۸۸۶ برای محافظت از آثار ادبی و هنری، منشا مباحثاتی بوده است و به واسطه این تغییرات، شفافیت بیشتری یافت (برای کسب اطلاعات بیشتری در مورد نقش قرارداد برن در بین‌المللی‌سازی قانون حق مؤلف به فصل هفت مراجعه کنید). هم زمانی دیجیتال‌سازی و جهانی شدن

1. Frith and Marshall

2. Digital Millennium Copyright Act

3. Berne Convention

باعث شد کشورها و شرکت‌ها به سمت توافقات بیشتر برای مدیریت موقعیتی باشند که در آن، قانون بین‌المللی قادر نبود کاربرد جهانی محتوا غیرمجاز را به اجرا بگذارد. چون تعداد کمی از کشورها، از آثار تحت حمایت حق مؤلف، بیشترین بهره مالی را می‌برند (و بیشترین پول را نیز از دست می‌دهند)، توافقات بین‌المللی می‌توانند به نفع دیدگاه‌ها و خواست افراد کمی باشند. «وایپو»، یکی از رایج‌ترین موارد مورد انتقاد است. همان‌طور که فرچایلد^۱ اظهار می‌دارد، «وقتی امور، دشوار می‌شوند، (صنایع سرگرم‌کننده و موسیقی) عضلات ارتباطی، اقتصادی، و قانونی خود را انعطاف می‌دهند تا انحصار اقتصادی خود را ارزشمند جلوه داده و محدودیت‌های سختگیرانه خود را بر مالکیت فکری به شکلی دائمی در قانون چندین کشور اعمال کنند و مکرراً بر این امر تأکید نمایند که حاکمیت آنها، طبیعی و عادلانه است» (۲۰۰۸: ۴). چون کشورهای عضو برن باید متفق باشند، فضای زیادی برای انعطاف‌پذیری یا برای رویکردی شخصی شده ندارند که شرایط خاص کشور را برای تولید، توزیع، و استفاده در نظر بگیرد. شرایط حق مؤلف بسیار وسیع است و ممکن است در شرایط متفاوت کمتر به آن توجه شود.

معافیت‌ها نیز متفاوت است: برخلاف ایالات متحده، بسیاری از کشورها چشم‌اندازی در مورد حقوق معنوی دارند که در بالا به آنها اشاره شده و این امکان را برای مؤلفان پدید می‌آورد که روی کاری که انجام داده‌اند کنترل و نظارت داشته باشند، حتی اگر دیگر حق مؤلف، تحت کنترل آنها نباشد و رکن استفاده عادلانه از قانون حق مؤلف ایالات متحده نیز گسترده‌تر از تغییرات بین‌المللی است. اما در نهایت، مبنا و ارکان اصلی قانون حق مؤلف در میان اعضای سازمان‌های بین‌المللی و دسته‌بندی‌های معاهدات بین‌المللی همانند «تریپس» مشابه است که در مقابل دیجیتال‌سازی، با بروزرسانی‌ها و بسط دادن محافظت مورد نیاز واکنش نشان داده‌اند. حتی قوانین حق مؤلف که مشابه برجای باقی مانده‌اند نیز به واسطه تفسیر توسط قضات، تحت تأثیر قرار گرفته است. لیتمن^۲، تغییر در قانون حق مؤلف را که به

1. Fairchild

2. Litman

واسطه دیجیتال‌سازی اعمال شده شناسایی کرده است بدین شکل که سیستمی که برای مؤلفان امکان کسب درآمد را فراهم می‌آورد، «به ابزاری برای صاحبان حق مؤلف مبدل شده است تا تمام ارزش تجاری بالقوه را از آثار مؤلف بدست آورند حتی اگر این امر به معنای آن باشد که کاربردهایی که تاکنون قانونی بوده‌اند، امروزه در کنترل صاحب حق مؤلف هستند» (۲۰۰۰:۳). همان طور که وی توصیف می‌کند، استعارات و مدل‌های مورد استفاده برای توضیح حق مؤلف به عنوان تبادل یا چانه زنی صرف در نظر گرفته می‌شد که برای مؤلف، مزیتی را فراهم می‌آورد و بعدها به عنوان سیستم پاداش و اخیراً به عنوان سیستم کنترل در نظر گرفته می‌شود. در نظر گرفتن حق مؤلف به عنوان سیستم کنترل، به این تفسیر می‌انجامد که قانونی است برای فراهم آوردن حداکثر میزان محافظت برای نویسندگان و مالکان.

۲-۶-۴. بحث‌های تازه

همان طور که در مباحث قبلی ذکر شد، دیجیتال‌سازی در زمینه فرصت‌ها و تهدیدها، ارتباط مرزها و تغییرات در تفسیر قانون، به تغییر در حق مؤلف انجامید. چون دیجیتال‌سازی، ابعاد جدیدی را برای مباحثات مربوط به حق مؤلف ایجاد کرد، صاحب‌نظران ترغیب شدند تا تاریخچه آن را مورد بازنگری قرار دهند و این خود، زمینه‌ای فراهم آورد که در قرن بیستم به شکلی گسترده نادیده شود.

همان طور که «کرتشمِر»^۱ و همکارانش (۲۰۱۰) در کتاب «تاریخچه تاریخ حق مؤلف: یادداشت‌هایی از یک حوزه نوظهور»^۲ نوشته‌اند، قرن بیستم دوره‌ای بود که علی‌رغم دوره‌های پیشین که تاریخچه حق مؤلف در آنها برای صاحب‌نظران بسیار جالب توجه بود و زیرشاخه دانشگاهی خود را داشت، هیچ تحقیق یا مطالعه منسجمی در مورد تاریخچه حق مؤلف صورت نگرفت. در حالی که پایان قرن به ویژه در مورد رابطه میان نویسنده و متن، علاقه‌ای از نو شکل گرفت، و برخی آثار

1. Kretschmer

2. The History of Copyright History: Notes from an Emerging Discipline

مهم و کلیدی منتشر شد و این روند را رونق بخشید (نویسنده کیست؟ اثر «فوکو»^۱، *تابعه و حق مؤلف* اثر «وودمنسی»^۲، نویسنده به عنوان مالک اثر «رز»). این آثار خاطرنشان ساختند که دیجیتال سازی، حقوقدانان حق مؤلف را به توجه به تاریخ واداشته است تا اهداف حق مؤلف، عملکردها و کاربردهای آن را درک نمایند در حالی که علاقه و توجه به مالکیت فکری به عنوان امری مهم در اقتصاد مدرن و دخیل در تاریخچه حق مؤلف، این امکان را برای ما فراهم می آورد تا به برخی ایده های اولیه بازگردیم که مسیر قانون حق مؤلف را مشخص کرده اند. همچنین، می توانیم به این مسأله بپردازیم که آیا اصول بنیانی هنوز هم امروزه مرتبط یا مفید هستند. با در نظر گرفتن توسعه ایده ها حول محور آثار خلاقانه و نویسندگی، «کرتشمِر» و «پرات»^۳ این فرض را به چالش کشیدند که «قانون حق مؤلف، اهداف قبلی را تعدیل می کند» و به جای آن، این مسأله را پیشنهاد کردند که «قانون حق مؤلف، اهدافی را که مورد نظارت و کنترل آن است شکل می دهد» (۲۰۰۹: ۱۶۸). این، همان چیزی است که آنها به عنوان «جبرگرایی بالعکس»^۴ (۲۰۰۹: ۱۷۱) یا «جبرگرایی قانونی»^۵ (۲۰۰۹: ۱۷۲) مطرح می کنند. علی رغم این ادعا که اثر موسیقایی یا نویسندگی مدرن، بر حق مؤلف مقدم بوده اند، آنها این گونه به بحث می پردازند که قانون حق مؤلف نقش مهمی در ایجاد و گسترش این ایده ها ایفا کرده است. در نتیجه، وقتی فناوری مدرن، همانند اینترنت معرفی می شود تمایل قوانین موجود بر پایه این مطالب گسترش می یابد.

علاوه بر افزایش روزافزون علاقه صاحب نظران در حوزه های گوناگون، مجموعه این تغییرات، باعث ایجاد مباحثی جدید در مورد حق مؤلف شد که در میان گروه های گوناگون تحت تاثیر آن، می توان به صاحبان حقوق و سیاستگذاران و هنرمندان و کاربران اشاره کرد. احتمالاً، احیای مباحث در میان مجریان دولتی و صنعت، از ایده های علمی در مورد این موضوع بهره کمتری برده اند. این مباحث، در

1. Foucault

4. Reverse determinism

2. Woodmansee

5. Legal determinism

3. Pratt

فضایی کاملاً متفاوت، پیش رفته و یا صرفاً از دیدگاه بازار به آثار نگریسته‌اند که ایدئولوژی‌های شرکتی و زیربنای توصیه‌های گزارشات دولتی را تصدیق می‌نمایند. در کنار مباحث شکل گرفته در میان نمایندگان دولتی و صنعت، گروه‌هایی پدید آمدند که به محدودیت‌های قانون حق مؤلف در فضای دیجیتال توجه کردند (Herman, 2013): این گروه‌ها، گفتمان‌های آزادی طلب و ممانعت کننده از خلاقیت را توسط گروه‌های طرفدار همانند «بنیاد پیش‌تازان الکترونیک»^۱ و «جنبش نرم‌افزاری رایگان»^۲ (Vaidhyathan, 2001: 154-6) شامل می‌شدند. مباحث مطرح شده که تاحدودی به واسطه تغییرات حاصله از دیجیتال‌سازی رخ داده بود، بی نتیجه ماند و مبنای مباحث معاصر را که حول محور تعادل‌ها و عدم تعادل قدرت شکل گرفت، تشکیل دادند.

۲-۷. مباحث همراه با ظهور دنیای دیجیتال

اگر تنها یک مسأله وجود داشته باشد که مباحث مدرن به دنبال حل آن باشد، تعادل قدرت است که قانون حق مؤلف و قانون‌گذاری آن را نشان می‌دهند. آیا تعادل قدرت منصفانه است یا خیر؟ چگونه تغییر کرده است؟ چه کسی بیشترین قدرت را داراست و چرا؟ تعادل قدرت جایگزین چگونه باید باشد؟ تعادل قدرت بین صاحبان حقوق، هنرمندان، دارندگان مجوز، و کاربران معمولی، متفاوت است. در حالی که برخی پژوهش‌گران به تأثیر فناوری دیجیتال در افزایش قدرت کاربران عادی برای دسترسی غیرمجاز به آثار تحت حمایت حق مؤلف اشاره کرده‌اند، بسیاری دیگر گرایش شرکت‌های چندملیتی برای تقویت کنترلشان بر توانایی بهره‌وری از آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف از طریق راه‌اندازی کمپین‌ها، لابی‌گری، طرح دعاوی حقوقی و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های فناوری که موجب کاهش دسترسی و توزیع غیرمجاز شوند را در کانون توجه قرار داده‌اند. قاب ۲-۳. سه موقعیتی که در آنها بر سر کنترل بر آثار تحت حمایت حق مؤلف مذاکره شده را شرح می‌دهد.

1. Electronic Frontier Foundation

2. Free Software movement

قاب ۲-۳. شیوه جدید تبلیغ محصولات

اگرچه میزان رو به رشد دستبرد ادبی، بحث اصلی در مورد قانون‌گذاری برای مطالب دارای حق مؤلف بوده است، تمام صاحبان حقوق و خالقان اثر در این مورد که چگونه دسترسی و توزیع کاربران غیرقانونی باید مورد بررسی قرار گیرد، دیدگاه یکسانی ندارند. درواقع، در برخی موارد استفاده بدون مجوز تبلیغات آزادانه‌ای در نظر گرفته می‌شود که بیش از تهدید به از بین بردن منافع، مزایایی را پیش روی آنها قرار می‌دهد. سریال تلویزیونی «گیم آو ثراونز»^۱ که قانونی در ایالات متحده تحت آبنومان «اچ.بی.او.»^۲ در دسترس است، یکی از سرقت‌شده‌ترین نمایش‌های سال ۲۰۱۲ بود اما افرادی که در خلق آن دخیل بودند دغدغه‌ای نداشتند. «جف بوکز»^۳، مدیر اجرایی شرکت «تایم وارنر»^۴، غول رسانه‌ای صاحب «اچ.بی.او.»، دسترسی و توزیع غیرقانونی برنامه را «امری که دهان به دهان بین مردم اعتبار و محبوبیت یافت» می‌داند و خاطرنشان می‌سازد که تجربه به اشتراک‌گذاری غیرقانونی «اچ.بی.او.» شرکت بود که منجر به آبنومان‌های بیشتر شد. دستبرد ادبی گسترده این مجموعه‌های تلویزیونی تصدیق بر انجام چنین کارهایی است: «بوکز» چنین اظهار می‌دارد، «بهتر از «امی»^۵ است» (Thielman, 2013). نظر خوش‌بینانه وی نسبت به «گیم آو ثراونز» را کارگردان نمایش، «دیوید پترارکا»^۶ نیز اظهار می‌دارد و چنین می‌گوید: «واقعاً به آوازه فرهنگی کمک می‌کند و بر درآمدهای کلیدی تأثیر نمی‌گذارد چون «اچ.بی.او.» بیش از حد کافی برای حفظ نمایش پول دارد» (NPR, 2013).

سرقت موسیقی، فیلم و برنامه تلویزیونی، اغلب به عنوان موش و گربه‌بازی تلقی می‌شود که در آن شرکت‌های قدرتمند، از طریق ابتکار عمل‌های متفاوت، سیاست‌ها و فناوری‌ها به دنبال نظارت بر دسترسی به مطالب دارای حق مؤلف هستند؛ اگر دسترسی غیرقانونی، نوعی تمرین قدرت از سوی کاربران باشد، تمرینی است که شرکت‌های رسانه‌ای دیدگاه‌های خود را مبنی بر محدودسازی آن متمرکز و تعیین کرده‌اند. آنچه این نمونه پیش روی ما قرار می‌دهد این است که در برخی موارد، کاربران می‌توانند از طریق فعالیت‌های غیرقانونی فنی اما فرهنگی قدرت را نشان داده و بکار گیرند. به جای جستجوی طرفداران بدون آبنومان و مطیع، «اچ.بی.او.» این بعد آزادی را نیروی محرکه‌ای برای محبوبیت و اعتبار یافتن نمایش تلقی می‌نماید. به طور جزئی دیدگاه‌های جایگزین که از گوشه و کنار صنایع فرهنگی بروز و ظهور یافتند در فصل سوم و آن دسته‌ای که در میان برخی خالقان اثر ظهور یافتند در فصل پنجم مورد بررسی قرار می‌دهیم.

←

1. Game of Thrones
4. Time Warner

2. HBO
5. Emmy

3. Jeff Bewkes
6. David Petrarca

استثنای محدود

البته نمونه‌هایی مانند «اچ.بی.او.» جزئی کوچک از قوانین و نیازهایی است که فعالیت کاربران را حتی زمانی که مطالب توزیع شده، کاربردی خلاقانه هستند و با کپی مستقیم از اثر به نظر نمی‌رسند محدود می‌سازد. به عنوان مثال، مطالبی را در نظر بگیرید که از طریق جایگاه‌هایی مانند وبگاه به اشتراک‌گذاری ویدئوی یوتیوب توزیع می‌شوند. یوتیوب یکی از وبگاه‌های کلیدی است که کاربران را قادر می‌سازد تا تهیه‌کننده شوند. یوتیوب شکل وبی را برای صاحبان حق مؤلف ارائه می‌دهد تا حذف محتوا در زمینه‌های نقض قانون را خواستار شوند (که به عنوان تقاضاهای اخطار و توقیف شناخته شده‌اند) و در حالیکه برخی از چنین تقاضاهایی مستقیم هستند، سایر تقاضاها، نواحی خاکستری و مبهم و خطوط غیرقانونی را نشان می‌دهند که در طرف محافظه کار دچار اشتباه هستند. ترکیب‌هایی از متون متعدد و دارای حق مؤلف، تقلیدهایی از مطالب دارای حق مؤلف و ویدئوهای خانگی با مطالب دارای حق مؤلف در پس زمینه، با ادعاهایی مبنی بر نقض قانون مواجه بوده‌اند. نمونه اخیر که مطالبی را شامل می‌شد که توسط دانشمند فرهیخته این حیطه «لورنس لسیگ» مورد استفاده قرار گرفته است در سخنرانی بود که نوعی از کاربرد خلاقانه از اثر دارای حق مؤلف را نشان می‌داد که وی و سازمانهایی مانند «بنیاد پیشگامان الکترونیک»^۱ به دنبال دفاع از آن بودند (EFF, 2013). صاحبان حق مؤلف ترانه مورد استفاده در کلیپ‌های مبتدی شکایتی را تنظیم کردند که به دنبال مطرح شدن کاربرد منصفانه لسیگ مطرح شده بود و پروفیسور را به پیگرد قانونی تهدید نموده بود.

برخی مواقع مشخص کردن این امر که آیا کاربرد خاصی، معیارهای استثنائات مجاز قانون حق مؤلف را داراست، دشوار است. در نهایت استثنائات، کم بوده و تهدیدهای مطرح شده از دنیای دیجیتالی شدن، محیطی را فراهم آورده است که در آن، موارد تحت نظارت مطالب دارای حق مؤلف برای از بین بردن محدودیتها مسامحه کرده و امکان وجود استثنائات بیشتر و معیارهای انعطاف پذیرتری را فراهم می‌آورند. در نتیجه، کاربردهای قانونی محدود، سهم کوچکی از فعالیت‌های کاربران و مطالب تولید شده توسط کاربر را شامل می‌شود که امروزه در زندگی روزمره گنجانده شده است. نمونه‌هایی از این قبیل، نقش دائمی قدرت شرکتی را در مباحث حق مؤلف روشن می‌سازند: شرکت‌های رسانه‌ای بزرگ که اصطلاحات حق مؤلف را تعریف کرده‌اند، قدرت خود را برای جلوگیری از هر تخریب مرز محافظتی که پایه‌گذاری کرده‌اند افزایش دهند. فصل چهارم به بررسی نقش میانجی‌ها (یا قدرت شکنان) مانند یوتیوب می‌پردازد و فصل هفتم به کشمکش‌های قدرتی در بستر سیاست نگاهی دقیق‌تر خواهد داشت.

←



تغییر قراردادها

رقابت قدرت صرفاً بین صاحبان و کاربران رخ نمی دهد: عدم تعادل بین هنرمندان و تغییراتی مربوط به حق مؤلف در شرکت‌هایی که با آنها قرار داد بسته می‌شود این مسأله را به وجود می‌آورند. قدرت محدود هنرمندان و قواعد محدودیت ساز قراردادها امری جدید نیستند. به طور ویژه در عصر موسیقی «پاپ»، هنرمندانی مانند «پرنس و جورج مایکل»^۱ در مورد قواعد معاملاتی غیرمنصفانه اعتراض کرده‌اند و قصد بر این است که این مسأله توسط طرفداران نیز نادیده گرفته نشود. درواقع، برخی طرفداران از دسترسی غیرقانونی خود به موسیقی از طریق تعهد به پرداخت بلیط‌های کنسرت و آثار حمایت و دفاع کرده‌اند. اینها، درآمدهایی هستند که بیش از موسیقی ضبط شده برای هنرمندان سوددهی دارند. البته، شرکت‌های ضبط موسیقی نیز با بسط قواعد قراردادها به ضرر (واقعی یا مصور) و از بین رفتن سود به دلیل داندلود غیرقانونی واکنش نشان داده‌اند و فعالیت‌های همراه را در آن گنجانده‌اند.

«استال»^۲ (۲۰۱۱) به بررسی این مسأله پرداخته است که چگونه قراردادها در نتیجه دیجیتالی شدن و به اشتراک‌گذاری فایل مثلاً با دربرداشتن فعالیت‌هایی مانند گشت‌وگذار در فضای اینترنت (قرارداد ۳۶۰ درجه^۳) تغییر یافته است. این امر نشان دهنده تغییر از فشار صنعت برای تغییر قانونی در جهت افزایش نظارت شرکت‌ها به تغییرات قراردادی در جهت افزایش نظارت شرکت‌ها است؛ در هر دو رویکرد، دغدغه تخصیص حقوق مالکیت فکری (۲۰۱۱: ۶۷۰) اصلی است. استال چنین اظهار می‌دارد که «با تغییر شکل‌های قراردادی تحت دیجیتالی شدن، پویایی شناخته شده سیاسی همچنان مشخصه رابطه میان هنرمندان ضبط و شرکت‌هایی خواهد بود که به کار و خروجی آنها بستگی دارند» (۲۰۱۱: ۶۶۸). رایج بودن «قرارداد ۳۶۰ درجه» نیز این خلا را که از پیش بین هنرمندان معدود فرهیخته و گروه بسیار بزرگی (که اغلب هم جدید هستند) افزایش می‌دهد (Stahl and Meier, 2012). «قرارداد ۳۶۰ درجه» مشخص می‌سازد چگونه مسیرهای بالقوه که هنرمندان از طریق آنها قدرت را اعمال می‌نمایند، در قراردادهای پیشنهادی از طرف شرکت‌هایی که تمایل به صرف نظر کردن از نظارت دارند در هم پیچیده می‌شود. دیدگاه‌های هنرمندان در مورد مباحث حق مؤلف که در فصل پنجم آمده است، این مسأله قدرت را مورد بازنگری قرار می‌دهد.

1. Prince and George Michael

2. Stahl

۳. در صنعت موسیقی «قرارداد ۳۶۰» یا «قرارداد ۳۶۰ درجه» به ارتباط تجاری بین یک هنرمند و یک شرکت در صنعت موسیقی گفته می‌شود.

تعادل قدرتی که در عمق مباحث حق مؤلف وجود دارد، در سطح جهانی به این صورت نمود یافته است که کدام کشورها، بیشترین تأثیر را بر کاربرد و اجرای حق مؤلف داشته‌اند و کدام کشورها، برای کسب منفعت مالی از حق مؤلف مقاومت کرده‌اند. هسmondhalgh^۱ این گونه به بحث می‌پردازد که «حقوق اموال فرهنگی (به ویژه حق مؤلف) عامل مهمی در رابطه میان امپریالیسم و فرهنگ محسوب می‌شود» (۲۰۰۸: ۱۰۲) و «تریپس» را به عنوان نمونه‌ای ذکر می‌کند. وی این گونه توضیح می‌دهد که «در سطح سیاست، تطابق با «تریپس» به معنای تطبیق دهی بسیار زیاد در کشورهایی است که سخنی از مالکیت فکری در معنایی که در «قانون حق مؤلف غربی» مورد قبول است وجود ندارد (۲۰۰۸: ۱۰۲). چنین توافقاتی، چشم‌اندازهای خاصی را در مورد فرهنگ، مشروعیت می‌بخشند (چشم‌اندازهایی که به واسطه پاداش که توسط خود فرد نویسنده فراهم می‌شود، به پیش می‌روند) و نیز قدرت دولت‌های خاصی را بر سایرین افزایش داده و نشان دهنده امپریالیسم موجود در پس کوشش برای بین‌المللی سازی حق مؤلف هستند.

تعادل قدرت به شدت به نفع شرکت‌ها و کشورهای غربی است حتی زمانی که اثر مورد بررسی، خاستگاه غیرغربی داشته باشد. به عنوان مثال، مک لیود^۲، موسیقی دنیا را در نظر می‌گیرد که از نمونه‌هایی از موسیقی افراد بومی در آنها آمده است و این گونه گفته می‌شود که سودها معمولاً به «اجتماعی باز نمی‌گردد که برای خلق محصول فرهنگی اصلی کوشش کرده است» (۲۰۰۱، ۴۶-۷). افزون بر این، محدودکردن بحث قدرت به سودها مانع از شناسایی ابعاد گوناگونی همانند اصالت فرهنگی می‌شود که احتمالاً برای خلاقان اثر دارای اهمیت است. همچنین، «افزایش فرصت برای شرکت‌های متکی به غرب»، بین‌المللی سازی توافقات حق مؤلف به «کالاسازی و خصوصی سازی ابعاد فرهنگ، طبیعت، و شخصیت در کشورهای در حال توسعه منجر می‌گردد که برای خارج از بازار در نظر گرفته می‌شوند»

1. Hesmondhalgh

2. McLeod

(Hesmondhalgh, 2008:107). همین تمایل، زمانی که از نقطه نظر مسأله‌ای مهم و حاصل از حق مؤلف یعنی صاحبان حق انحصاری مورد توجه قرار می‌گیرد، به موضوع بسیار مهمی مبدل می‌شود:

کمک افراد بومی به توسعه مواد دارویی هرگز مطرح نشده است در حالی که کنترل صاحبان انحصاری مواد دارویی توسط شرکت‌های متعدد (و ممانعت از نسخه‌های عمومی قابل پرداخت‌تر) هنوز هم بخاطر مرگ‌های متعددی که قابل پیش‌گیری هستند مورد نقد واقع می‌شود. این شروط، احتمالاً در زمینه حق مؤلف و رسانه‌ها کمتر است اما مبنای نابرابری، یکسان است: «مک لیود» و «دیکولا»^۱ وقتی در «نمونه برداری دیجیتال و تولید دارو در دو مرحله متفاوت با اهمیت اجتماعی» به این نکته اشاره کرده‌اند که «فشارهای دیوان‌سالاری و قانونی صدور مجوز باعث ایجاد مشکلات مشابهی در هر دو مورد می‌شود» (۲۰۱۱: ۱۳۱).

جنبش به سمت حق مؤلف بین‌المللی ساده و مؤثر، تأثیر کشورهای اندکی را بر شکل‌گیری حق مؤلف در کل دنیا مشخص می‌سازد. برتری مدل آمریکایی (که به شکلی غیرتصادفی، به شرکت‌های آمریکایی سود می‌رساند)، باعث عدم تمایل به در نظر گرفتن بقیه مدل‌ها می‌شود. نقدی که بر موارد جایگزین برای حق مؤلف همانند وام‌های دولتی برای خلق اثر یا حمایت‌های خصوصی وجود دارد، حاکی از تناسبی دشوار بین موارد جایگزین و سیستم بین‌المللی حق مؤلف است (Davies, 2002). اگر حق مؤلف بین‌المللی مستلزم سیستم‌هایی باشد که بسیار مشابه هستند، به آسانی می‌توان فهمید چگونه مدلی با بیشترین میزان ثروت و قدرت می‌تواند به الگویی مبدل گردد. در مباحث بعدی کتاب باز هم در مورد انتقادهای وارد شده به قدرت، اشاره خواهیم کرد.



حق مؤلف و اقتصاد خلاقانه: چگونه صنایع فرهنگی، تأثیر می‌گذارند؟

۳-۱. صنایع فرهنگی را بشناسیم.

در فصل قبل در مورد تاریخچه حق مؤلف، نمودهای قانونی آن و مباحث مربوط به اجرای آن سخن گفتیم. هم اکنون به مباحث مدرن می‌پردازیم و این مطلب را بررسی می‌کنیم که چگونه صاحبان حقوق در صنایع فرهنگی و مخالفان آنها ایده‌های متفاوتی در مورد ویژگی‌ها و هویت اثر فرهنگی دارند و در باره نقش حق مؤلف در تضمین خلق مداوم آثار سخن خواهیم گفت. چرا بر صنایع فرهنگی و تفسیر آنها از حق مؤلف تمرکز کنیم؟ دلیلش ساده است: این صنایع جهانی هستند و حجم وسیعی از آثار نوآورانه و فرهنگی تحت حمایت قانون حق مؤلف را پوشش می‌دهند و بر تکامل حق مؤلف تأثیر چشم‌گیری داشته‌اند. از این روی، شیوه سخن گفتن آنها درباره حق مؤلف در فهم ما در مورد این حوزه در قرن بیست و یکم کلیدی است.

در این فصل، ماهیت خاص صنایع فرهنگی را از نظر انواع محصولات که تولید می‌کنند و بازارهای عرضه آنها بررسی خواهیم کرد. همچنین درباره نقش حق مؤلف را در فعالیت‌های تجاری آنها و کوششی که این صنایع برای ارتقای حق مؤلف به

عنوان ابزار لاینفکی که می‌توان از طریق آن دستمزد هنرمندان و دیگر فعالان این صنعت پرداخت بحث می‌کنیم. سرانجام صدای افراد و گروه‌هایی را منعکس خواهیم کرد که «بحث حق مؤلف» صنایع فرهنگی را با ارائه دیدگاه‌های جایگزین به چالش می‌کشند، آنهایی که معتقدند که حق مؤلف نه تنها نمی‌تواند دستمزد هنرمندان را پردازد بلکه مانعی برای پرداخت این دستمزد است.

ترجیح دادیم از اصطلاح «صنایع فرهنگی» استفاده کنیم تا صناعی را توصیف نماییم که مسئول تولید و انتشار آثار نوآورانه هستند و برای مباحث حق مؤلف دارای اهمیت می‌باشند (برای آگاهی از تاریخچه بحث و جدل درباره این مفهوم قاب ۱-۳ را ببینید). تعریف صنایع فرهنگی به طور گسترده‌ای مورد بحث قرار گرفته است: فعالیت‌ها و سازمان‌هایی که مشخصاً «فرهنگی» می‌نامیم (همانند اجرای تئاتر یا موزه‌ها) کمتر به عنوان «صنعت» دسته‌بندی می‌شوند در حالی که صناعی که شاید خلاقانه بوده و موضوع حق مؤلف هستند (همانند صنعت نرم‌افزار) مشخصاً فرهنگی نیستند. در حالی که حق مؤلف، در مفاهیم مربوط به هنرهای زیبا و ادبیات ریشه دارد، چنین مفاهیمی همانند نویسندگی انفرادی، تجاری‌سازی و پولی‌سازی اثر نوآورانه به واسطه حق مؤلف از میزان اهمیت تمایزات بین فرهنگ عامه و فرهنگ صاحب‌نظران می‌کاهند که مورد بررسی جامعه‌شناسان فرهنگ قرار گرفته است (برای مثال، به Bourdieu, 1984, and Gans, 1999 مراجعه کنید). «میژ» و «گارنهام»^۱ (۱۹۷۹) افرادی هستند که برای نخستین بار و با جزئیات صنایع فرهنگی را نظریه‌پردازی کرده و کوشیده‌اند تا آنچه «کالای فرهنگی»^۲ است را تعریف کنند. تحلیل آنها، بر پایه موارد زیر بوده است: شناسایی شیوه تولید مورد استفاده؛ میزان خطری که به دلیل شیوه‌های غیرقابل پیش‌بینی در تبدیل ارزش نمادین کالای فرهنگی به ارزش در بازار، در فرایند تولید وجود داشته است و «مرزهای قابلیت بازتولید» یا آسانی انتشار گسترده محصول فرهنگی. رویکرد آنها نه تنها خود اثر فرهنگی را در نظر می‌گیرد

1. Miège and Garnham

2. Cultural commodity

بلکه توسعه صنایعی که منجر به تولید سخت افزار (ایستگاه‌های تلویزیونی، دوربین‌های ضبط ویدئویی)، تسهیل انتشار عمومی فرهنگ می‌شود نیز مد نظر قرار می‌گیرد. آنها سه نوع محصول را شناسایی کرده‌اند: محصولات قابل بازتولید بدون مشارکت دست‌اندرکاران فرهنگی (صنایع سخت‌افزاری)؛ محصولات قابل بازتولید با مشارکت دست‌اندرکاران فرهنگی (موسیقی، کتاب، فیلم)؛ و محصولات با قابلیت نسبی بازتولید (محصولات صنایع دستی، اجراها) (Miège and Garnham, 1979: 302-3). با این شکل‌گیری‌های محصولات فرهنگی، می‌توان شاهد از بین رفتن مرزهای صنایع فرهنگی بود. مشخصاً می‌توان در این مورد به بحث پرداخت که آیا دوربین‌های ضبط ویدئو و سایر شکل‌های رایج تر سخت‌افزاری (همانند ام‌پی‌تری پلیرها) از این نظر فرهنگی محسوب می‌شوند که ویژگی خاص خود را دارند (Benjamin, 1968) اما نقش مهمی در محصول‌سازی موفق فرهنگ و تسهیل نسخه‌برداری قانونی و غیرقانونی و انتشار اثر فرهنگی ایفا می‌کنند.

قاب ۱-۳. صنایع نوآورانه یا فرهنگی؟ وضعیت انگلستان

در بریتانیا در طول دهه ۱۹۹۰، تمرکز زیادی بر خلاقیت وجود داشت تا به تغییر اقتصادی ملی، منطقه‌ای و محلی از تولید به دنیای جدید اطلاعات یا اقتصاد دانشی تحت تأثیر رویکردهای سیاست برای صنایع فرهنگی کمک شود (O'Connor, 2010). تمرکز بر خلاقیت به تغییر مهمی در اصطلاح‌شناسی سیاست منجر شد. این امر با انتشار «سند نگاهی صنایع ابتکاری»^۱ (DCMS, 1998) توسط دولت جدید بریتانیا آغاز شد. این سند، الگوی سایر کشورهای برای توسعه اقتصاد خلاق شد. اصطلاح «صنایع ابتکاری» جایگزین «صنایع فرهنگی» شد که دلایل سیاسی و اقتصادی داشت. صنایع فرهنگی همراه با خط مشی‌های سیاسی (نامطلوب و نابهنگام) جناح چپ از دهه ۱۹۸۰ بود و اشاره‌ای به اثر فرهنگی فرهیختگان و نخبگان داشت درحالی که اصطلاح «خلاق» بوجود آورنده ویژگی‌های مناسب‌تر در بستر «جامعه اطلاعاتی» جدید (انگیزه، رشد و آزادی) بود (Galloway and Garnham, 2005; Dunlop, 2007; Hesmondhalgh, 2013). اگرچه، استفاده از واژه «خلاق» برای توصیف بخش خاص مشکلات خود را داشت و عدم تطابق آن به طور گسترده‌ای از آن زمان مورد بحث واقع

←

شد (O'Connor, 2000; Bakhshi et al., 2013). این امر منجر به ظهور صناعی شد که در یک دسته‌بندی قرار گرفتند درحالی که همگی مشخصاً فرهنگی نبودند یا به طور مشابه ماندگاری تجاری نداشتند و تناسب طبیعی غیر از سطح مشخصی از خلاقیت در این آثار به چشم نمی‌خورد. به عنوان مثال، به نظر می‌رسید تولید نرم‌افزار و صنایع بازیها/ویدئو از آن جهت خلاق نامیده شده‌اند که خلاقیت آنها می‌توانست مبنای حقوق مالکیت فکری سود آور باشد. آنها مشخصاً به «اقتصاد اطلاعاتی» کمک کرده و از رشد اقتصادی حمایت می‌کنند که هر دو، اهداف مطلوب سیاسی در نظر گرفته می‌شوند (O'Connor, 2000; Garnham, 2005). به نظر می‌رسد سایر موارد (موسیقی، فیلم، چاپ) در این فهرست قرار داشته باشند، چون مالکیت فکری می‌تواند برای محصولات فرهنگی آنها که از نظر تجاری ماندگار هستند به کار برده شود؛ اگرچه اغلب آنچه تولید شده هرگز موفق نبوده است. حتی سایر موارد مانند عتیقه‌جات و صنایع دستی، مشخصاً خلاقانه و فرهنگی بوده‌اند اما بقای تجاری محدودی داشته‌اند.

اخیراً دولت ائتلافی بریتانیای کبیر به توانایی خود برای سنجش صحیح سهم اقتصادی صنایع نوآورانه پرداخته است که منجر به فرایند مشاوره برای بازنگری تقسیم بندی‌های اصلی شده است (DCMS, 2013). اینکه آیا این امر به وضوح بیشتری می‌انجامد باید بررسی شود. سیاست و مبحث دانشگاهی در مورد اصطلاح‌شناسی فرهنگی یا خلاقانه به اتحادیه کشورهای مشترک‌المنافع نیز گسترش یافته است. کشورهایی مانند کانادا و استرالیا نیز پیش از این، رویکرد بریتانیا را به عنوان مدلی برای سیاست‌گذاری خود در نظر گرفته‌اند. در کشورهایی که مدل بریتانیا، تأثیر محدودتری داشته است، این بحث محدودتر می‌باشد. به عنوان مثال، در ایالات متحده، اصطلاح صنایع فرهنگی پذیرفته شده است و به طور گسترده استفاده می‌شود. در هر حال، با در نظر گرفتن پیش‌زمینه سیاسی صنایع ابتکاری و مشکل تعریف و اختصاصی کردن همراه با کاربرد آن، در این کتاب ما از اصطلاح صنایع فرهنگی برای توصیف صناعی استفاده می‌کنیم که اثر فرهنگی را تولید و توزیع می‌نمایند و از حق مؤلف برای به حداکثر رساندن درآمد حاصله از آن بهره‌مند می‌شوند.

دیگر صاحب‌نظران از اثر «میژ»^۱ و «گراهان»^۲ استفاده کردند تا درک کنند چه نوع اثری «کالای فرهنگی» در نظر گرفته می‌شود (O'Connor, 2000; Pratt, 2005; Throsby, 2008). در حالی که هر کالایی، بعدی فرهنگی دارد، بحث‌ها همچنان در

1. Miège

2. Garnham

مورد میزان ماهیت فرهنگی کالاها و خدمات ابزاری ادامه دارد (همانند اتومبیل یا لوازم خانگی) (Flew, 2002; Negus, 2006; Mato, 2009). در این کتاب، از این بحث استفاده کرده‌ایم که مرزهای بین صنایع فرهنگی و غیرفرهنگی به طور مشخص «متخلخل، مشروط و نسبی»^۱ است (Hesmondhalgh and Pratt, 2005: 6) اما این‌که صنایع فرهنگی، کالاهایی را به شکل متن ایجاد می‌کنند و بر «درک و دانش ما در مورد دنیا تأثیر می‌گذارند» (Hesmondhalgh, 2013: 4) عمدتاً از طریق ماهیت نمادین آنها صورت می‌گیرد نه ماهیت عملکردی آنها. «هسموندلا» خاطرنشان می‌سازد که تمایز بین محصول بسیار عملکردی (همانند ماشین لباس‌شویی) و محصول بسیار نمادین (همانند فیلم یا کتاب) باید حفظ شود. این تمایز در بحث ما نیز دارای اهمیت است چون قانون حق مؤلف به طور سنتی در رابطه با آثاری بود که به واسطه خلاقیت نمادین و نه خلاقیت عملکردی تعریف می‌شدند.

البته، کالاهای فرهنگی زیادی در دسترس ماست که برخی از آنها در تولید و توزیع بیش از سایرین، «صنعتی» هستند. هسموندلا تمایز مفید دیگری را مطرح می‌سازد که رکن صنعتی تولید فرهنگی را مورد تأکید قرار می‌دهد. از نظر هسموندلا، آنچه در تحلیل صنایع فرهنگی دارای اهمیت است، صرفاً ماهیت نمادین محصول آنها نیست بلکه دسترسی آن صنایع است. به عبارت دیگر، در حالی که تئاتر و رقص مطمئناً فرهنگی هستند، توانایی آنها برای بازتولید و توزیع محصول خود به واسطه شکل زنده برای اغلب اجراها محدود می‌شود. در مقابل، صنایع اصلی فرهنگی از نظر هسموندلا، کالاهایی را تولید می‌کنند که تأثیر زمانی و جغرافیایی بیشتری دارند و در کل دنیا بدون محدود بودن به زمان یا مکان خاصی ارائه می‌شوند (قاب ۲-۳ را ببینید). بار دیگر، نکته مهم بحث ما در اینجا است، چون در میان این موارد، صنایعی وجود دارند که به شدت برای محافظت از سود و بهره خود به دنبال حق مؤلف هستند (Bettig, 1996; Drahos and Braithwaite, 2002).

1. Porous, provisional and relative

قالب ۳-۲. صنایع کلیدی فرهنگی

هسموندلا (۲۰۱۳: ۱۷)، صنایع زیر را به عنوان صنایع کلیدی فرهنگی معرفی می‌کند. صدا و سیما: رادیو و تلویزیون (آنالوگ، دیجیتال، کابلی، و ماهواره‌ای) صنایع فیلم‌سازی: شامل توزیع فیلم به شکل دی.وی.دی، تلویزیونی، و سایر فرمت‌ها صنایع موسیقی: شامل ضبط، پخش و اجرای زنده صنایع چاپ الکترونیکی و چاپی: شامل رسانه‌های خبری، کتاب‌ها، مجلات، پایگاه‌های برخط داده بازی‌های رایانه‌ای و ویدئویی تبلیغات: بازاریابی و روابط عمومی طراحی وب

«هسموندلا» در اظهار این امر که صنایع اصلی فرهنگی از لحاظ زیادی با هم متفاوت هستند اما به شدت به یکدیگر مربوطند بسیار محتاط است، از این نظر که آنها برای جلب رضایت مشتری، پول و زمان کوشش می‌کنند و از «کار فنی و خلاقانه» زیادی بهره‌مند می‌شوند (Hesmondhalgh, 2013: 17). در نتیجه، وی این گونه به بحث می‌پردازد که آنها را می‌توان «سیستم تولید بهم پیوسته»^۱ تعریف کرد. در بعد کاربردی، روابط زمانی واضح تر می‌شود که این مطلب در نظر گرفته شود که چگونه متون ممکن است در بین صنایع به گردش درآیند: قطعه‌ای موسیقی ممکن است در فیلم گنجانده شود؛ شکلی نمادین از فیلم ممکن است در تبلیغات روابط عمومی مورد استفاده قرار گیرد؛ تبلیغات روابط عمومی ممکن است توسعه و بگاهی را به همراه داشته باشد و به قطعه ویدئویی موسیقی در یوتیوب پردازد؛ محبوبیت وبگاه ممکن است به خبر در بخش سرگرمی روزنامه «ساندی»^۲ مبدل شود؛ و متن فیلم ممکن است به بازی رایانه‌ای مبدل گردد. اگرچه هر صنعتی، محصولات متفاوتی را تولید می‌کند، موفقیت هر یک به محبوبیت سایرین بستگی دارد. در هر نوع سیستمی، بکارگیری حق مؤلف فرایندی پیچیده است. حقوق مربوط

1. Linked production system

2. Sunday

به اثر خاص و ارکان متفاوت آن بسته به چگونگی رخداد فعالیت‌ها در شرکت یکسان یا شرکت‌های متفاوت متغیر است و به شیوه‌هایی بستگی دارد که قانون در زمینه‌های متفاوت تولیدی بروز پیدا کرده یا از بین می‌رود و نیز میزانی که کاربردهای جدید از کاربرد اصلی فاصله می‌گیرد یا به آن شبیه می‌ماند.

سیستم تولید بهم پیوسته مشخص می‌کند که ساختار صنایع فرهنگی نقش مهمی در شیوه اجرا و بکاربردن حق مؤلف ایفا می‌کند. وقتی مرتباً صنایع فرهنگی را به مشارکت‌های جهانی مرتبط می‌دانیم که بر تولید و توزیع متون فرهنگی تسلط دارند، اغلب شرکت‌ها کوچک بوده و برخی مواقع توسط صاحبان خود اداره می‌شوند. شرکت‌هایی که برای بقا و جایابی مجدد در منطقه‌های جدید و شهرهای جدید از ارتباطات شبکه‌ای استفاده می‌کنند، از تمرکز منابع محیطی، کاری و فراساختاری سود می‌برند (O'Connor, 2000; Bell and Jayne, 2004; Oakley, 2006; Pratt, 2008). البته، در حالی که شرکت‌های خرد ممکن است به طور خاصی برای بازاریابی حق مؤلف در عصر دیجیتال، برنامه‌ریزی شده باشند، شرکت‌های بزرگ و بین‌المللی، بلندترین صدای صنعت را در بحث‌ها داشته و در نتیجه بیشترین کنترل را بر مباحث دارند. برای سازمان‌های بزرگ و سازمان‌های کوچک، امکان دستیابی متون به نوعی توزیع جهانی که بازگشت به سرمایه سریعی را فراهم می‌آورد همراه با چالش‌هایی است که به توانایی آنها برای دنبال کردن و بهره‌مادی از هر کاربردی مربوط می‌شود. در اینجا، مشارکت‌های جهانی که بر صنایع تسلط دارند، دارای مزیت هستند چراکه راهبردهایی را فراهم می‌آورند تا بتوان خطر تخلف و منابعی که باید از طریق دادگاه‌ها برای اجرای حق مؤلف خود بکار گیرند کاهش دهند. در بقیه بخش‌های این فصل، به این مطلب خواهیم پرداخت که چرا حق مؤلف برای صنایع فرهنگی دارای اهمیت است و همچنین به راهبردهای مورد استفاده آنها برای دستیابی به حق مؤلف توجه خواهیم کرد.

۲-۳. مدیریت خطر و بازگشت در صنایع فرهنگی

متون فرهنگی، ویژگی‌های متفاوتی دارند که چالش‌های خاصی را برای شرکت‌های تولید کننده آنها ایجاد می‌نمایند و بسیاری از این چالش‌ها در عصر دیجیتال شدت یافته و باعث می‌شود حق مؤلف ابزاری بسیار مهم در حصول اطمینان از بقای طولانی مدت آنها محسوب شود. متون، هزینه تولید بالایی دارند و مستلزم سرمایه‌گذاری چشمگیر و هزینه بازتولید کم هستند. به عبارت دیگر، هرچه مخاطب بیشتر هزینه پرداخت کند، بازگشت سرمایه بیشتری وجود خواهد داشت (Hesmondhalgh, 2013) و این موفقیتی است که مورد انتظار است. درعین حال، احتمال پایین و غیرقابل پیش‌بینی بودن موفقیت به این معناست که این خطر وجود دارد که بازگشت سرمایه اولیه، دشوار به نظر برسد. همچنین بدین معناست که کنترل بر توزیع و قیمت، برای حصول اطمینان از داشتن مخاطبان زیاد که امکان دسترسی و پرداخت بخش کمی از اثر فرهنگی را دارند که به واسطه آن محبوبیت چشمگیری می‌یابد، ضروری است (Tschmuck, 2009).

با این وجود، دستیابی به قیمت «واقعی» و توزیع گسترده اثر فرهنگی، فرایندهای پیچیده‌ای هستند. نخست اینکه، متون فرهنگی ارزشی از پیش تعریف‌شده و قابل شناسایی ندارند؛ درآمدی که از آنها حاصل می‌شود، به تقاضا بستگی دارد که ممکن است در بازاری ناپایدار ایجاد شده و برجای بماند و از نظر سلیقه و میزان استفاده با روندها تغییر کند (Miège and Garnham, 1979; Garnham, 1990). دوم اینکه، متون فرهنگی شامل اقلام نیمه عمومی هستند: استفاده از آنها توسط یک فرد، باعث نمی‌شود سایر افراد دقیقاً همان متن را مورد استفاده قرار ندهند و همچون کالاهای فرهنگی، هنوز هم امری عمومی در نظر گرفته می‌شود (Miège, 1987)، کاربران تمایل دارند آزادانه آن را به اشتراک گذاشته و نسخه‌های متن را اقتباس نمایند. این امر باعث می‌شود تعیین قیمت بر پایه کمبود محصول، تعادل بین عرضه و تقاضا دشوار شود. اگر عرضه نامحدود باشد این خطر وجود دارد که متن از نظر

اقتصادی، بی ارزش شده و هیچ‌کس پولی برای آن پرداخت نکند و شرکت، هیچ‌یک از سرمایه‌های اولیه خود را به دست نیاورد. به این دلایل، نسخه‌برداری غیرقانونی، هدف صاحبان حقوق است چون توانایی نظارت و پولی‌سازی مصرف را از بین برده و عرضه اثر خاصی را به گونه‌ای محدود می‌سازد که قیمت آن، هزینه‌های آن را پوشش می‌دهد.

مسأله خطر و بازگشت که مشخصه صنایع فرهنگی است به برخی اقدامات یا راهبردهای شرکتی منجر می‌شود (Negus, 1999) و باعث می‌شود صنایع سودآور شوند (Miège and Garnham, 1979). آنها، مجموعه‌های بزرگی از اثر را بر این مبنا که برخی از آثار بازگشت مالی خواهند داشت، ایجاد و توزیع می‌نمایند. هزینه‌های پایین بازتولید بدین معناست که آثار منحصر به فرد که البته تعداد آنها محدود است، برای جبران ضررهای بسیاری از متونی با موفقیت کمتر بکار گرفته شوند در حالی که شمارگان اثر مشخص می‌کند، جریان مطالب برای برآوردن نیاز مصرف کننده ثابت است (Miège, 1987; Hesmondhalgh, 2013). صنایع، فنون فرمت‌بندی متنوعی را نیز برای به حداکثر رساندن شهرت و جذابیت محصولات به کار می‌برند. وقتی پدیدآوران اثر (بازیگران، ستاره‌های تلویزیونی، نویسندگان) که بیشترین میزان مخاطب را جلب می‌کنند، به طور رایج در متون گنجانده می‌شوند، شدیداً مورد تشویق و تحسین و تمجید قرار می‌گیرند (O'Connor, 2010). دیگر فنون فرمت‌بندی، شامل تقسیم‌بندی متون فرهنگی به عنوان ژانر خاص (به عنوان مثال، برنامه‌های تلویزیونی استعدادیابی برتر^۱) است که برای شرکت‌ها امکان ارتباط برقرار کردن بین ویژگی‌های موفقیت‌آمیز با متون گوناگون را افزایش داده و در نتیجه، باعث ارتقای میزان جذابیت آنها می‌شود؛ و ساختن سریال‌های چندین قسمتی به جای نسخه‌های تک‌قسمتی که در آمد حاصله از وفاداری مخاطب به متنی خاص را به حداکثر می‌رساند (مثلاً، کتاب‌های چندجلدی و سریال چندقسمتی «هری پاتر» یا فیلم‌های

1. Reality TV talent shows

قهرمانی «مارول»^۱، کتاب‌های کم‌دی و سریال‌های تلویزیونی). تمام این فنون، فرصت‌های شرکت را با افزایش میزان مخاطبان و تعداد کانال‌های توزیع اثر، برای داشتن درآمدی بر مبنای موقعیت خود به عنوان صاحبان حقوق به حداکثر می‌رساند.

صنایع فرهنگی، باید کوشش کنند تا نیاز به تقویت خلاقیت و نوآوری را با نیاز به حصول اطمینان از بقاپذیری تجاری در پایان فرایند تولید، در میان پدیدآوران اثر متعادل سازند (ویژگی‌های غیرقابل پیش‌بینی، اما ضروری برای موفقیت متن که به نوعی فرهنگی هستند). پدیدآوران اثر، می‌توانند در سوی دیگر مذاکرات باشند و معاملات بر تخصیص حقوق متمرکز باشد نه کار واقعی. بخش بسیار بزرگی از درآمد آنها به حق امتیاز و توافقات معاملاتی بستگی دارد که اغلب به شرکت سود می‌رساند (Caves, 2000; Greenfield and Osborn, 2004; Garnham, 2005; Fairchild, 2008; Tschmuck, 2009; Towse, 2011). به عنوان مثال، در صنعت موسیقی، ایجاد آهنگ‌های ۳۶۰ به عنوان هنجار معاملاتی جدید تبدیل شده است (به فصل ۲ مراجعه کنید). این امر حقوقی را برای برگزارکنندگان تورها و تجاری‌سازی بسته‌های موجود حقوق و مرتبط با مؤلف و ضبط صدا می‌افزاید. داشتن حقوق گوناگون به این شکل، از قدرت و استقلال هنرمندان در مقابل بهره‌های شرکتی می‌کاهد (Stahl, 2011; Stahl and Meier, 2012). افزون بر این، پیچیدگی تولید فرهنگی به این معناست که پدیدآوران اثر، تنها افرادی نیستند که تحت تأثیر عدم تعادل قدرت در صنایع قرار می‌گیرند: تعداد زیادی از کارکنان در فرایند تولید دخیل هستند که اغلب، حق الزحمه نسبتاً پایینی دارند و قراردادهای موقتی دارند نه دائمی (مثلاً در ساخت یک فیلم، منشی، دستیار فیلمبردار، طراح لباس، گریمور، طراح صحنه، کارکنان بازاریابی، رانندگان، و حتی افرادی که صحنه فیلمبرداری و مجموعه را پس از روز کاری شلوغ تمیز می‌کنند، در نظر بگیرید) (Hesmondhalgh and Baker, 2011; Hesmondhalgh, 2013).

1. Marvel

در نهایت، صنایع فرهنگی از ابزارهایی استفاده می‌کنند تا به مسائل مربوط به قیمت و توزیع بپردازند. آنها کوشش می‌کنند تا ارزش همراه متون را با استفاده از تبلیغات (روابط عمومی، بازاریابی و فنون برندسازی) به حداکثر برسانند تا محبوبیت عام را بالا برده جذابیت نمادین آنها را منتقل نمایند. همچنین کوشش می‌کنند تا به واسطه کنترل توزیع و دسترسی به اثر فرهنگی، کمیابی تصنعی در بازارها ایجاد کنند. برخی فنون، به عنوان ابزار مدیریت محیط‌های سیاست، هنجاری، فناوری و قانونی بکار گرفته می‌شوند که در آنها صنایع فرهنگی، در حال فعالیت هستند (Lessig, 2006) و شامل ادغام عمودی (خرید شرکت‌های دخیل در مراحل تولید فرهنگی، از خلق و بازاریابی تا تبلیغات و توزیع)، تبلیغ و ارتقای محصول، و اجرای حق مؤلف می‌شوند. این امر، خود باعث معرفی فناوری می‌شود که فعالیت کاربر را کنترل می‌کند و به کاربران در مورد اهمیت بقای صنعت تعلیم می‌دهد (به بورکارت و مک کورت^۱، ۲۰۰۶ مراجعه کنید تا نقل جزئی‌تری را در مورد راهبردهای صنعت موسیقی مطالعه کنید).

۳-۳. تضمین سود از راه قانون‌گذاری

چگونه حق مؤلف به صنایع فرهنگی کمک می‌کند تا خطر و بازگشت سرمایه را در عرصه دیجیتال مدیریت نماید؟ در مورد صنایع فرهنگی، به عنوان صاحبان متون فرهنگی، اهمیت این امر در زمینه ساختارها و چالش‌های صنعت نمود یافته و درک می‌شود که در بالا به آنها اشاره شد. حق مؤلف دربردارنده حقوق مرتبط بی‌شماری است و با گذشت زمان و در مناطق جغرافیایی متعدد، از جریانهای درآمدی با فراهم کردن بستری برای شرکت‌ها جهت اظهار مدعای خود در مورد ابعاد گوناگون مالکیت معنوی گنجانده شده در متون خود، حمایت می‌کند (Frith and Marshall, 2004). از این روی، حق مؤلف نقش مهمی را در تضمین آینده صنایع فرهنگی ایفا می‌کند: درآمد از طریق حق مؤلف زیربنای اشتغال در صنایع فرهنگی و تولید مداوم

1. Burkart and McCourt

اثر فرهنگی را تشکیل می‌دهد. و چون آنها از طرف پدیدآوران اثر طرف قرارداد، به اجرای حق مؤلف می‌پردازند می‌توانند این‌گونه مدعی شوند که حق مؤلف ابزاری است که بوسیله آن از خلاقیت حمایت کرده و افراد را به داشتن خلاقیت تشویق و ترغیب می‌نمایند و به مبحث سیاسی «اقتصاد خلاق» به عنوان عامل کلیدی رقابت‌طلبی در اقتصاد جهانی، مربوط می‌شود. مشخصاً، حق مؤلف در کوشش‌های صنایع فرهنگی برای مدیریت خطر و بازگشت سرمایه نقش مهم و اساسی ایفا می‌کند (Frith and Marshall, 2004; Galloway and Dunlop, 2007; Towse, 2011).

در فرایند کوشش برای حفظ حق مؤلف صنایع فرهنگی، به دنبال اعلام و اجرای حقوق خود متوقف ساختن دستبرد ادبی و ترغیب کاربرد قانونی آثار فرهنگی بوده‌اند. با ترتیب دادن قانونی به عنوان ابزار تعدیل تولید و استفاده از اثر فرهنگی در دنیای دیجیتال، یا چگونگی قانون‌گذاری در اصطلاح لسیگ^۱ (۲۰۰۶)، صنایع فرهنگی حقوق خود را بسط داده، منابع غیرقانونی را برای آزارش از بین برده و تخلفات و افراد دخیل در تخلف را جریمه کرده و برخی از درآمدهای از بین رفته را بدست آورده است. در صنعت موسیقی، مورد پیچیده‌ای در مقابل وبگاه اشتراک‌گذاری فایل «نپستر»^۲ توسط انجمن صنایع ضبط موسیقی آمریکا^۳ (ریا) ارائه شد، نخستین مورد مهم از این دست بود و منجر به بسته شدن وبگاه در سال ۲۰۰۱ گردید و حامی مالی آن، «برتلسمن ای.جی.»^۴ به خاطر حمایت از نسپر توسط انجمن ناشران موسیقی ملی تحت پیگرد قانونی قرار گرفت. این مورد در نهایت، پس از هفت سال به پایان رسید و «برتلسمن» موافقت کرد ۱۳۰ میلیون دلار غرامت پرداخت کند (Kravets, 2007). در سال ۲۰۱۰، انجمن تصاویر متحرک آمریکا^۵ (مپا) با موفقیت، موردی را در دادگاه‌های بریتانیا مطرح کرد که منجر به متوقف شدن فعالیت «نیوزبین»^۶ شد که وبگاه جستجو بود و برای کاربران امکان دسترسی به محتوای دستبرد شده را فراهم می‌آورد. «نیوزبین» توسط صاحبان اصلی خود در

1. Lessig

4. Bertelsmann AG

2. Napster

5. Motion Picture Association of America (MPAA)

3. Recording Industry Association of America (RIAA)

6. Newzbin2

سال ۲۰۱۱ آغاز به کار کرد اما در نهایت، پس از این که میا از دادگاه‌ها استفاده کرد تا ارائه کنندگان خدمات اینترنتی را مجبور نمایند دسترسی به این وبگاه را مسدود نمایند، بسته شد (Jowitt, 2011; Brewster, 2012). اخیراً، در سال ۲۰۱۳، میا موفق شده است وبگاه ذخیرهٔ برخط‌هات‌فایل^۱ را نیز متوقف نماید و مانع ۸۰ میلیون دلار خسارت شود (Dredge, 2013a). در مورد تخلفات، صاحبان حقوق، از نبود دانش و منابع کاربران در مورد حق مؤلف استفاده کرده‌اند: آنها را به پیگیری از طریق دادگاه تهدید کرده‌اند، حتی اگر این امر مبنای ضعیفی داشته باشد، باز هم برای تهدید تخلفات مبنی بر پیگیری قانونی کفایت می‌کند (Moss, 2011). در عین حال، موفقیت دادخواهی‌ها و تهدیدها، در عمل نتایج متفاوتی داشته است: اگرچه صاحبان حقوق در دادخواهی سال ۲۰۰۹ خود علیه وبگاه «پایرت بی» موفق عمل کردند (برای اطلاعات بیشتر به فصل ۴ و ۶ مراجعه کنید)، از طریق وبگاه‌های پراکسی و سرورهای متحرک برجای باقی ماند.

با در نظر گرفتن این مسأله که قانون، ابزار همواره موفقی برای محافظت نیست، صنایع فرهنگی از سه شکل دیگر تعدیل و قانون‌گذاری استفاده کرده‌اند: بازار، فناوری، و هنجارهای اجتماعی (Lessig, 2006; Murray, 2010: 62-6). یکی از رویکردهای نسبتاً موفق، دستکاری ساز و کارهای بازار بوده است به شیوه‌ای که باعث شده است کاربران عادات خود را تغییر دهند. این راهبرد، دربردارندهٔ تغییر ساز و کارهای توزیع است که شکل‌های جدید دسترسی و پرداخت و فرمت‌های متغیر را با ارائه شیوه‌های متفاوت دسترسی به اثر فرهنگی فراهم می‌آورد. نمونهٔ این امر، دسترسی آسان، فروشگاه‌های برخط در دسترس، جریان خدمات برای برنامه‌های موسیقی، تلویزیونی و فیلم همانند «ای.تیونز»^۲، «سپاتیفای»^۳، و «نتفلیکس»^۴ را شامل می‌شود. بکارگیری نمایه‌های محصول نیز در پی معرفی شعبات جدید بکار گرفته شد: مثلاً، قسمت‌های مجزای یک آلبوم، در قالب فایل ام‌پی‌تری قابل دانلود بود و نیاز نبود کاربر، کل آلبوم را خریداری نماید. به طور مشابه، ابتکار عمل‌های بازاریابی

1. Hotfile 2. I Tunes 3. Spotify 4. Netflix

همانند فرمت‌های بسته‌بندی، به عنوان شیوه‌ای برای جلب رضایت مشتریان برای دسترسی به اثر به شیوه‌های گوناگون بدون نقض قانون، بکار رفت: در بازار در حال احیاء برای «رکوردهای پلاستیکی» (Richter, 2014)، «ال.پی.ها» اغلب شامل کدی برای نسخه‌های «ام. پی. تری» هستند در حالی که ناشران، کتاب‌های چاپی را با نسخه‌های الکترونیکی به صورت بسته درمی‌آورند یا نسخه‌های الکترونیکی را بعدها آماده می‌سازند همانند آنچه در خدمات «کیندل مچ»^۱ آمازون می‌بینیم. مجلات مرتباً خوانندگان را برای تحلیل‌های عمیق‌تری از داستانها، رقابت‌ها، یا سایر شیوه‌های دستیابی به محتوا، به سمت استفاده از وبگاه‌های خود تشویق می‌کنند. دی وی دی‌های فیلم‌ها و سریال‌های تلویزیونی شامل فیلم‌های پشت صحنه، صحنه‌های حذف شده و اقتباساتی از گفته‌های تولید کنندگان هستند تا بینندگان به خرید آنها تشویق شوند. حتی در بازار، دعوتنامه‌هایی برای کاربران ارسال می‌شود تا کتاب یا موسیقی را که می‌خواهند (NME, 2008; Flood, 2012) پیش از بیرون آمدن کار از طریق مسیرهای قدیمی خریداری نمایند.

در راستای دستکاری بازار و احتمالاً با میزان موفقیت کمتر، کاربرد فناوری به عنوان شکلی از تنظیم مقررات بوده است. مرتباً، چنین مقیاس‌هایی از طریق قانون شکل می‌گیرد که برای صاحبان حقوق، قدرت استفاده از فناوری را برای نظارت و محدود ساختن دسترسی افرادی که حق نسخه‌برداری را نقض می‌کنند به اثر برخوردار از حق مؤلف فراهم می‌آورد. به عنوان مثال، نسخه اصلی قانون «هدوپی»^۲ سال ۲۰۰۹ فرانسه (قانون ارتقا دهنده توزیع و محافظت از آثار خلاقانه در اینترنت) برای صاحبان حقوق امکان نظارت بر فعالیت برخط و پیگیری کاربرد غیرقانونی و محدود کردن دسترسی به اینترنت در آن منطقه را فراهم آورد. اجبار ارائه دهندگان خدمات اینترنت به مسدود کردن دسترسی به وبگاه‌های غیرقانونی و ارائه نام‌های نقض قانون کنندگان، در مصوبه اقتصاد دیجیتال بریتانیا (۲۰۱۰) قرار گرفت. به طور همزمان، مصوبات محافظت از حقوق معنوی و توقف دستبرد برخط (سوپا و پیپا)

1. KindleMatch

2. HADOPI law

در ایالات متحده، محدودیت‌های دسترسی سختگیرانه و مجازات حبس را برای متخلفان همیشگی پیشنهاد کرد (Sell, 2013). سیستم هشدار حق مؤلف ایالات متحده که در سال ۲۰۱۳ معرفی شد (به فصل ۴ مراجعه کنید)، دربردارنده ارسال شش نامه هشدار به متخلفان است که پس از آن دسترسی اینترنتی آنها محدود خواهد شد (BBC, 2013a). می‌توان پیش‌بینی کرد که چنین مقیاس‌هایی، در صنعت در میان کاربران و گروه‌های فعال مورد پذیرش نبوده و به شدت مورد بحث قرار می‌گیرد (Halliday, 2012; Van Der Sar, 2013). «سوپا» و «پیپا» در نهایت و در نتیجه مخالفت‌های گسترده علیه آنها متوقف شدند (Herman, 2013; Sell, 2013) در حالی که در بریتانیا، اجرای مصوبه اقتصاد دیجیتال، بیش از میزانی که برنامه‌ریزی شده بود زمان برد. در فرانسه مفاد «هدویی» به دنبال مخالفت شدید با پذیرش تحمیل جریمه بر کاربران، دچار افول شد (برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد نقش واسطه‌گری‌ها در اجرای حق مؤلف و تغییر سیاست‌های آن به فصل‌های ۴ و ۷ مراجعه کنید).

صنایع فرهنگی، همراه با استفاده از فناوری برای ممانعت از دسترسی به محتوای غیرقانونی نسخه‌برداری شده، کوشش کرد تا کاربرد اثر فرهنگی پس از خرید را از طریق فناوری‌های مدیریت حقوق دیجیتال (دی. آر. ام.) محدود سازد. فناوری‌های مدیریت حقوق دیجیتال، فناوری‌هایی را شامل می‌شود که از نسخه‌برداری با تحریف متن اصلی جلوگیری کرده، کاربرد اثر را در دستگاه‌های متفاوت محدود ساخته، یا تغییر فرمت را مسدود می‌سازد (مثلاً، مانع چاپ کتاب الکترونیکی خریداری شده شود). به طور مؤثر، با تبدیل فناوری به جعبه سیاه که قابل بررسی نیست، آژانس کاربران را از میان برداشته است. برای اعضای جنبش‌هایی همانند منبع باز، فناوری‌های مدیریت حقوق دیجیتال چالشی مستقیم برای خلاقیت، استقلال، و کیفیت آتی فناوری محسوب می‌شود. چون، نوآوری کاربر را از ابتدا نادیده می‌گیرد، کاربران و فعالان ضد حق مؤلف به شکل گسترده‌ای آن را غیرمنطقی می‌دانند (Doctorow, 2012) و راه‌حل‌ها سریعاً در دسترس هستند (برای مثال، به Sorrel, 2011; Harris, n.d. مراجعه کنید). در نتیجه، کاربرد آن در میان صنایع فرهنگی

متفاوت است. برخی از شکل‌های فناوری‌های مدیریت حقوق دیجیتال باقی می‌ماند اما سایر موارد دچار افول شده‌اند: برای مثال، «اپل»^۱ برنامه را برای کاربران ارائه نموده است که به واسطه فروشگاه «آی‌تیونز» خود، فناوری‌های مدیریت حقوق دیجیتال را از هرچیزی که خریداری می‌کنند از بین می‌برد.

مدل چهارم قانون‌گذاری مورد استفاده در صنایع فرهنگی، هنجارهای اجتماعی هستند. باورها و ارزش‌های همراه با تولید و کاربرد اثر حق مؤلف یا هنجارهای نسخه‌برداری (Schultz, 2006) به شیوه‌هایی تحت تأثیر قرار می‌گیرند که رفتار قانونی را ترغیب می‌نمایند نه رفتار غیرقانونی. قانون‌گذاری هنجاری، در زمینه‌ای دارای اهمیت است که نه قانون، نه فناوری و نه بازار به طور مؤثر در پیشگیری از بروز رفتار غیرقانونی مؤثر واقع نمی‌شوند. کاربران در زمان تصمیم‌گیری در مورد چگونگی استفاده از آثار تحت حمایت حق مؤلف از منطق‌های متعددی استفاده می‌کنند و صنایع فرهنگی، کمپین‌های آموزشی و ارتباطی متعددی را برای تأثیرگذاری بر آنها شکل می‌دهند. قدرت گفتمان و زبان به عنوان ابزاری برای ایجاد مفهوم‌های خاص حق مؤلف، رفتار قانونی و تخلف در مرکز توجه قرار می‌گیرد و برای سلیقه‌های گوناگون صنایع فرهنگی ارائه می‌شود (Deazley, 2004; Herman, 2008; Lentz, 2011). در بخش بعدی، برخی از راهبردهای گفتمانی مورد استفاده صنایع فرهنگی را برای بازداشتن کاربران از دسترسی به آثار تحت حمایت حق مؤلف به شکل غیرقانونی شرح خواهیم داد.

۳-۴. رقابت برای حق مؤلف

صاحبان حقوق آثار تحت حمایت حق مؤلف کوشیده‌اند تا نسخه‌برداری غیرقانونی را به عنوان فعالیتی غیرقانونی نشان دهند که حقوق پدیدآوران اثر را نقض کرده و به صنایع فرهنگی آسیب وارد می‌کند و به جرم‌هایی همانند تروریسم جهانی، قاچاق دارو و قاچاق انسان مربوط می‌شود (قاب ۳-۳ را ببینید). چنین کمپین‌هایی نشان

1. Apple

دهنده نیاز صاحبان حق مؤلف برای شکل دهی تخلف نه به عنوان تخطی ساده بلکه به عنوان منبع مشکلات اخلاقی و خطر جدی برای جامعه است. غیرقانونی نشان دادن تخلف، این مزیت مشخص را دارد که صنایع حق مؤلف را به شکلی مثبت تحت تأثیر قرار می‌دهند که مسئول حفظ املاک صاحبان اثر بوده و نه تنها به دنبال منافع خود نیست، بلکه در کوشش است جامعه را از خطر حفظ کند (Patry, 2009). در عین حال، اظهارات این کمپین، از احتمال شناسایی انواع تخلفات به عنوان هنجارهای جدید اجتماعی یا اقدامات خلاقانه ممانعت بعمل آورد. در عوض، تمرکز بر خطرات و مشکلات همراه با تخلف به عنوان اقدامی غیرقانونی است.

قاب ۳-۳. انگ بزرگ: تهدید و ننگ

برای دهه‌های متمادی، کمپین‌های ضددستبرد ادبی، بخشی از حوزه حق مؤلف را تشکیل داده‌اند و در قالب فناوری‌های نسخه‌برداری آسان و ارزان گسترش یافته‌اند (Yar, 2007). در میان صنایع فرهنگی، موسیقی و فیلم در مورد حقوق خود بیش از سایرین مدعی بوده‌اند و به شدت در کمپین‌های عمومی حامی حق مؤلف، سرمایه‌گذاری کرده‌اند. یکی از مهم‌ترین آنها، کمپین «ضبط خانگی موسیقی را از بین خواهد برد»^۱ بوده است که توسط «صنعت فونوگرافیک بریتانیا»^۲ (بی. پی. آی.) در اوایل دهه ۱۹۸۰ آغاز گردید تا با فعالیت گسترده کاربران در زمینه گردآوری و اشتراک‌گذاری نوارهای کاست مبارزه کند. با اتخاذ تصویری از یک مجسمه و دو استخوان متقاطع (مجسمه با شبح یک نوار کاست جایگزین شده بود) و این پیام («ضبط خانگی موسیقی را از بین خواهد برد» و این غیرقانونی است) تلاش بر این بود که کاربران از موافقت وحشت کنند و به نظر تاثیرگذار بود. اما این کمپین بیشتر از موافقت، مقاومت را در پی داشت و بسیاری از تقلیدها توسط کاربران و گروه‌های موسیقی ایجاد شد و کمپین را به تمسخر گرفتند و ادعای اصلی آن مبنی بر اینکه صنعت موسیقی در صورت ادامه ضبط خانگی فنا خواهد شد به چالش کشیدند (Yar, 2007) (برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد واکنش کاربران نسبت به اثر دارای حق مؤلف و بدون توجه به ادعاهای صنعت در مورد آسیبی که از طرف آنها اعمال می‌شود به فصل ۶ مراجعه نمایید). البته این لحن تهدیدآمیز در کمپین‌های جدید در واکنش به چالش‌های موجود در عصر دیجیتال ادامه یافت. در کمپین «ام. پی. آی. ای.»^۳ ۲۰۰۴ دستبرد ادبی جرم است، دستبرد ادبی معادل دزدی اموال شخصی در نظر گرفته شد. «شما ماشینی را نمی‌دزدید، گوشی تلفن همراه را نمی‌دزدید، فیلم را نمی‌دزدید. دستبرد ادبی، دزدی است. دزدی،

←

1. Home Taping is Killing Music

2. British Phonographic Industry (BPI)



خلاف قانون است. دستبرد ادبی، جرم است». در کمپین ویدئو، تصاویر مجزای هر جرم با عبارت مرتبط گنجانده شده بود و تأثیر کل این بود که «دستبرد ادبی، نوعی سرقت است» و سارقان بدون در نظر گرفتن مقیاس یا هدف نقض قانون، مجرم هستند و عوامل متمایزکننده در نظر گرفته نشده بود. مثلاً، این واقعیت که دستبرد ادبی به کالاهایی نیمه دولتی و نه خصوصی باز می‌گردد، اغلب بواسطه فناوری‌هایی امکان‌پذیر می‌باشد که منابع فرهنگی آنها را ارتقا می‌بخشیدند و در برخی موارد احتمال داشت گستره کاربران متون فرهنگی را نیز بسط دهد. همین رویکرد در کمپین برخی در سال بعدی به چشم می‌خورد درحالی که ام‌پی.ای.ای. حملات روی وبگاه‌های اشتراک‌گذاری فیلم‌ها به شکل غیرقانونی را با صفحاتی جایگزین کرد که به بازدیدکنندگان سایت‌ها (که هم اکنون بسته شده‌اند) می‌گفت: «می‌توانید کلیک کنید اما نمی‌توانید مخفی کنید» (BBC, 2005).

صنعت فیلم در بریتانیا نیز فعالیتش کمتر نبوده است. «تراست اینداستری»^۱، در سال ۲۰۰۴ کمپین «دستبرد ادبی جرم است» را آغاز کرد که در آن دستبرد ادبی مانند قاچاق افراد یا فعالیت‌های اشتغال غیرقانونی مساوی با سوء استفاده از حقوق انسانی در نظر گرفته شد. پیام‌های پوستر، اشاره مستقیمی به مجرمان سازمان یافته مانند تروریست‌ها و قاچاقچیان دارند که مصرف‌کننده اجناس سرقت شده بوده و مؤسس شبکه‌های جنایی هستند. استعاره بصری فردی که نقاب بر می‌دارد (و نشان دهنده صورت مصرف‌کننده نامشخصی است) برای نشان دادن عنصر جنایی در پس آن بر فعالیت‌های دستبرد ادبی به عنوان پوشاننده فعالیت‌های بسیار بد تأکید دارد (به شکل ۳-۱ توجه نمایید). در سال ۲۰۰۷، از تندی این لحن، تاحدی بواسطه کمپین «کشتن نایجل»^۲ کاسته شد. این بار، دستبرد ادبی به منظور شرم‌نامه ساختن برخی کاربران که دی‌وی دی‌های سرقت شده یا فیلم‌های دانه‌دانه شده را به طور غیرقانونی خریده‌اند، به جرم جزئی مربوط دانسته شده است. تبلیغات سینمایی و تلویزیونی «نایجل»، گروه مجرم را در اداره خود و خارج از آن در حال جذب مشتری نشان می‌دهند که به خاطر رفتار خود توسط همتایانشان به تمسخر گرفته می‌شوند. آهنگ همراه با فیلم به مقایسه نقض قانون حق مؤلف «نایجل» و سایر عادات غیرقابل قبول اجتماعی می‌پردازد. (انجام کارهایی به شکل ارزان، دزدی از صندوق خیریه، دزدی نوشیدنی‌ها، و دزدی از مادر بزرگ). حکم این است که وی «جانور واقعی» است، یک نحیف شلخته و (تلویحا) کسی که هیچ کس تمایلی به دوستی با او ندارد. کمپین چنین وانمود می‌کند که افرادی مانند «نایجل» بواسطه دوستان و همکاران خود محروم شده‌اند و بار دیگر تمایز بین اجناس عمومی و خصوصی نادیده گرفته شد. همچنین، این واقعیت نیز نادیده گرفته شد که دانه‌دانه غیرقانونی می‌تواند اقدام اجتماعی اشتراک‌گذاری باشد و جنبه فردی داشته باشد (Edwards et al., 2013a).

1. Trust Industry

2. Knock Off Nigel



شکل ۱-۳

علی‌رغم کوشش‌هایی برای مجرم جلوه دادن و خجالت‌زده کردن کاربران، همچنان مقاومت در مقابل این امر ادامه دارد. کمپین‌ها به شکل گسترده‌ای به شکل برخط و در فرهنگ عامه مورد استقبال قرار گرفته‌اند. کمپین «دستبرد جرم است»^۱ (مپا) که در مجموعه طنز و پرترفدار بریتانیا «دِ آی.تی. کراد»^۲ مورد استقبال قرار گرفت. جای تعجب نیست که دیدگاه‌های متضاد، بخش نظرات داستان‌های جدید را در مورد ابتکار عمل‌های ضد دستبرد و تقلیدهای طنزگونه «یوتیوب» می‌نوشتند و به ارتباط غیرواقعی بین دستبرد و سایر جرائم اشاره کرده و این ایده را مورد تمسخر قرار می‌دادند که دانلود غیرقانونی، فعالیتی شرم‌آور است (به عنوان مثال، به Bull, 2014; Dredge, 2010 مراجعه کنید). در این کمپین مرتباً نظرات بهره‌فردی را مطرح می‌کردند که باعث کوشش‌های صنایع فرهنگی برای محافظت از اثر خود می‌گردد و به ساختارهای غیر برابری صنایع فرهنگی به عنوان شیوه به چالش کشیدن این ایده اشاره می‌کردند که کاربران، و نه صنایع اقدامات غیراخلاقی انجام می‌دهند. مقاومت در مقابل چنین پیام‌هایی، به دادگاه‌ها کشیده شد. در مورد اخیر، «مپا» حق استفاده از کلمه «دستبرد»، «دزدی»، و «ربودن» را در قوانین خود علیه «هات‌فایل» که یک وبگاه

1. MPAA's Piracy. It's a Crime

2. The IT Crowd

میزبانی فایل بود تکذیب کرد چون این عناوین، موهن بوده و احتمالاً به طور غیرمنطقی بر نظر هیئت منصفه تأثیر می گذاشت (techdirt.com, 2013).

احتمالاً به این دلیل که رویکرد «انگ بزرگ چسباندن» برای اجرای حق مؤلف تأثیر محدودی داشت، لحن مبارزات اخیر کمی نرم تر شده است (Rohrer, 2009; Edwards et al., 2014) و پیام‌های تخلف شدیدتری صرفاً توسط نیروهای اجرایی صنایع فرهنگی همانند «فدراسیون علیه دستبرد حق مؤلف»^۱ (www.fact-uk.org.uk) مخابره می‌شود. در مقابل، بازاریابی و تبلیغات روابط عمومی بر ایده مشارکت بین مشتریان و تولید کنندگان متون فرهنگی تأکید داشته و کاربران مسئول بقای صنایع فرهنگی تلقی می‌شدند. این «محول کردن مسئولیت» به شیوه‌های متعددی بروز یافت که بسیاری از آنها، به نقدهای کمپین‌های پیشین واکنش نشان دادند (قاب ۳-۴ را ببینید). تأکید مهم، دست برداشتن از این فرض بود که تمام رفتارهای غیرقانونی، عامدانه جرم محسوب می‌شوند و در مقابل دشواری‌های کاربران در کوشش برای درک قانون‌گذاری حق مؤلف و آنچه قانونی یا غیرقانونی تلقی می‌شود، مد نظر قرار گرفت. نتیجه، کمپین‌هایی بود که به کاربران اطلاعاتی در زمینه بهترین شیوه‌ها برای یافتن و دستیابی قانونی به آثار تحت حمایت حق مؤلف اطلاعاتی می‌داد. به عنوان مثال، انجمن توزیع کنندگان تصاویر متحرک (هند) با «راهنمای تهیه‌کنندگان فیلم و برنامه‌های تلویزیونی هند»^۲ مشارکت کرد تا «ایندین مووی کاپ»^۳ را معرفی نمایند که برنامه کاربردی موبایل بود و جریان اطلاعاتی در مورد مسائل دستبرد ادبی را تسهیل می‌کرد (MPDA, 2013a).

کمپین «شاهد گرفتن پدیدآوران خلاق» نیز تاکتیک دوم مورد استفاده بود، که این بار، به اتهاماتی پاسخ گفته شد که در زمینه سودهای صنایع فرهنگی از حق مؤلف و رسیدن به اوج خود در «استار سیستم»^۴ بود که افراد زیردست از آن هیچ سودی نمی‌بردند. در کمپین‌های شاهدان، به کاربران یادآوری می‌شد که در پس ایجاد متون فرهنگی، چه شرایط دشواری نهفته است و پدیدآوران اثر باید برای این کوشش‌های

1. Federation Against Copyright Theft
3. Indian Movie Cop

2. Film and television Producers Guild of India
4. Star system

خود، پاداشی دریافت نمایند. دیگران از تعهد طرفداران به افراد محبوب خاصی استفاده می‌کردند و این‌گونه به بحث می‌پرداختند که آنها باید بخاطر کوشش خود، مورد تمجید و تحسین قرار بگیرند. سایرین به کاربران یادآور می‌شدند که رفتار غیرقانونی، جرم «بدون قربانی» نیست (و پیش از این نیز افراد محبوب و مجریان را از داشتن درآمد بیشتر محروم ساخته است) اما زندگی پدیدآوران اثر را در هر سطحی در خطر می‌اندازد؛ چه تکنیسین باشند چه طراح لباس، هنرمندان گریم و منشی‌ها. به عنوان نمونه، گروه هندی «ام. پی. ای.» این‌گونه به بحث می‌پردازد که صرفاً «محیط تعدیل‌کننده قوی» می‌تواند «از آثار ارزشمند نسل خلاق جوان محافظت کرده و کمک کند تا به نیروهای بالقوه خود دست یابند» (MPDA, 2013b). ارائه خدمات به پدیدآوران اثر به این شیوه، صنایع فرهنگی را انسانی ساخته و مانع از آن می‌شود که رفتار غیرقانونی به عنوان اعتراض به سیستم غیراخلاقی نشان داده شود. در مقابل، به اقدام شخصی و غیراخلاقی مبدل می‌شود که به افراد بی‌گناهی که صرفاً همانند خود کاربران هستند لطمه وارد نماید.

تاکتیک سوم، متوسل شدن به علاقه فردی کاربران است که در کمپین‌هایی نمود می‌یابد که حاکی از آن است که رفتار غیرقانونی، بقای صنعت را به خطر می‌اندازد اما این بار، پیامدها از دیدگاه کاربر مطرح می‌شوند: نتیجه دائلود غیرقانونی، از دست رفتن متون فرهنگی است که ارزشمند هستند. نسخه دیگری از این تاکتیک، در نسل جدید کمپین‌هایی نشان داده می‌شود که بر نقش فعال رفتار قانونی در بقای صنایع فرهنگی تأکید دارد. با استفاده قانونی از آثار تحت حمایت حق مؤلف، کاربران در فرایند تولید دخیل می‌شوند: به عنوان مثال، خرید بلیط از تبادل اقتصادی به سرمایه‌گذاری برای خود اثر تغییر شکل می‌یابد. کاربران مستقیماً به عنوان «ایجاد کنندگان» متون فرهنگی مورد خطاب قرار می‌گیرند و وفاداری آنها (که با تعهد مالی نشان داده می‌شود) آنها را به سهام‌داران فعال در کیفیت و تداوم محصول مورد علاقه خود مبدل می‌سازد.

قاب ۳-۴. هویج آبدار: همکاری و سودجویی

نمونه مناسب نسل جدید کمپین‌ها که مشوق استفاده قانونی از محصولات حق مؤلف شده است «میوزیک مَتِر»^۱ است که اقدامی جهانی است و توسط «بی.پی.آی.»^۲ و شرکا در سال ۲۰۱۰ آغاز شده است تا ارزش و اهمیت موسیقی را در زمان تعلیم مشتریان برای یافتن و لذت بردن از موسیقی دیجیتال به شکل قانونی نشان دهد (BPI, 2014). ویدئوی معرفی کمپین، بیننده را در جریان کل اظهارنامه‌های دستنویس قرارداد و تصویری را ترسیم می‌نماید که در مقابل قطعه صوتی آرامی مشخص شده است و به جای لحن مشارکتی، لحن فردی دارد. هدف از این کار، آغاز مکالمه با اعضای مخاطب است که به باور مشترک آنها در مورد ارزش موسیقی مربوط می‌شود تا این‌گونه القا نماید که کاربرد قانونی، انتخابی اخلاقی است درحالی که کاربرد غیرقانونی به این معناست که موسیقی در معرض خطر «کم ارزش شدن» قرار دارد. تمایل به تعلیم کاربران برای استفاده قانونی نه تنها در زبان مورد استفاده بلکه در معرفی نشان اعتماد «میوزیک مَتِرز»^۳ که مشتریان می‌توانند در مغازه‌های و به شکل برخی برای پیشبرد گزینه‌های انتخابی موسیقی جستجو نمایند مشهود است. همانطور که توضیحات کمپین نشان می‌دهد، «افرادی که در خلق موسیقی سهم هستند پول دریافت می‌کنند در نهایت، وقتی خلاقان اثر می‌توانند سودی از اثر دریافت نمایند، ابزاری برای ادامه فعالیت خود دارند که برای همه ما نیز حائز اهمیت است».

در نقل «میوزیک مَتِر»، هواداری به عنوان منطق ارزشمند و مهم برای ایجاد موسیقی مورد احترام است در حالیکه صرفاً به چگونگی دسترسی قانونی به موسیقی پرداخته شده و استفاده غیرقانونی نادیده گرفته شده است. راهبرد ارتباطی از اتخاذ مخاطب حمایت می‌کند و از اتهاماتی که صنعت به افرادی وارد می‌کند که برای بقای آن تلاش می‌کنند ممانعت بعمل می‌آورد. همچنین، امکان تغییر در هویت صنعت را فراهم می‌کند. به جای مجری خشن، «بی.پی.آی.» و شرکایش، کمک و اطلاعاتی را به کابرنی در نقش آموزشی ارائه می‌دهد. به نظر می‌رسد قیمت‌گذاری منصفانه در کل ساختارهای موجود صنعت رخ می‌دهد و کمپین به خوبی از پرسش درباره مشروعیت سیستم‌های تشویقی فعلی طفره می‌رود.

صنعت فیلم، رویه مشابهی را با مجموعه «لحظه‌هایی که ارزش پول دادن دارند»^۴ برای تبلیغ فیلم‌ها مورد استفاده قرار داده است که از طریق «اینداستری تراست»^۵ به منظور آگاهی از مالکیت فکری تولید شده است. «هیأت آموزش به مشتریان صنعت ویدئو، تلویزیون، و فیلم

←

1. Music Matters

4. Moments Worth Paying For

2. BPI

5. Industry Trust

3. Music Matters

بریتانیا، جهت ارتقا ارزش حق مؤلف و خلاقیت ایجاد شده است (Industry Trust, 2014). مجموعه تبلیغات اصلی که در سال ۲۰۰۹ آغاز شده احساساتی را دربر می‌گیرند که در مقابل بینندگان پخش می‌شود و نشان دهنده شوکه شدن، خنده و اشک، و لذت است. در پایان هر کدام، کاربران به Findanyfilm.com هدایت می‌شوند که وبگاهی است برای یافتن محتوای قانونی دیجیتال. مجموعه دوم «شما فیلم‌ها را می‌سازید»^۱ که متشکل از مجموعه‌ای از کلیپ‌های کوتاهی است و صحنه‌های فیلم معروف «پول را نشان بده»^۲ اثر «جری مگویر»^۳ را مسخره می‌کند. در پایان هر کدام، صدای پایانی فیلم به بیننده یادآوری می‌کند که «شما فیلم را می‌سازید، هر بار که بلیط سینما یا دیسک «بلو ری»^۴ و دی.وی.دی. می‌خرید یا دانلود می‌نمایید، حمایت شما به ما کمک می‌کند فیلم‌هایی بسازیم که دوست دارید: متشکریم» (Industry Trust, 2014).

کمپین بواسطه کلیپ‌های تبلیغی کوتاه از آثار معروف و پرفروش شامل «هانگر گیمز»^۵، «ماپست ماوست وانتد»^۶، و «آیرن من ۳»^۷ احیا شده است. «هر فیلم تبلیغی منحصر به فرد این امر نشان می‌داد که چرا فیلم ارزش پرداخت پول دارد و براساس تبلیغات، درحالی که ابزار کشف findanyfilm.com صرفاً مخاطبان را به بازی منصفانه ترغیب نمی‌کند بلکه از این امر نیز اطمینان حاصل می‌نماید که تنها یک کلیک با کاری که می‌توانند بکنند فاصله دارند- اینکه آیا کمپین را از روی صفحه نمایش، تبلت یا موبایل خود تماشا می‌کنند» (Industry Trust, 2014). یک‌بار دیگر، تأکید بر توانمندسازی مشتریان به اتخاذ تصمیم درست از طریق یاری جستن از علاقه و تحسین فیلم‌ها بود که نیروی انگیزشی برای ایجاد رفتاری قانونی به شمار می‌رفت.

افزون بر کمپین‌های مصرف‌کنندگان، صنایع فرهنگی کوشیده تا از طریق کمپین‌های آموزشی در مدارس و کالج‌ها بر هنجارهای نسخه برداری‌ها نیز تأثیرگذار باشد و به دانشجویان و دانش‌آموزان کمک کند تا اهمیت مالکیت معنوی و اقدام قانونی را درک نمایند. به عنوان مثال، «پدیدآوری: ارزش حق مؤلف»^۸، مرکز اطلاعات حق مؤلف (موسسه خیریه آموزشی تأسیس شده در ایالات متحده و توسط برخی از انجمن‌های صنایع فرهنگی) فیلم‌ها، دستورالعمل‌ها، و فعالیت‌هایی را برای معلمان،

1. Yo u Make the Movies
4. Blu-ray disc
7. Iron Man 3

2. Show me the money
5. The Hunger Games
8. Be a Creator: The Value of Copyright

3. Jerry Maguire
6. Muppets Most Wanted

دانش‌آموزان، و والدین فراهم می‌آورد تا اطلاعاتی را در مورد حق مؤلف در اختیار کودکان مدارس ابتدایی قرار دهد (CCI, 2014). چنین کمپین‌هایی به خاطر بدجلوه دادن نسخه‌برداری تولیدی و خلاق توسط کاربران مورد انتقاد قرار گرفته‌اند؛ نادیده گرفتن تاریخچه طولانی در صنایع فرهنگی (Yar, 2008) و تحمیل رویکرد نئولیبرال غربی در اثر فرهنگی و مالکیت فرهنگی (Hesmondhalgh, 2013). در مقابل، سازمان‌هایی که به دنبال سیستم آزاد حق مؤلف هستند، منابع خود را در اختیار معلمان قرار می‌دهند تا در کلاس‌ها مورد استفاده واقع شود و تعبیر غیرتجاری‌تری از قانون حق مؤلف را ارائه می‌نمایند. به عنوان مثال، «بنیاد پیشگامان الکترونیک» یک دوره کوتاه رایگان دارد به نام «آموزش حق مؤلف»^۱ که به شکل برخط قابل دسترسی است (EFF, 2014) در حالی که وبگاه «کریتو کامنز»^۲، فهرستی از منابعی با دسترسی آزاد را برای معلمان فراهم می‌آورد که می‌خواهند بدون مداخله صنایع فرهنگی، دانش‌آموزان خود را آموزش دهند (Park, 2013).

علی‌رغم تمام این کوشش‌ها، کمپین‌های ضد دستبرد ادبی تا حدودی اقدامات کاربران را تغییر داده است: میزان تسهیم فایل غیرقانونی به طور چشمگیری کاهش یافته است، و کاربران به خوانندگان منطقی و باهوش پیام‌های صنعت مبدل شده‌اند که از علائق و سود خود کاملاً آگاهی دارند (فصل ۶ را ببینید). در نتیجه، صنایع فرهنگی نیز برای تأثیرگذاری بر دستورکارهای سیاست که امیدوارند بر رفتار کاربران نیز تأثیر گذارد، کوشش می‌کنند.

۳-۵. لابی‌گری برای حمایت قانونی علی‌رغم شواهد ناکافی

با نگاهی به موضوع مورد بحث در فصل هفتم می‌توان گفت که تمام گروه‌ها، تأثیر یکسانی بر فرایند سیاست‌گذاری نداشته و صنایع فرهنگی می‌توانند از توان اقتصادی خود برا اظهار نظر در میان سیاست‌گذاران سطح بالای دولتی و در سطوح ملی و

1. Teaching Copyright

2. Creative Commons

بین‌المللی بهره‌مند شوند. علی‌رغم نبود برآوردهای مشخص در مورد تأثیر اقتصادی بخش خلاق یا نقض حق مؤلف (Gayer and Shy, 2006; Towse, 2006; Potts and Cunningham, 2008)، وسعت و اندازه صنایع فرهنگی، باعث می‌شود منابعی را برای جذب و بکارگیری متخصصان سخنرانی در دست داشته باشند تا پژوهش‌هایی انجام دهند که از دیدگاه آنها در مورد حق مؤلف حمایت کرده و انجمن‌های صنعتی را ایجاد نمایند که از طرف آنها فعالیت می‌کنند. آنها در آنچه «فریث»^۱ (۲۰۰۰: ۷۶) «سیاست قانون» می‌خواند مداخله دارند و قدرت پس‌صحنه به واسطه «امتیاز دادن دوجانبه» ارتقا می‌یابد که دولت را به تعاونی‌ها مرتبط می‌داند و برای ماموران دولتی امکان وارد شدن به نقش‌های سخنرانی و حمایت از منافع صنعت فراهم می‌آورند. همان‌طور که «سل»^۲ (۲۰۱۳: ۷۳-۴) مطرح می‌کند، این روابط نزدیک زیربنای توانایی صاحبان حقوق برای حفظ منابع آنها در مقابل سیاست دولت است.

توزیع جهانی متون فرهنگی در عصر دیجیتال، به این معناست که صنایع فرهنگی نمی‌توانند صرفاً بر سیاست ملی تکیه نمایند تا از حقوق خود محافظت کنند و کوشش‌ها برای تأثیر بر سیاست باید به هیأت‌های سیاست‌گذاری بین‌المللی منعطف شود. حقوق مالکیت فکری در حیطه سازمان قدرتمند تجارت جهانی (وتو) قرار دارد که بر ساختارهای تجارت جهانی نظارت داشته و به شدت تحت تأثیر منافع تجاری غربی و ایالات متحده است. آنها به واسطه سازمان جهانی ملک ذهنی (وایپو) مدیریت شده‌اند. در توافق ابعاد مرتبط با تجارت ملک ذهنی سال ۱۹۹۴ (تریپس) کاربرد مدل‌های غربی حق مؤلف و اجبار به اجرای آنها به شیوه‌ای که منافع صنعت فرهنگی بین‌المللی از هنجارهای قانونی یا اجتماعی و فرهنگی ملی پیشی گیرد به طور بین‌المللی رسمی شناخته شد. این امر با این فرض صورت گرفت که اعضای «وتو» باید سیاست‌های آن را اجرا نمایند (Laing, 2004; Hesmondhalgh, 2013؛ همچنین به فصل ۷ مراجعه کنید). به عنوان مثال، «تریپس» در مصوبه

1. Frith

2. Sell

حق مؤلف هزاره دیجیتال ایالات متحده (۱۹۹۸) و در دستورالعمل حق مؤلف اتحادیه اروپا در سال ۲۰۰۱ منعکس شده است، در حالی که در چین، دولت در توافقی رسمی با «وتو» در سال ۲۰۰۰ کوشش‌هایی را برای کنترل دستبرد ادبی آغاز کرد که پس از آن، شبکه گسترده‌ای از ائتلافات را در سطح کشور پدید آورد که متشکل از چین و سایر کشورهای خارجی بود که به اجرای قانون مالکیت فکری کمک می‌کردند (Franda, 2002). اجرای حق مؤلف در چین نسبت به کشورهای غربی همتای آن ضعیف‌تر بود و این تاحدودی به اندازه کشور و سیستم قانونی سیاسی شده آن مرتبط می‌شد اما در اصل، صنایع فرهنگی می‌توانند قانون‌شکنی را در کل سیستم قانونی چین بر پایه اصطلاح‌های کاملاً مشابه با انواع غربی آن تحت پیگرد قرار دهند (Beam, 2009; The Economist, 2012).

کشورهای در حال توسعه، هزینه رویکرد محافظت‌گرای بین‌المللی را برای مالکیت فکری متقبل می‌شوند که توسط صنایع فرهنگی ارتقا می‌یابد و در حالی که آنها می‌توانند مباحث هنجاری در مورد اهمیت حق مؤلف را به چالش بکشند، عدم تعادل منابع موجود و سایر فعالان اجتماع، میزان اظهار نظر آنها را محدود می‌سازند (Draho and Braithwaite, 2002; Hesmondhalgh, 2008; Dixon, 2013). افزون بر این، موقعیت آنها نسبت به محافظت مالکیت فکری می‌تواند پیچیده باشد. در حالی که احتمالاً به آزادی بیشتری در رابطه با فرهنگ دیجیتال نیاز دارند، می‌خواهند تا از دانش ذاتی و آثاری که از آنها اقلام عمومی مورد استفاده قرار می‌گیرند محافظت نمایند. این امر، خطری دائمی است که زمانی رخ می‌دهد که مدل‌های تخصیص حقوق غربی به شناسایی یک نویسنده، تهیه کننده یا صاحب اثر بستگی دارد و دانش سنتی ممکن است بدین شکل ایجاد نشود (Boateng, 2011). افزون بر این، شرایط دشوار اجتماعی و اقتصادی در کشورهای در حال توسعه احتمالاً دسترسی به موسیقی، فیلم، و سایر آثار فرهنگی را برای بسیاری از کاربران، غیرعملی و برخی مواقع غیرممکن می‌سازد (قاب ۳-۵ را ببینید).

قاب ۳-۵. حق مؤلف در آفریقای جنوبی: میراث «آپارتاید»، اقتصاد غیررسمی، و مقاومت فرهنگی

مانند سایر اقتصادهای نوظهور، نظام حق مؤلف در آفریقای جنوبی بواسطه تمایل کشور به تبدیل شدن به اقتصاد جهانی مهم‌تر شناخته می‌شود. آفریقای جنوبی، حق امضا برای معاهده‌های «تریپس» و «وایپو» دارد و قانون حق مؤلف حاکم بر آنها نشان دهنده برخی از هنجارهای بین‌المللی هستند که این توافقات به عنوان بخشی از فرایند یکسان‌سازی اعمال شده‌اند. البته، تاریخچه خاص سرکوبی آفریقای جنوبی در طول تبعیض نژادی و سطوح فعلی بالای فقر به معنای آن است که نقض قانون زیاد می‌باشد (Primo and Lloyd, 2011). در طول تبعیض نژادی، محدودیت‌هایی برای جنبش شهروندان سیاه‌پوست و فقر شدیدی که در آن زندگی می‌کردند وجود داشت که به ظهور اقتصاد محلی و غیررسمی انجامید تا نیاز به دسترسی به اطلاعات و متون رسانه‌ای را برآورده سازد. دوره پس از تبعیض نژادی در آفریقای جنوبی، در اصطلاح «آزاد» است و گستره وسیعی از متون فرهنگی و رسانه‌ها موجود می‌باشد اما اقتصاد رسانه‌ای نژادی شده هنوز وجود دارد و بواسطه تقسیمات جغرافیایی و اقتصادی بین سیاه‌پوستان و سفیدپوستان و بین مناطق مختلف مشخص می‌شود. در این فضا، اقتصاد غیررسمی همچنان وجود دارد و در حال شکوفا شدن است و نقض قانون، فعالیتی گسترده و هنجاری شده در تمام حیطه‌های حق مؤلف است (Primo and Lloyd, 2011). بسیاری از نقدهای نظام حق مؤلف آفریقای جنوبی بواسطه نیازهای توسعه کشور و درک دسترسی به اطلاعات و متون فرهنگی به عنوان حق بشر و نه تبادل تجاری به پیش می‌رود (Visser, 2006). این امر بیشتر در تعلیم و تربیت به چشم می‌خورد که در آن نسخه‌برداری از کتاب‌ها، صنعت «خاکستری» مهم و تنها راه دسترسی به دانش برای دانش‌آموزان بسیاری می‌باشد چون قیمت‌های گزاف نسخه‌های اصلی، آنها را دور از دسترس می‌سازد. از این جهت، بازار آفریقای جنوبی نشان دهنده بقیه آفریقای جنوبی است که نسخه‌برداری متون به دلایل مشابه در آن امری کاملاً رایج است (Rens et al., 2006). سایر منتقدان چنین اظهار می‌دارند که اتخاذ غیرمنتقدانه استانداردهای بین‌المللی توسط آفریقای جنوبی در قانون حق مؤلف مشخصاً به زمینه‌های فرهنگی باز می‌گردد. اهمیت مالکیت فردی را بر مالکیت جمعی فرهنگ به چالش نمی‌کشد و برای پرداختن به سیستم‌های نژادی رسانه‌ها و مالکیت فرهنگی در کشور نیز فعالیتی نمی‌کند. طرد و نپذیرفتن هنجارهای سیاست توسط مخاطبان آفریقای جنوبی در تداوم نقض قانون به چشم می‌خورد که حتی در مقابل پیام‌های صنعتی سفت و سخت که دستبرد ادبی را با دزدی برابر می‌دانند ادامه دارد. در واکنش، کارگزاران اجرای قانونی آفریقای جنوبی صرفاً در اقدام از طرف منافع بین‌المللی و یا محلی، دسترسی محدودی دارند و سیستم قانونی بسط یافته نیز موارد نقض قانون را در اولویت کاری خود قرار نداده و نقض قانون را به طور خاص و شدید مورد مجازات قرار نمی‌دهند. گردآوری دستمزدها نیز کاری بس دشوار است که دربردارنده فساد



در میان خود جوامع گردآورنده می‌شود. در نتیجه، هنرمندان محلی که باید از مزایای حقوق حق مؤلف بهره‌مند شوند سودهای بسیار محدودی دارند (Darch, 2014). همانطور که دارچ^۱ به درستی اظهار می‌دارد، زمینه فرهنگی و تاریخی پیچیده آفریقایی جنوبی به این معناست که «حوزه مالکیت فکری در آفریقای جنوبی، محیطی ناهنجار است که در آن صداهای متعددی به دنبال شنیده شدن و احیای حقوق هستند و توافق در مورد نقش اجتماعی، اقتصادی و قانونی ارکان مالکیت فکری به ندرت حاصل می‌شود» (۲۰۱۴: ۶-۲۷۵). با افزایش آگاهی در مورد اهمیت نظام‌های مالکیت فکری، این مباحث نیز افزایش می‌یابند.

ما توضیح داده ایم که چگونه نظام بین‌المللی مالکیت فکری به نفع صنایع فرهنگی است و به طور خاص در مقابل کاربران، صنایع چند ملیتی را ترجیح می‌دهند. صنایع فرهنگی، به واسطه لابی‌گری در سطوح ملی، با تمرکز بر تأثیرگذاری بر تصمیم‌های خاص سیاست، و حصول اطمینان از باقی ماندن حقوق مالکیت فکری در دستور کار دولت، رویه دیگر حمایتی را برای موقعیت خود فراهم می‌آورند. حق مؤلف توجه زیادی را به خود معطوف داشته است بدین شکل که هیأت‌های صنعتی، «درک مشترک» را در مورد خرد نظام قدیمی حق مؤلف و تطابق با معاهدات بین‌المللی ارتقا بخشیده است که مشخصاً در اظهارنامه‌ها و مستند سازی‌های سیاست منعکس شده‌اند (Cloonan, 2007; Armstrong et al., 2010). با گسترش حوزه و اصطلاح‌های حق مؤلف، صنایع فرهنگی به شدت در مسیر اهداف خود موفق بوده است. در هند، «لایحه اصلاح حق مؤلف» (۲۰۱۲) قانون حق مؤلف هندی‌ها را با چارچوب‌های «وایپو» هماهنگ ساخته است اگرچه خود هند، در معاهدات مرتبط حق امضا ندارد: اصطلاح‌های حق مؤلف را گسترش داد، از آثاری حمایت کرد که از خارج از هند نشأت گرفته بودند اما نقض قانون در هند رخ داده بود و در موارد خاصی نیز، مسؤولیت قانونی فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی را به همراه داشت (Prakash, 2012). سایر نمونه‌های بسط این اصطلاح که از لابی‌گری در صنایع فرهنگی نشأت گرفته‌اند، قانون بسط اصطلاح حق مؤلف ۱۹۹۸ در ایالات متحده، و

1. Darch

حق مؤلف و طول مدت حقوق در قانون‌گذاری در مورد اجراها در اتحادیه اروپا بوده است (برای اطلاعات بیشتر فصل هفت را ببینید). گفته می‌شود که صنایع فرهنگی، همیشه بر علائق ملی نیز غالب نمی‌شوند: علی‌رغم بسط اصطلاح‌ها، قانون حق مؤلف در کشور هند برجای ماند تا رکن محافظتی برای نیازهای خاص گروه‌هایی که بسیار متضرر شده‌اند، باشد (قاب ۳-۶ را ببینید).

قاب ۳-۶. هند: مواجهه با تعهدهای بین‌المللی، مدیریت نیازهای ملی

در طول دو دهه پیش، هند از رشد زیادی در صنایع دانش‌محور و بخش‌های سرگرمی برخوردار بوده است. این کشور با داشتن صنعت سینمایی بالیوود که مقیاس آن از هالیوود نیز فراتر رفته است، صنعت فناوری روبه رشدی داشته و محتوای دیجیتال و جایگاه‌های آن به طور فزاینده‌ای در دسترس هستند. البته، موفقیت اقتصادی کشور با این واقعیت در تضاد است که بیش از نیمی از جمعیت هند در فقر زندگی می‌کنند. در نتیجه، و مانند بسیاری از کشورهای درحال توسعه، حکومت‌های هند که به حق مؤلف می‌پردازند باید فشار برای تطابق با توافقات جهانی با نیاز به اطلاعات و دسترسی برخی از افراد بسیار محروم دنیا را تعدیل سازند. همانطور که توماس (۲۰۱۵) توصیف می‌نماید، مسأله محافظت حق مؤلف و اجرای قانون در هند از دهه ۱۹۹۰ افزایش یافته است و دولت‌های جایگزین مؤسسات و سیستم‌هایی را توسعه بخشیده‌اند که برای محافظت از حق مؤلف، با الزامات کشور به عنوان صاحب امضا و عضو سازمان تجارت جهانی مطابقت دارند. علاوه بر این، مقیاس ظاهری دستبرد ادبی در کشور باعث شده است هند توسط ایالات متحده در فهرست سیاه قرار گیرد که در مقابل فشار از طریق جوازهای تجاری «بخش ۳۰۱» آسیب پذیر باشد. در واکنش، کارگزاری‌های اجرای قانون در هند مانند «کمیته مشورتی اجرای حق مؤلف»^۱ به طور تأثیرگذاری با صنایع رسانه‌ای جهانی و هیأت‌های اجرایی حق مؤلف همکاری کرده‌اند (به عنوان مثال با «بی.اس.ای.» و «ام.پی.ای.ای.») تا از جعلی سازی، البته با تأثیر محدود، ممانعت بعمل آورند.

علی‌رغم این فشار، هند میزانی از اقتدار خود را در قانون حق مؤلف و شیوه‌های اجرای قانون حفظ کرده است. در هیچ عهدنامه مربوط به حق مؤلف «وایپو» مشارکت نکرده است و درحالی که مصوبه حق مؤلف هند در سال ۲۰۱۲ نشان دهنده مقیاس‌های لازم برای حق امضای «وایپو» هستند، دربردارنده مقیاس‌هایی نیز می‌باشند که به ویژگی‌های خاص فضای هند

←



می‌پردازد. حکومت‌های هند نیز به طور آشکار دانش را به عنوان کالایی عمومی سازماندهی کرده‌اند و به طور فعالانه‌ای از این موضع محافظت کرده است.

به عنوان مثال، توماس (۲۰۱۴) خاطرنشان ساخته است که مقیاس ناتوانی در میان جمعیت هندی به معنای آن است که حقوق آنها برای دسترسی و اطلاعات سریعاً به رسمیت شناخته شود و در مورد افراد نابینا، مصوبهٔ اصلاحات حق مؤلف سال ۲۰۱۲، دسترسی را به عنوان حق ملی مطرح کرده است (در تضاد با موقعیتی در «وایپو»، که صدور شکل‌های قابل دسترسی در حاشیه باقی می‌ماند). طرح دیجیتال‌سازی دانش قدیمی، تلاشی مشارکتی بین برخی از وزارت‌خانه‌ها و مؤسسات پژوهشی است تا شکل‌های سنتی و قدیمی دانش هندی را مانند طب «آیورودا»^۱ و یوگا، به شکل مستند و آرشیو درآورند تا آنها را از سوء استفادهٔ ذینفعان خارجی حفظ نمایند. در نهایت، سرمایه‌گذاری در نرم‌افزار رایگان و باز، به طور فزاینده‌ای اهمیت یافته است چراکه حکومت‌های هند به سیستم‌های نظارت الکترونیک مجهز شده‌اند که پاسخ‌گویی دولتی، وضوح و مشارکت شهروندان را در زندگی شهری بدون در نظر گرفتن موقعیت اقتصادی یا سلامت جسمانی، منوط به توانایی برای داشتن دسترسی و استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی می‌داند.

افزون بر لابی‌گری به شیوهٔ سنتی، صنایع فرهنگی، از فرصت‌هایی برای ارائه مشورت رسمی به دولت استفاده می‌کند که در آنها سیاست‌گذاران به دنبال کسب اطلاعات از حزب‌هایی هستند که به مباحث پیرامون توسعهٔ سیاست مالکیت فکری علاقه مندند. در اینجا، صنایع فرهنگی، با حضور متخصصانی مشارکت می‌کند و کمال استفاده را از پژوهش‌هایی می‌برند که ارزش و اعتبار حق مؤلف را نشان می‌دهند. نتیجهٔ این مشارکت‌های متفاوت با سیاست‌گذاران این است که صنایع فرهنگی از تأثیر رسمی و غیر رسمی چشم‌گیری بر فرایند سیاست‌گذاری بهره می‌برد. واقعیت این است که نظرات مخالف، همانند صاحبان حقوق اصلی، میزان دسترسی یکسانی ندارند و در نتیجه، سیاست‌گذاران تمایل دارند بدون زیر سوال

۱. آیورودا از تعالیم هندو و بودا تأثیر زیادی گرفته‌است. یکی از مفاهیمی که از این طریق به آیورودا راه یافته مفهوم «تعادل» است، که بر اساس آن مقابله با نیازهای طبیعی باعث از بین رفتن تعادل در بدن و ایجاد بیماری می‌شود (ویکی‌پدیا، <https://fa.wikipedia.org/wiki/2016/%D8%A2%DB%8C%D9%88%D8%B1%D9%88%D8%AF%D8%A7>).

بردن مباحث پیرامون ذینفعان صنعت، آنها را بپذیرند و خود سیاست نیز مشخصاً نشان دهنده علائق تجارت‌های بزرگ است و علائق کاربران و رفاه عمومی را منعکس نمی‌کند (Cloonan, 2007; Armstrong et al., 2010; Edwards et al., 2014). این وضعیت، نگران کننده است چون هم محققان و هم کنش‌گران صنعت، مرتباً در مورد منطق و کارایی چنین اجرای دقیق و هزینه بردار حق مؤلف تردید دارند. چراکه نه تنها محدودیت‌هایی را برای خلاقیت به همراه دارد بلکه چون نیازمند کوشش صنایع فرهنگی برای نظارت بر کشمکشی دائمی با کاربران و هنرمندان است که بر حفظ کنترل استفاده آنها از اثر فرهنگی تأکید دارند (Frith and Marshall, 2004; Hesmondhalgh, 2013).

گرچه خطابه‌های صنایع فرهنگی بر تخریب تأثیر اقتصادی نقض حق مؤلف تأکید دارند، در مورد تأثیرات واقعی نقض قانون بر صنایع فرهنگی چه اطلاعاتی در دست داریم؟ پاسخ این است: ما اطلاعات قطعی در دست نداریم. علی‌رغم دفاع پرانرژی صنعت از حق مؤلف، شواهد مشخصی مبنی بر این امر وجود ندارد که در واقع، باعث ارتقای تولید فرهنگی، خلاقیت و بهبود جریان‌ات درآمدی می‌شود (Yar, 2005; Towse, 2011). ادعاهای صنعت مبنی بر آسیب وارد شده به واسطه سوءاستفاده از حق مؤلف مرتباً مورد بحث قرار می‌گیرد درست همانند این فرض که بهترین شیوه برای ترغیب خلاقیت از طریق ساختارهای کنترل شده و رسمی صنعت است. در نتیجه، مباحث پیرامون حق مؤلف، ارزش و مدیریت آن همچنان ادامه دارد. غالباً نمایندگان صنایع فرهنگی در گیر در مباحث به مدل‌های سنتی حق مؤلف پایبند باقی می‌مانند و این ایده را در نظر می‌گیرند که اشتراک‌گذاری فایل به شکل غیرقانونی، شکلی از جرم محسوب می‌شود. در گزارش Digital Music Nation (BPI, 2013) این گونه به بحث می‌پردازد که داندود غیرقانونی از طریق وبگاه‌های «بیت‌تورنت»^۱ یا به اشتراک‌گذاری فایل همتا به همتا (فصل چهار را ببینید) هنوز هم

1. BitTorrent

علی‌رغم رشد چشم‌گیر کاربرد خدمات قانونی موسیقی دیجیتال، به صنعت آسیب وارد می‌کند. با دانلودهای «بیت‌تورنت» در سال ۲۰۱۲ که حدود ۳۴۵ میلیون قطعه، در مقایسه با ۲۳۹ میلیون قطعهٔ دانلود شده از طریق خدمات قانونی، بی.پی.آی. این‌گونه اظهار می‌دارد که «دانلود غیرقانونی رشد دیجیتال را در بخش‌های موسیقی و نیز سایر هنرهای خلاقانه همانند انتشار و چاپ اثر، ورزش، تلویزیون و فیلم به تعویق می‌اندازد (BPI, 2013: 26). انجمن نیز داده‌هایی را ارائه می‌کند که نشان می‌دهد به اشتراک گذارندگان غیرقانونی فایل‌ها، در طول سال، نسبت به آن دسته‌ای که موسیقی را به طور قانونی از فایل‌های موسیقی استفاده می‌کنند، زمان کمتری را صرف موسیقی می‌کنند و بحث ضد حق مؤلف را مطرح می‌نمایند (BPI, 2013: 18-19). به طور مشابه، «نت‌نیمز»^۱، که یک شرکت «محافظت از برند» بریتانیایی است، محافظت برخط از برند و مدیریت پرونده برای شرکت‌های تجاری را در قانون توجه قرار داده است و «توقف سراسری دستبرد ادبی»^۲ را در سال ۲۰۱۳ منتشر کرد. گزارش ارائه شده توسط «ان. بی. سی. یونیورسال»^۳ نقض حق مؤلف را از طریق «اکوسیستم‌های دستبرد ادبی» که «مستحکم و مداوم» هستند توصیف می‌کند (Price, 2013: 2) و تعداد زیادی از کاربران را جلب کرده و به شکل نمایی از پهنای باند استفاده می‌کند.

اظهارات مخاطبان برخط و بدون نظم خاص و غیرقابل کنترل، در ادعاهای «رغبت برخط و حریصانه برای محتوای دستبرد شده» مشهود است که «فعالیت دستبرد ادبی به خودی خود، به شرایط تغییر یافته مبدل می‌شوند و پیشروی می‌کند» (۲۰۱۳: ۷) و «دستبرد ادبی در کل اینترنت، غالب است» (۲۰۱۳: ۹۰). این گزارش این‌گونه نتیجه‌گیری می‌کند که «دنیای دستبرد ادبی» در ژانویهٔ ۲۰۱۳ برابر بود با ۴۳۲ میلیون کاربر اینترنت منحصر به فرد و نقض قانون حق مؤلف که بیش از نیمی از آنها در اروپا بودند. سیاست‌گذاران که تحت تأثیر ادعاهای صنایع فرهنگی قرار گرفته

1. NetNames

2. Sizing the Piracy Universe

3. NBCUniversal

بودند، تمایل داشتند پیام مشابهی را منتقل نمایند. در مباحث حق مؤلف، ادعاها در مورد آسیب به وجود آمده تحت تأثیر نقض قانون و محوریت حق مؤلف برای بقای صنعت از دیدگاه‌های گوناگون مورد بحث قرار می‌گیرند (Hintz and Milan, 2011; Sell, 2013; Dobusch and Schüßler, 2014). برای مثال، پروژه سیاست رسانه‌ای در مکتب اقتصادی لندن دو گزارش را منتشر کرد که به بررسی ادعاهای صنعت فرهنگی پرداخته بودند مبنی بر این که اشتراک‌گذاری فایل به درآمدها لطمه وارد می‌کند (Cammaerts and Meng, 2011; Cammaerts et al., 2013). این گزارش‌ها این ادعاها را به چالش می‌کشید که اشتراک‌گذاری فایل، باید به دلیل افت فروش محصولات موسیقی مورد مذمت قرار گیرد و این گونه به بحث پرداخته شد که توزیع گسترده تر آثار موسیقی از افزایش چشم‌گیر درآمدهای حاصل از اجراهای زنده که صنعت از آنها سود می‌برد حمایت کرده است. در مورد فیلم، آنها این گونه به بحث پرداختند که اشتراک‌گذاری فایل به توسعه سینمای دیجیتال کمک کرده است و فرصت‌های جدید توزیع را برای سازندگان مستقل فیلم فراهم آورده است (مثلاً «ودو» (vodo.net) را ملاحظه کنید که یک خدمات برخاسته از توزیع و ارتقای اثر را به واسطه پدیدآوران مستقل و با استفاده از مدل پرداخت مخاطب محور ممکن ساخته است). به طور خلاصه، و با استفاده از اطلاعات موجود در مورد موسیقی، فیلم، چاپ، و صنایع بازی، نشان دادند که گزارشات افت کلی در صنایع فرهنگی به طور گسترده‌ای مبالغه آمیز ارائه شده‌اند و نوآوری‌های جدید که به واسطه فناوری‌های دیجیتال تسهیل شده‌اند، انگیزه زیادی را برای رشد فراهم می‌آورند.

سایر سازمان‌ها، ادعاهای کلی را به چالش می‌کشند مبنی بر این که صنایع فرهنگی به عنوان مبنایی برای نظام قوی‌تر اجرایی از آن استفاده می‌کند. به عنوان مثال، «انجمن ارتباطات پیشرفته»^۱ به گردآوری و توزیع دستورالعمل‌های اطلاعاتی و اقداماتی برای کاربران اینترنت در کل دنیا می‌پردازد و «مرکز حقوق اینترنتی»^۲ را ایجاد

1. Association for Progressive Communications (APC)

2. Internet Rights Charter

کرده است که در میان سایر موارد، حق مشخصی را برای به اشتراک‌گذاری محتوا در فرایند یادگیری و ارتباط در نظر گرفته است. بهره‌های تجاری، تابع حقوق عمومی هستند: «محافظت از بهره پدیدآوران احتمالاً به شیوه‌ای مطابق با مشارکت آزاد و بیشتر در جریانات دانش فرهنگی و علمی رخ می‌دهد» (APC, 2014). در بریتانیا، کمپین «گروه حقوق آزاد»^۱ (او.آر.جی.) با نیاز صنعت برای چارچوب قوی‌تر حقوق مالکیت فکری مخالفت کرده و این‌گونه به بحث می‌پردازد که آزادی و انعطاف‌پذیری بیشتری باید در سیاست و عمل حق مؤلف لحاظ شود تا رشد اقتصادی حاصل آید: «اقتصاد خلاق به واسطه کاربرد، کاربرد مجدد، و استفاده از اطلاعات به پیش می‌رود. اعتقاد ما این است که شواهد نشان می‌دهد که حق مؤلف به خلق محیطی آماده نیاز دارد تا آن استفاده مجدد و استفاده از اطلاعات تسهیل شود» (ORG, 2011: 6). از دیدگاه او.آر.جی.، اتکای صنایع فرهنگی بر قوانین با منشأ آنها در دنیای آنالوگ، برای عصر دیجیتال بسیار سختگیرانه و دقیق است. در عوض، این‌گونه به بحث می‌پردازند که افزایش شدید خلاقیت عمومی که نشان دهنده عصر دیجیتال است، باید تقویت شده و به خودی خود ارزشمند تلقی شود. آنها «استفاده منصفانه» را نه در قالب رفتار قانونی یا غیرقانونی بلکه در تعادل علائق و بهره‌های تجاری با ارزش فرهنگی می‌دانند که از گردش آزادانه متون نشأت می‌گیرد (ORG, 2014). مباحث او.آر.جی. صنایع فرهنگی را با تعریف مجدد نقض قانون کاربران به عنوان خلاقیت به چالش می‌کشند و در نتیجه، تولید متون فرهنگی را در خارج از صنایع فرهنگی قرار می‌دهند. در همین رابطه اما با رویکردی متفاوت، «پنگ»^۲ (۲۰۰۸) به شرح رابطه پیچیده بین کالای جعلی، کالای اصلی و اصالت و ملیت در چین پرداخت. وی به تشریح این مطلب پرداخت که چگونه قرائت‌های گوناگون از «خلاقیت» که به تفاوت بین کالای اصلی و کپی عینیت می‌بخشد، این واقعیت را نادیده گرفته‌اند که محصولات جعلی «نماد افراطی علاقه وافر به اقلام» هستند

1. Open Rights Group (ORG)

2. Pang

(۲۰۰۸: ۱۳۴) و در نتیجه، از اقلام اصلی قابل مجزاسازی می‌باشند. چنین مباحثی نشان می‌دهد که در بحث نظام انعطاف‌پذیرتر حق مؤلف فعالیت‌ها نیز قدرت ظاهری صنایع فرهنگی را بر محصول و گردش فرهنگ در عصر دیجیتال به چالش می‌کشند. فصل پنجم و هفتم برخی از سازمان‌هایی را در نظر می‌گیرد که دیدگاه‌های صنایع فرهنگی را به چالش کشیده‌اند. این سازمان‌ها، خالقانی هستند که صنایع فرهنگی، نماد علائق و بهره‌مندی آنهاست.

اما شاید شدیدترین مخالفت صنعت فرهنگی با حق مؤلف از خود کاربران نشأت بگیرد. نقض قانون از بین نرفته است: اشتراک، تخلیص خلاقانه متون، نمونه‌برداری و نسخه‌برداری همگی باعث ادامه کوشش‌های صنعت برای اجرای حقوق خود با استفاده از کیفیت و شرایط متفاوت قانون‌گذاری و تعدیل می‌شود. کوشش برای جلوه دادن اشتراک‌گذاران فایل به عنوان سارقان ادبی و برخورد با آنها همانند افرادی که در فعالیت‌های آسیب‌زننده اجتماعی مشارکت دارند نتیجه معکوسی داشته و با تشویق کاربران همراه بوده است، مسأله‌ای که نه تنها موجب کاهش اشتراک‌گذاری نشده بلکه آن را افزایش نیز داده است (David, 2013; Burkart, 2014). فصل شش نیز با بررسی فعالیت‌ها و دیدگاه‌های آنان، به بررسی دقیق‌تر دیدگاه‌های کاربران می‌پردازد.

این فصل ماهیت صنایع فرهنگی را مورد بازنگری قرار داده است. نقشی که حق مؤلف در مدل‌های تجاری و رویکردهای خود برای محافظت از حقوق آنها در مقابله با بازارها، فناوری‌ها، و رفتار کاربران به سرعت در حال تغییر ایفا می‌کند. علی‌رغم گرایش نافذ شرکت‌های چندملیتی به تعیین مفاد و سیاست‌های حق مؤلف به نفع خود بدلیل برخورداری از منابع و نفوذ زیاد، موقعیت و جایگاهشان بدون مخالفت باقی نمانده است. بیشتر تردید در مورد اعتبار ادعاها از نظر اهمیت سیستم‌های حق مؤلف موجود هستند؛ آسیبی که کاربردهای غیرقانونی اثر حق مؤلف در واقع بر آنها و بر هنرمندان خواهد داشت؛ و شیوه‌هایی که آنها غیرقانونی بودن را در زمینه فعالیت‌های هرروزه و منطقی کاربران تعریف می‌نمایند. اگر سیاست

حق مؤلف ایجاد تعادل بین صنعت و علائق کاربران است، ارائه محافظت کافی برای پدیدآوران و در عین حال، تسهیل نوآوری و توسعه است. برای ما واضح به نظر می‌رسد که این دیدگاه‌های جایگزین باید در مباحث حق مؤلف در سطوح ملی و بین‌المللی جایی داشته باشند. در فصل بعدی، ما این مسأله را در نظر می‌گیریم که چگونه یک گروه ویژه از سازمان‌ها، میانجی‌هایی که صاحب و توزیع‌کننده متون فرهنگی و در مرکز این تقلا بین صنایع فرهنگی هستند و از سوی دیگر، کاربران و حامیان آنها نیز به دنبال کنترل کاربرد و توزیع آثار تحت حمایت حق مؤلف هستند.



فناوری‌ها و شرکت‌های میانجی: میانجی‌های اینترنتی چگونه درگیر گفتمان می‌شوند؟

۴-۱. مقدمه

پیش از این که صنایع فرهنگی و صاحبان حقوق از متونی که تولید می‌کردند درآمدی کسب نمایند، باید به راه‌هایی برای توزیع متون به گستره وسیعی از مخاطبان دست یابند. میانجی‌های اینترنتی، در چگونگی توزیع محتوای دیجیتال نقش مهمی دارند و بخشی از شبکه‌های کنش‌گرانی محسوب می‌شوند که زمینه تعدیل و اجرای حق مؤلف را فراهم آورده و فضایی پیچیده و اغلب تحت رقابت بین صاحبان حقوق، کارکنان خلاق و کاربران را شکل می‌دهند.

درواقع، «وایپو» نقش خود را «چالش بزرگی برای حق مؤلف در محیط دیجیتال» می‌داند (Wang and Zhu, 2003). راه خاصی برای توزیع مطالب وجود ندارد: گستردگی دنیای دیجیتال شبکه‌ای به ساز و کارهای متعدد قانونی و غیرقانونی منجر می‌شود که از طریق آنها، محتوا (که اغلب به طور هم‌زمان به عنوان کالایی دولتی و ملکی خصوصی) توزیع می‌شود و انواع گوناگون سازمان‌هایی که این جنبش را تسهیل می‌نمایند ایجاد

می شوند. سازمان توسعه و همکاری اقتصادی (او.ای.سی.دی.) میانجی‌های اینترنتی را به عنوان سازمان‌هایی تعریف می‌کند که «دسترسی، میزبانی، انتقال، و نمایه‌سازی محتوا، محصولات، و خدماتی را ممکن می‌سازد که از اشخاص ثالث اینترنت نشأت گرفته یا خدمات اینترنت محور را برای اشخاص ثالث فراهم می‌آورد» (OECD, 2010: 20). این تعریف، برای پوشش گستره وسیعی از میانجی‌ها با اهداف گوناگون تجاری و غیرتجاری، قانونی و غیرقانونی و خصوصی و دولتی وسیع است.

در مورد صنایع فرهنگی، میانجی‌ها نشان دهنده جایگاه مهمی برای کنترل اجرای حقوق هستند. اما در حالی که تمام میانجی‌ها، محتوای اینترنتی را دارا بوده، توزیع و/یا مکان‌یابی می‌کنند (Edwards, 2009)، تمام آثار تحت حمایت حق مؤلف نیست. علاوه بر حق مؤلف، میانجی‌ها می‌توانند بر حقوق انسانی ما همانند آزادی بیان، دسترسی به اطلاعات و دانش، امنیت و حریم خصوصی نیز تأثیرگذار باشند (Klang and Murray, 2005). این واقعیت است که صاحبان حقوق برای استفاده از میانجی‌ها در جهت اجرای حق مؤلف به شیوه‌ای پیچیده و مورد رقابت تلاش می‌کنند.

فعالیت در میانه علائق عمومی و خصوصی به شکل برخاط باعث می‌شود میانجی‌ها فضای مبارزه برای قانون‌گذاری را به دست آورند که در مقابل فعالان ضد حق مؤلف و صاحبان حقوق قرار می‌گیرند. در این فصل، نقش میانجی‌ها را در بحث پیرامون حق مؤلف در نظر گرفته و موقعیت‌های دشوار قانون‌گذاری فعالیت آنها را در زمان تطبیق یافتن با علائق عمومی و خصوصی، توزیع اجناس عمومی و خصوصی و محافظت و ارتقای حقوق اساسی انسانی مورد بحث قرار می‌دهیم.

۴-۲. میانجی‌های اینترنتی چه هستند و چرا مهم‌اند؟

میانجی‌ها در امور برخاط ما نقش مهمی را ایفا می‌نمایند. همان طور که «کول»^۱ شرح می‌دهد، اقدامات و ارتباطات ما، اغلب در دنیای غیر برخاط و همیشه در دنیای

1. Kohl

برخط، به واسطه اشخاص ثالث تعدیل می‌شوند (۲۰۱۲: ۱۸۶). میانجی‌ها، اهداف سیاسی، فرهنگی و اقتصادی متعددی را ایفا می‌کنند و گروهی مهم از سازمان‌هایی می‌باشند که بدون در نظر گرفتن نسبت آنها با حق مؤلف، حق خود را دارند. البته، در مباحث حق مؤلف نیز نقشی اساسی دارند چون ابزاری را فراهم می‌آورند تا به واسطه آن، آثار تحت حمایت حق مؤلف به طور قانونی و غیرقانونی توزیع شوند. میانجی‌ها برای صاحبان حقوق شرکتی نیز در مسیر یافتن بازار محصولات (چون میانجی‌ها برای کاربران امکان مکان‌یابی و دسته‌بندی محصولات فرهنگی و دسترسی به آنها، تماشای آنها، گوش کردن به آنها و خریداری آنها را فراهم می‌آورد) و دنبال کردن نقض برخط حق مؤلف که میانجی‌ها برای آنها (خواسته یا ناخواسته) حکم هادی را دارند، دارای اهمیت هستند. به عبارت دیگر، میانجی‌ها به عنوان جایگاه مهم کنترل صنایع فرهنگی برای مدیریت خطر و بازگشت در زمان تولید و توزیع متون محسوب می‌شوند (فصل بعد را ببینید).

از دیدگاه «کول» (۲۰۱۲، ۲۰۱۳) بهتر است بین انواع گوناگون میانجی‌های اینترنتی تمایز قائل شویم. اولاً، «میانجی‌های اتصال» یا فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی وجود دارند که دسترسی به اینترنت را برای ما به ارمغان می‌آورند. این میانجی‌ها به طور خاص، دارای اهمیت هستند چون شبکه‌هایی (ثابت و غیرثابت) دارند و کنترل می‌کنند که از طریق آنها، در نخستین وهله به اینترنت دسترسی داریم. دوم اینکه، «میانجی‌های مروری» متنوعی وجود دارند همانند ماشین‌های جستجو و خدمات تجمیع که به ما کمک می‌کنند تا محتوای اینترنتی مرتبط را به طور برخط مکان‌یابی نماییم. سوم اینکه، برخی شبکه‌های اجتماعی بزرگ‌تر و سایر بسترها وجود دارند که محتوا و برنامه‌های کاربردی متعدد و نیز میزبانان کوچک دیگری را دارا می‌باشند. این میانجی‌های متفاوت اینترنتی می‌توانند روابط متعددی با حق مؤلف و کاربران رسانه‌ای، صنایع فرهنگی و کارکنان خلاق داشته باشند.

همان طور که در ذیل مورد بررسی قرار خواهد گرفت، برخی از میانجی‌ها توسط صاحبان شرکتی «مشروع» در نظر گرفته می‌شوند و با آنها کار کرده و پول را به صنایع فرهنگی باز می‌گردانند. سایرین، وبگاه‌های غیرقانونی و غیرمشروع در نظر گرفته می‌شوند که ممکن است باعث نقض قانون شوند یا دست‌کم آن را تسهیل نمایند. همچنین میانجی‌هایی هم هستند که سازمان‌های برخاط همانند «بنیاد ویکی‌مدیا»^۱ (که مالک ویکی‌پدیا است) را برای ناشران عمومی و سایر موسسات عمومی فراهم می‌آورند و به فعالیت‌های جایگزین حق مؤلف و گفتمان‌های دیگر در این رابطه، و بخشی از حوزه عمومی و مشترکات مرتبط هستند که محتوای آنها به شکلی آزاد مورد استفاده قرار می‌گیرند.

با در نظر گرفتن نقش اصلی میانجی‌ها، آنها برای تعدیل استفاده از اینترنت و در نتیجه جلوگیری از نقض حق مؤلف در نظر گرفته شده‌اند. این مسأله در مورد فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی به عنوان میانجی‌های اتصال مشخص است. چون هرکاری که به شکل برخاط انجام می‌دهیم، توسط فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی تعدیل می‌شود، ابزارهای مشخصی برای کنترل تعدیلی وجود دارند. اما سایر میانجی‌های اینترنتی نیز قدرت تعدیلی بسیاری دارند به ویژه آن دسته‌ای که باعث جلب کاربران بسیاری می‌شوند. در حالی که اینترنت از نظر تاریخی، فضایی توزیع‌شده و غیر متمرکز به نظر می‌رسد، و هنوز نیز ابعاد مشخصی دارد، شاهد بروز میانجی‌های بزرگ هستیم - آنگونه که «پاساچ»^۲ (۲۰۱۳: ۸۳۳) آنها را «شبکه میانجی‌های بزرگ» خطاب می‌کند - که به دنبال تسلط بر فضای برخاط هستند و بیشتر توجه کاربران را به خود معطوف کرده‌اند. تمایلی در بازار برخاط برای متمرکزتر شدن وجود دارد درست همانند آنچه در میان صنایع فرهنگی در نظر گرفته می‌شود (McChesney, 2013). همان طور که «فریدمن»^۳ اظهار می‌دارد، در اینترنت، «چیزی که ثابت برجای مانده است، ساختار بازار «برنده همه‌چیز را می‌برد» است که

1. Wikimedia Foundation

2. Pessach

3. Freedman

نیاز به تمرکز زیاد بر سرمایه برخط و غیر برخط را نظام‌مند می‌کند» (2012a: 115). بر پایه رتبه‌بندی «الکسا»^۱ (۲۰۱۴) دربارهٔ پربازدیدترین وبسایت‌های جهان، تا ماه می ۲۰۱۴، «گوگل دات کام» (موتور جستجو) وبگاهی بوده است که بیشترین بازدید را در جهان داشته است. دومین وبگاه پربازدید، «فیس‌بوک دات کام» (وبگاه شبکهٔ اجتماعی)، «یوتیوب دات کام» (وبگاه اشتراک‌گذاری ویدیو متعلق به گوگل)، «ویکی‌پدیا» (پورتال اینترنتی و موتور جستجو)، و «باودی دات کام»^۲ (موتور جستجوی زبان چینی) بوده است. ویکی‌پدیا که دایره‌المعارف غیرتجاری اینترنتی است به شکل گروهی تولید می‌شود و ششمین وبگاه پربازدید در این لیست است. نقش تعدیلی میانجی‌ها با چشم‌اندازهای جهانی برای قانون حق‌مؤلف شکل می‌گیرند و توسط هیأت‌های تجاری بین‌المللی همانند سازمان جهانی مالکیت فکری («وایپو») و سازمان تجارت جهانی (وتو) و معاهداتی همانند توافق در مورد ابعاد مربوط به تجارت حقوق مالکیت فکری («تریپس»، اجرا شده توسط «وتو») تعیین می‌شود. آنها بر انعطاف‌پذیری صاحبان امضا در چنین توافقاتی بر پایهٔ قلمرو خود، تأثیر شگرفی دارند (برای بحث بیشتر در زمینهٔ این توافقات جهانی فصل‌های دو، سه، و هفت را ببینید). در نتیجه، مدیریت حق‌مؤلف در سیستم‌های قانونی ملی متفاوت به یکدیگر نزدیک شده‌اند. در اغلب قلمروهای قدرت، اصل کلی این است که میانجی‌ها، مسئولیت نقض حق‌مؤلف که از طریق این خدمات رخ می‌دهد برعهده ندارند. البته، همان طور که در بخش بعدی خواهیم دید، توانایی میانجی‌ها برای ادعا در زمینهٔ مصونیت، مشروط به عواملی از این قبیل است: میزان دانش در مورد محتوای انتقال یافته، میزان نظارت بر محتوا و انتقال آن، آیا محتوا، قانون حق‌مؤلف را نقض می‌کند یا خیر، آیا برای دستیابی به توزیع مطالب مورد بررسی مقاومت می‌نمایند (Edwards, 2009; OECD, 2010).

1. Alexa

2. Baudi.com

در حالی که الگوهای کلی مدیریت مسئولیت میانجی، نشان دهنده نظام «وایپو» است، کشورها باید قوانین و سیاست‌های خود را معرفی نمایند. دو مدل اصلی که الگوهای را برای بسیاری از کشورها فراهم آورده‌اند، «امریه حق مؤلف اتحادیه اروپا» (ای.سی.دی.) در سال ۲۰۰۱ و «قانون حق مؤلف هزاره دیجیتال ایالات متحده» (دی.ام.سی.آی.) در سال ۱۹۹۸ هستند. در این مصوبات، میانجی‌ها اجازه مصونیت دارند اگر «محمل صرف» باشند - یعنی محتوای شخص ثالث را بدون مداخله به هر شکلی، انتقال دهند و یا صرفاً محتوای شخص ثالث را به دست آورند. هیچ قانونی برای میانجی‌ها در جهت نظارت بر کلیه مطالبی که دارند وجود ندارد و به صورت خودکار برای نقض حق مؤلف مسئول نیستند. البته، صاحبان حقوق در صورت نقض شدن حقوق، به دنبال جبران خسارت هستند که این امر، میانجی‌ها را در معرض خطر پیگرد قانونی قرار می‌دهد البته اگر از نقض قانون آگاهی داشته باشند و در این باره اقدامی نکنند. پیگرد قانونی، در صورتی صورت نمی‌پذیرد که میانجی‌ها مشخصاً مطالب نقض کننده قوانین را در چارچوب زمانی منطقی از میان بردارند (Edwards, 2009) - که رویکرد «اخطار و حذف» نامیده می‌شود.

مدل مصونیت مشروط اتخاذ شده در «ای.سی.دی.» و «دی.ام.سی.آی.» در کل دنیا بکار گرفته شده است (Edwards, 2009). چنین قوانینی مورد بحث قرار نمی‌گیرند و بحث در مورد شیوه‌های بسط حقوق صاحبان حقوق از طریق نظارت میانجی‌ها، می‌تواند بسیار مشهود باشد. به عنوان مثال، در شیلی اصلاحات قانون مالکیت فکری در سال ۲۰۱۰ صورت گرفت و این نخستین کشوری در جنوب آمریکا بود که میانجی‌ها را تعدیل نموده و مصونیت را در صورتی جایز دانست که میانجی‌ها محتوای نقض شده را به محض دریافت حکم قانونی از میان بردارند (MacKenzie, 2010). البته، قانون برای حذف محتوای نقض شده توسط میانجی‌ها، نیازمند دستور دادگاه است بدین معنا که تصمیم‌گیری، صرفاً به شرکت‌های خصوصی واگذار نمی‌شود (قاب ۴-۱ را ببینید).

قاب ۴-۱. شیلی: قانون‌گذاری جهانی و نابرابری اجتماعی

باوجود اینکه توافقات بین‌المللی به استانداردسازی روبه رشد قانون‌گذاری مالکیت فکری در کل دنیا منجر شده است، تنوع و تغییر در فعالیت مربوط به مالکیت فکری هنوز هم ادامه دارد. بسترهای فرهنگی و اجتماعی متفاوت، واکنش‌هایی را در پی داشته‌اند که احتمالاً همیشه با واکنش‌های قانونی و قانون‌گذاری مطابقت نداشته است و برخی محیط‌ها، بحث گسترده‌تری را در زمینه قدرت شرکت‌های اینترنتی و حقوق کاربران به همراه داشته‌اند. «میلالو»^۱ و «سَداناس»^۲ (۲۰۱۴) موقعیت موجود در شیلی را که در آن ساختار اجتماعی دربردارنده نابرابری‌های شدید است به برخی از حیطه‌های مالکیت فکری مربوط دانسته‌اند: در نتیجه، حق امضای «تریپس» و «برن» شیلی «کشوری است که مؤسسات بسیار پیشرفته به ویژه در مورد حقوق مالکیت فکری دارد اما انحرافات زیادی را از هنجارهای آن تجربه کرده است» (۲۰۱۴: ۱۳۳). آنها به بررسی این مسأله پرداختند که چگونه چنین بستری از «نابرابری و انحصارطلبی پیامدهای مهمی برای دسترسی به دنیای دیجیتال و مسائل مالکیت فکری دربرداشته است» (۲۰۱۴: ۱۳۳).

با تلاش شیلی برای برآوردن الزامات «تریپس» و توافق تجاری آزاد مرتبط با ایالات متحده، «بحث عمومی شدید و طولانی مدتی در مورد محدودیت‌ها و اهداف حقوق مالکیت فکری ایجاد شده است» (۲۰۱۴: ۱۳۹) که به قوانینی منجر شد که نشان دهنده توافق قابل ملاحظه بین حامیان مالکیت فکری و افراد مخالف با تقویت مالکیت فکری بود. در سال ۲۰۱۰، شیلی قانونی را مصوب ساخت که دادگاه را ملزم می‌ساخت به فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی دستور دهد مطالب ناقض حق مؤلف را مورد بازخواست قرار دهد (و از فرایندهای اعلان و حذف که صرفاً در اختیار شرکت‌های خصوصی است جلوگیری بعمل آورد). همچنین نخستین قانون خنثی بودن نت را تصویب کردند که نظارت شرکت اینترنتی را بر دسترسی کاربر و داده‌ها محدود می‌ساخت (بیشتر بر مبنای مفهوم خنثی بودن ذیل). تصویب این دو قانون حاکی از آن بود که تمام کشورها به طور برابر نمی‌توانند نقش شرکت‌های چند ملیتی و قدرت موجود در اختیار آنها را در رقابت بر سر مالکیت فکری ایفا نمایند. همچنین میلالو و سَداناس عنوان کردند که میزان بسیار بالای دستبرد ادبی در چین به چشم می‌خورد که با توسعه کشور در تضاد است اما به سادگی با نابرابری دائمی و انحصارطلبی و حذف اجتماعی قابل توجیه می‌باشد. دستبرد ادبی می‌تواند در قالب اعطای فرصت به افراد بی‌بضاعت برای ورود به فضای عمومی در نظر گرفته شود که در غیر این صورت از آن مطرود هستند. منتقدان نظام مالکیت فکری در شیلی، توجه عموم را به فضای ساختار اجتماعی دستبرد ادبی و فشار موجود برای دسترسی آزادانه و فرهنگ رایگان جلب کرده‌اند.

حتی با وجود سیاست‌های رسمی در مورد تعدیل میانجی، حیطه‌های مبهمی برجای مانده است که دادگاه ملی باید آنها را تشریح نماید. در چین، «قانون حمایت از حقوق برای توزیع شبکه‌ای اطلاعات در چین»^۱ (۲۰۰۶) چنین است که مسئولیت میانجی در صورتی افزایش می‌یابد که میانجی‌ها در مورد نقض قانون آگاهی داشته باشند و باید در این خصوص نیز اطلاع داشته باشند. بیان تقریباً مبهمی در این مورد باقی می‌ماند که در چه شرایطی باید، اطلاعاتی در زمینه نقض قانون وجود داشته باشد. در پرونده *فدراسیون بین‌المللی صنایع فنوگرافیک*^۲ در مقابل «یاهو دات سی. ان.» در سال ۲۰۰۷، دادگاه عالی پکن دریافت که «یاهو»، که نسخه‌های نقض شده آهنگ‌های خاصی را داشته است، نه تنها مجبور به حذف آنها شده (که البته این کار را انجام داده است)، بلکه وادار شده است تا بر تمام نسخه‌هایی که از طریق شبکه‌های وی منتقل یا میزبانی شده‌اند نظارت کند (Wang, 2008). اخیراً، موتور جستجوی معروف چینی، «بایدو» بخاطر نتایج جستجو که به محتوای نقض شده اشاره دارد مسئول شده است، براین اساس که باید تمام لینک‌های مربوط به چنین محتواهایی را بر مبنایی دائمی از بین ببرد (Tao, 2012). علی‌رغم شفاف‌سازی اخیر از دادگاه‌های چینی در مورد شرایطی که میانجی‌ها باید در مورد محتوای نقض شده آگاه بوده و اقدام نمایند، این نوع تصمیم‌ها و این واقعیت که دادگاه‌های چینی همیشه در حکم‌های خود ثبات دارند (Tao, 2012) حاکی از آن است که میانجی‌ها در چین احتمالاً با مسئولیت سنگین‌تری برای نظارت بر محتوا مواجه هستند.

در سال‌های اخیر، صاحبان حقوق و دولت‌ها به طور فزاینده‌ای میانجی‌ها را فراخوانی کرده‌اند و در فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی خاص، به آنها کمک کرده‌اند تا با نقض حق مؤلف به مقابله بپردازند. اما در ترغیب میانجی‌ها برای ایفای نقش تعدیلی‌تر، سیاست‌گذاران باید ارزش‌های متعددی را ارتقا بخشند. درخواست تعدیل رفتار کابران و محدودسازی توانایی آنها برای میزبانی یا توزیع محتوا می‌تواند به

1. Chinese Regulation on Protection of the Right to Network Dissemination of Information

2. International Federation of Phonographic Industries

مقابله با نقض حق مؤلف توسط میانجی‌ها کمک نماید. حقوق اساسی انسانی همانند آزادی بیان، دسترسی به اطلاعات و دانش و حق افراد برای داشتن حریم خصوصی، می‌تواند در صورتی مورد تهدید قرار گیرد که میانجی‌ها به دنبال تعدیل فعالیت‌های برخاسته از خود در راستای علائق صاحبان حقوق باشند. در عین حال، میانجی‌ها، خود دقیقاً مشاهده‌گران غیرفعالی در این بحث محسوب نمی‌شوند و بر ایفای نقشی تعدیلی‌تر تأکید دارند. همان‌طور که در ذیل بیشتر بحث خواهیم کرد، برخی، کنش‌گران مهم شرکتی هستند. در حالی که ممکن است از گفتمان‌های حقوق انسانی کاربران و آزادی‌های آنان استفاده نمایند تا موقعیت خود را به شکل عمومی توجیه کنند، به دنبال محافظت از منفعت اقتصادی و روابط خود با کاربران به عنوان مشتریان خود نیز هستند.

۳-۴. جنگ علیه دستبرد ادبی و وبگاه‌های اشتراک‌گذاری فایل

شناسایی و اقدام قانونی در مقابل تعداد زیاد افراد مشارکت‌کننده در نقض حق مؤلف میانجی‌ها و خدمات آنها که به تسهیل نقض کمک می‌کنند، موضوع اصلی در جنگ علیه دستبرد ادبی به شمار می‌رفته است که از اوایل دهه ۲۰۰۰، توسط صاحبان حقوق اداره می‌شده است. همچنین چالش مداومی برای صاحبان حقوق و دادگاه وجود داشته است تا به تعریف آنچه دقیقاً نقض قانون است و نیز چگونگی تسهیل آن با پیدایش فناوری‌های جدید و شکل‌های گوناگون فعالیت بپردازند. بر پایه بحث «یار» (۲۰۰۵)، باید این مسأله را به یاد آورد که مفهوم «غیرقانونی بودن» به طور اجتماعی ساخته می‌شود؛ محصولی که دارای نظام قانونی موجود در هر زمانی است. وی خاطرنشان کرده است که «رشد جهانی دستبرد ادبی» می‌تواند تاحدودی به تغییر «پست‌های هدف»^۱ قانونی نسبت داده می‌شود نه هر افزایش چشمگیری در فعالیت‌های نسخه‌برداری (Yar, 2005: 686). تعریف مشخصی برای دستبرد ادبی به عنوان شکل خاصی از فعالیت وجود ندارد و همین عبارت برای اشاره به نقض مدنی

1. Goal posts

که افراد مرتکب می‌شوند (همانند تغییر به اشتراک‌گذاری فایل با دوستان و اقوام) و نقض تجاری (که در ابعاد بزرگتر رخ می‌دهد و مشخصاً سودمحور است) استفاده می‌شود. برای پیچیده‌تر کردن مطلب، میانجی‌ها اغلب کاربرد مشروع و غیرمشروع آثار تحت حمایت حق مؤلف را تسهیل می‌کنند به گونه‌ای که نقش آنها در رابطه با دستبرد ادبی، مشخص نیست.

افزون بر این، همان طور که در بالا توضیح داده شد، در حالی که مسئولیت محدود در احکام قضایی بسیاری به هنجار مبدل شده است (Sutter, 2005)، محدودیت‌ها به‌اندازه‌ای که به نظر می‌رسند مشخص نیستند: مسائل دشواری در مورد آنچه «آگاهی و دانش» در مورد محتوا را شکل می‌دهد و اینکه میانجی‌ها باید مسئولیت تصمیم‌گیری در این زمینه باشند که محتوا، حق مؤلف را نقض می‌کند یا خیر به وجود می‌آید. چنین مباحثی با توسعه فنون پیچیده برای اجرای حقوق در سال‌های اخیر توسط صنایع فرهنگی به مراتب مهم‌تر بوده و به دنبال تحمیل فشار بیشتر بر سیاست‌گذاران و میانجی‌ها برای اقدام هستند. برخی موارد قانونی مقابل نقض حق مؤلف میانجی‌ها وجود دارد که نشان دهنده اصولی حول محور مسئولیت میانجی بوده و توسعه و گسترش فناوری‌های اشتراک‌گذاری فایل را منعکس می‌کند (قاب ۴-۲ را ببینید).

قاب ۴-۲. دعاوی قضایی درباره اشتراک‌گذاری فایل

«موری»^۱ (۲۰۱۰: ۲۳۳-۵۴) به بررسی برخی از پرونده‌های قضایی مهم در رابطه با به اشتراک‌گذاری فایل پرداخته است. نخستین پرونده، «شرکت یو.ام.جی رکوردینگ»^۲ در مقابل «ام‌پی‌تری دات کام»^۳، در ایالات متحده در سال ۲۰۰۰ بود. این مورد بر محوریت خدمات اینترنتی به نام «ام‌پی‌تری دات کام» استوار بود که به دنبال ارائه راهی برای دسترسی به موسیقی خود به شکل برخلاف برای کاربران بود. «ام‌پی‌تری دات کام» موسیقی را برای سرور مرکزی بارگذاری می‌کرد و سپس، کاربران قادر بودند تا در صورتی که نسخه‌ای را داشتند به موسیقی دسترسی یابند (یا با خرید لوح فشرده از خرده فروش نماینده یا قرارداد دادن نسخه‌ای از لوح فشرده در سی دی رام). برخی از صاحبان حقوق در صنعت موسیقی، اقدامات قانونی علیه این وبگاه انجام دادند و این گونه به بحث پرداختند که اقدامات «ام‌پی‌تری دات کام» شکل دهنده نقض قانون حق مؤلف است. برای

←

1. Murray

2. UMG Recordings

3. MP3.com

دفاع از خود در مقابل این عمل، «ام‌پی‌تری دات کام» به دنبال موارد قانونی گذشته بود. به طور مشخص، این امر دربردارنده «سونی بتامکس»^۱ (شرکت سونی آمریکا در مقابل «شرکت یونیورسال سیتی استادیو») در سال ۱۰۹۴ بود که این مسأله را در نظر گرفته بود که آیا ضبط‌های ویدئو کاست سونی با در نظر گرفتن این مسأله که ممکن بود برای ضبط برنامه‌ها و در نتیجه برای نقض قانون حق مؤلف بکار گرفته شوند قانونی بوده‌اند. در آن حالت، تصمیم بر این شد که سونی برای نقض قانون حق مؤلف مسئولیتی ندارد؛ اغلب بینندگان صرفاً از دستگاه ویدئو برای ضبط برنامه‌هایی استفاده می‌کنند که می‌خواهند بعداً تماشا نمایند (فرایندی که با عنوان «تغییر زمان» شناخته شده است) و کاری است که اغلب صاحبان حقوق احتمالاً با آن مخالفتی ندارند و مشخص نیست ضبط، تأثیر اقتصادی منفی بر صنعت داشته باشد. «ام‌پی‌تری دات کام» از دفاع مشابهی برای پرونده «شرکت یو.ام.جی رکوردینگ» در مقابل «ام‌پی‌تری دات کام» استفاده کرده و این گونه به بحث پرداخت که خدمات به کاربران این امکان را می‌دهد تا «تغییر فضا» ایجاد نمایند. البته، دادگاه تصمیم گرفت که «ام‌پی‌تری دات کام» به نسخه‌برداری و توزیع خود مطالب می‌پرداخته (نه اینکه فقط دستگاهی را برای انجام این کار به فروش برساند مانند مورد سونی) و در نتیجه متهم به نقض قانون حق مؤلف بود.

به طور همزمان، هجده عضو «انجمن صنعت ضبط موسیقی آمریکا» اقدامات قانونی را علیه خدمات به اشتراک‌گذاری فایل «نپستر» آغاز کرده بودند. شرکت ای.اند.ام. رکوردینگ^۲ در مقابل شرکت «نپستر» پرونده قضایی مهم و شناخته شده بود (به فصل‌های ۳ و ۶ مراجعه نمایید). درواقع، براساس گفته موری، «پرونده «نپستر» احتمالاً شناخته‌شده‌ترین مورد جامعه اطلاعاتی تاکنون است» (۲۰۱۰:۲۳۶). «نپستر» وبگاه و شبکه موسیقی است که برای کاربران امکان به اشتراک‌گذاری فایل‌های موسیقی را فراهم می‌آورد. برخلاف «ام‌پی‌تری دات کام»، نسپر از مدل هم‌تا به هم‌تا استفاده می‌کند که در آن فایل‌ها بر روی رایانه کاربران ذخیره شده و توسط خود آنها مبادله می‌شود. چون کاربران رسانه‌ها مرتکب نقض قانون می‌شوند، پرونده «نپستر» در ظاهر مانند «سونی بتامکس» به نظر می‌رسد نه «ام‌پی‌تری دات کام». البته، «نپستر» به طور کامل تمرکززدایی نشد: «نپستر» اطلاعات مربوط به کاربران و فایل‌هایی که به اشتراک می‌گذارند ضبط می‌کند و در نتیجه، از نظر تئوری، نمی‌تواند مانع به اشتراک‌گذاری شوند. در نتیجه، «نپستر» به «معاونت و نیابت در نقض قانون حق مؤلف فدرال» متهم می‌شود (موری، ۲۰۱۰: ۲۳۸). ادعای «معاونت در نقض قانون» براساس این اتهام بود که «نپستر» از نقض قانون مطلع بود و به آن کمک می‌کرد. برای سنجش «نقض نیابتی قانون حق مؤلف» دادگاه باید در این مورد تصمیم‌گیری می‌کرد که آیا «نپستر» از نظر فنی می‌تواند از رخداد این امر جلوگیری کند و آیا از نظر مادی منفعتی دارد. دادگاه به این نتیجه دست یافت که «نپستر»

1. Sony Betamax

2. A&M Records

توانسته است از بروز نقض قانون ممانعت بعمل آورد و وبگاه در نتیجه کاربرد خود مبنی بر به اشتراک گذاری فایل های دارای حق مؤلف که سوددهنده بودند بسیار شناخته شده است. در نهایت، «نپستر» در زمان درخواست صاحبان حقوق، ملزم به حذف محتوا شد اما این امر به سختی قابل مدیریت بود و وبگاه در سال ۲۰۰۱ بسته شد. سپس، خدمات در قالب وبگاه قانونی بازگشایی شدند و امروزه به عنوان خدمات مبتنی بر آبونمان تحت نام مشابه در حال فعالیت هستند. پس از «نپستر»، برخی موارد قانونی علیه میانجی های همراه با به اشتراک گذاری همتا به همتهای فایل آغاز به فعالیت کردند (موری، ۲۰۱۰: ۲۴۱-۵۰). فناوری مورد استفاده «امپی تری دات کام» و «نپستر» بدین معنا بود که آنها ظرفیت نظارت و کنترل بر محتوایی که توزیع می کنند دارند. اما در سیستم های متعاقب همتا به همتا مانند «گراکستر»^۱ و «مرفیوس»^۲، نظارت بیشتر تمرکززدایی شده بود و کاربران فایل ها را بدون نام به اشتراک می گذاشتند. اقدام قانونی علیه «گراکستر» عرضه کننده «گراکستر» (و شبکه های «استریم کست»^۳) عرضه کننده «مرفیوس» (در ایالات متحده در سال ۲۰۰۳ توسط برخی صاحبان حقوق اتخاذ شد. «شرکت استادیوس»^۴ در مقابل «گراکستر» در ابتدا، دادگاه تصمیمی به نفع «گراکستر» و «استریم کست» گرفت با در نظر گرفتن این مسأله که ضرورتاً دانش نقض قانون را ندارند و چون برخلاف «امپی تری دات کام» و «نپستر»، نمی توانستند از بروز آن ممانعت بعمل آورند. البته، به دنبال درخواست قانونی، دادگاه عالی تصمیم اولیه را در سال ۲۰۰۵ تغییر داد. دادگاه عالی از اصل «انگیزه فعال» استفاده کرده و این گونه تصمیم گیری کرد که «گراکستر» و «استریم کست» به شکل فعالی نقض قانون حق مؤلف را ترغیب کرده اند. هر دو شرکت، خدماتی را ارائه نمودند که برای استفاده در جهت نقض قانون حق مؤلف طراحی شده بودند و هیچ مقیاس فنی را برای جلوگیری از آن ارائه نمی کردند و از نظر مالی سودمند نبودند. همانطور که «جاستیس سوتر»^۵ توضیح می دهد، «هرچه نرم افزار بیشتر مورد استفاده قرار گیرد، تبلیغات بیشتری ارسال می شود و درآمد تبلیغات بیشتر می شود» (Souter, cited in Murray, 2010: 245-6).

تمام دادگاه ها مانند مورد «استریم کست» و «گراکستر» به حکم مشابهی دست نیافتند. موری (۲۰۱۰: ۲۴۷-۸) نیز به بحث در زمینه مورد مهمی پرداخته است که در هلند در سالهای ۲۰۰۱-۲۰۰۲ رخ داده و شامل شبکه «همتابه همتا» است که «کازاآ»^۶ نامیده می شود («کازاآ» در مقابل «بومانند سترما»^۷) دادگاه هلندی در ابتدا چنین تصمیم گرفت که «کازاآ» باید مقیاس هایی برای جلوگیری از نقض قانون حق مؤلف داشته باشد که کاربران در طول استفاده از نرم افزار مرتکب آن می شوند. البته، این تصمیم، توسط «کازاآ» پذیرفته شد و بعدها تغییر کرد: دادگاه تجدیدنظر هلندی تصمیم گرفت که «کازاآ» مسؤولیت نقض قانون کاربران را برعهده

←

1. Grokster
5. Justice Souter

2. Morpheus
6. KaZaA

3. StreamCast Networks
7. BUMA & STERMA

4. MGM Studios

ندارد و این خدمات صرفاً برای نقض قانون حق مؤلف بکار نمی‌روند بلکه برای توزیع محصولاتی هستند که در قلمرو عمومی بوده و یا توزیع آنها مجاز بوده است. در تضاد با مورد «گراکستر» و «استریم‌کست» در ایالات متحده، «کازاآ» برای نقض قانون حق مؤلف مسئولیتی نداشت. البته، در طول روند قانونی، نرم‌افزار «کازاآ» به شرکت‌های تأسیس شده در استرالیا (شبکه‌های «شارمن»)^۱ فروخته شد که بدین معنا بود که فرایند قانونی به آنجا رسیده است. در مورد قانونی در سال ۲۰۰۵ (شرکت «یونیورسال اومیزیک استرالیا پتی»)^۲ در مقابل شرکت «دارنده مجوز شارمن»)، دادگاه استرالیایی این دیدگاه را اتخاذ کرد که «کازاآ» حق مؤلف را نقض کرده است. مانند مورد «استریم‌کست» و «گراکستر»، منطق زیربنایی این مسأله این بود که شرکت از نظر مالی بواسطه به اشتراک‌گذاری فایل به سود دست یافته است و انجام آن را مورد تشویق قرار داده است و هیچ مقیاس فنی برای جلوگیری از آن، بکار گرفته نشده است (Murray, 2010: 249). مورد قانونی نهایی که موری (۲۰۱۰: ۲۵۰۴) در مورد آن به بحث پرداخته است دربردارنده «دِ پایرت بی» در سوئد است (به فصل ۶ نیز مراجعه نمایید). «دِ پایرت بی» شناخته‌شده‌ترین خدمات میانجی براساس کاربرد نرم‌افزار «بیت‌تورنت» است که بواسطه تقسیم فایل‌ها به بخش‌های مختلفی که در میان کاربران به اشتراک گذاشته می‌شود امکان به اشتراک‌گذاری سریع و کارآمد را فراهم می‌آورد. برخلاف وبگاه‌های قدیمی همتا به همتا، بارگذاران متعدد مطالب حق مؤلف وجود دارند. این فرایند بواسطه شاخص‌های «بیت‌تورنت» تسهیل می‌شوند که فایل‌های «تورنت» را دنبال و فهرست‌بندی می‌کنند مانند موردی که توسط «دِ پایرت بی» ارائه شد. از سال ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۸، «دِ پایرت بی» توسط مسئولان سوئدی از نظر نقض قانون حق مؤلف مورد بررسی قرار گرفت. در نهایت، چهار فرد دخیل در این امر («گاتفرید سوارتهلم»^۳، «فردریک نایچ»^۴، «پیتر ساند»^۵، و «کارل لاندسرام»^۶) به «تشویق افراد به نقض قانون حق مؤلف» متهم شدند (Murray, 2010: 251). مدافعان این‌گونه به بحث پرداختند که «دِ پایرت بی» با میانجی‌های جستجوی دیگر که به کاربران کمک می‌کردند تا محصولات فرهنگی را بیابند تفاوتی نداشته و می‌تواند برای دسترسی به محتوای قانونی و غیرقانونی مورد استفاده قرار گیرد. البته به پیروی از اصل مشابه «انگیزه فعال» در مورد «گراکستر» و «استریم‌کست»، دادگاه به این نتیجه رسید که «دِ پایرت بی» باعث نقض قانون حق مؤلف شده و از آن سود برده است. در سال ۲۰۰۹، دادگاه سوئدی هر کدام از چهار نفر را به یک سال حبس محکوم کرده و دریافت که آنها مسئولیت صدمات چشم‌گیری را برعهده داشته‌اند. این تصمیم بازبینی شد و «دِ پایرت بی» به فعالیت‌های خود ادامه داد گرچه، همانطور که در ذیل مورد بحث قرار گرفته است، در برخی کشورها توسط فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی بسته شد.

1. Sharman Networks
3. Gottfrid Svartholm
5. Peter Sunde1

2. Universal Music Australia Pty Ltd
4. Fredrick Neij
6. Carl Lundsrom

موارد قانونی که به خدمات اشتراک‌گذاری فایل مربوط می‌شوند نشان می‌دهند که چگونه نقش میانجی‌های اینترنتی به سختی و به گونه‌ای پیچیده قابل تعدیل است. فناوری‌های جدید بدین معنا هستند که نقش‌های میانجی‌ها به طور دائمی تکامل می‌یابد و به آسانی توسط دادگاه‌ها قابل تفسیر نیستند. فناوری نمی‌تواند تحت پیگرد قانونی قرار گیرد و اگر میانجی‌ها به عنوان جایگاه تعدیل مورد استفاده قرار نگیرند دولت‌ها، شرکت‌ها، و دادگاه‌ها، باید راهی برای ارتباط سازمان‌های میانجی و نتایج خدمات خود پیدا کنند. این مسأله حتی زمانی که فناوری‌های جدید، فاصله میان آن سازمان‌ها و فعالیت‌های کاربران را افزایش می‌دهد صدق می‌کند. دانش میانجی و مزیت مالی به عنوان «پراکسی»^۱ برای این مسأله مورد استفاده قرار می‌گیرد اما همچنان مورد بحث قرار دارد. افزون بر این، تصمیم‌ها و سوابق قانونی پیشین همواره به عنوان راهنمایی برای موارد آینده بکار گرفته می‌شوند.

در حالی که موارد قانونی در مقابل میانجی‌ها، موفق بوده‌اند (قاب ۲-۴ را ببینید)، به اشتراک‌گذاری فایل همواره در مقیاس وسیع صورت گرفته است. صاحبان حقوق نیز فنون متعددی را برای پرداختن به نقض حق مؤلف اتخاذ کرده‌اند. همان طور که در فصل ۶ مورد بحث قرار گرفت، همانند مخاطب قرار دادن کاربران به واسطه هشدارها و برخی مواقع، دعاوی قانونی، صاحبان حقوق نیز به دنبال طلب کمک از فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی یا «میانجی‌های اتصال» هستند (Kohl, 2012). همان طور که از پیش مطرح شد، میانجی‌های اتصال به طور ویژه‌ای دارای اهمیت می‌باشند چون سازمان‌هایی هستند که صاحب شبکه‌هایی بوده و آنها را کنترل می‌نمایند و از طریق آنها، دسترسی به اینترنت برای ما شدنی است و سایر میانجی‌ها و برنامه‌های کاربردی نیز به آنها متکی هستند.

از این روی، صاحبان حقوق به دنبال اقدام قانونی برای مجبور کردن آنها به محدودسازی دسترسی به وبگاه‌های مرتبط با نقض حق مؤلف می‌باشند. یک نمونه،

1. Proxy

تصمیم دادگاه در بریتانیا در سال ۲۰۱۱ است که از «بریتیش تلکام»^۱، یک فراهم‌کننده مهم خدمات اینترنتی، خواست تا دسترسی به «نیوبیزتو»^۲ را محدود سازد چون متهم به نقض حق مؤلف بود (BBC, 2011). این مورد، تأثیرات مهمی برجای گذاشت. همان طور که کول توضیح می‌دهد، نتیجه مورد فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی (و احتمالاً سایر میانجی‌های اتصال) این است که به محض یافتن تشخیص این‌که شخص ثالث به نقض حق مؤلف متهم است، حکم مسدودسازی علیه آنها بدست می‌آید. بالعکس، این مورد بستر لازم برای مشارکت فعالتر فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی را در تصویب حق مؤلف در بریتانیا (موقعیتی که در بسیاری از کشورهای اتحادیه اروپا تکرار شد) فراهم آورده و نشان دهنده آغاز تصویب مؤثرتر حق مؤلف و یا دست کم تصویب جدی‌تر بر روی اینترنت بود (۲۰۱۲: ۱۹۴). درواقع، پس از مورد «نیوبیزتو»، صاحبان حقوق حق مؤلف درخواست دادند تا اقدامات مشابهی علیه سایر وبگاه‌های شامل «دِ پَایرت بَی» صورت گیرد.

شرکت‌های مالک حقوق آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف نیز به نفع سیاست‌های پاسخ‌های چندگامی و قانون‌گذاری به سخنرانی پرداختند که به موجب آن فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی باید مقیاس‌های فنی را مقابل کاربرانی استفاده می‌کردند که هشدارهای اولیه در مورد نقض حق مؤلف را نادیده می‌گرفتند. در فرانسه، قانون «هدوپی» (یا قانون ارتقا دهنده توزیع و محافظت از آثار خلاقانه در اینترنت) در سال ۲۰۰۹ تصویب شد و شامل چشم‌اندازهایی برای فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی در جهت نظارت آنها بود و به طور بالقوه، حساب‌های اینترنتی مجرمان ناقض قانون حق مؤلف را معلق ساخت. مصوبه اقتصاد دیجیتال در سال ۲۰۱۰ در بریتانیا به تصویب رسید و شامل چشم‌اندازهای مشابهی بود (مصوبه اقتصاد دیجیتال ۲۰۱۰، بخش ۱۰) (Corrigan, 2011). در ضمن، در سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۲ دو لیست طراحی شدند تا میانجی‌های مشارکت‌کننده در رسیدگی به نقض

1. British Telecom

2. Newzbin2

حق مؤلف در ایالات متحده مشخص شوند: «سوپا» و «پیپا». در سال ۲۰۱۱ در نیوزیلند، صاحبان حساب، بدون در نظر گرفتن این که آیا واقعاً حساب‌ها نقض قانون شناسایی شده را انجام داده‌اند یا خیر، مسئول حساب‌های خود بودند. در اینجا، قدرت برای مقابله با اتهام نقض قانون محدود بود و وظیفه مدعی علیه بود تا بی‌گناهی آنها را ثابت نماید نه صاحبان حقوق (با منابع بهتر و بودجه مکفی‌تر) تا کار اشتباه صورت گرفته را اثبات نمایند (Keall, 2013; Giblin, 2014). تأثیرگذاری سیاست‌های پاسخ چندگامی مشخص نیست. آنها با مقاومت قابل ملاحظه‌ای از سوی کاربران مواجه شده‌اند (فصل هفت را ببینید) و به طور فعال، با میانجی‌ها مخالف بوده‌اند. به عنوان مثال، در بریتانیا فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی به نقد مصوبه اقتصاد دیجیتال پرداختند. ارائه‌کننده خدمات اینترنتی با نام «تاک‌تاک»^۱، کمپینی را آغاز کرد به نام «دسترسی ما را قطع نکنید» که به بحث در این زمینه می‌پرداخت که قانون‌گذاری، حقوق و آزادی‌های کاربران را تهدید می‌کند و هم «بی.تی.» و «تاک‌تاک» چالش‌های قانونی متعاقب را آغاز کردند. ضمناً، میانجی‌های متفاوتی شامل «فیس‌بوک» «گوگل» در ایالات متحده، نقش مهمی در مقاومت در مقابل «سوپا» و «پیپا» ایفا کردند و در نیوزیلند، «فوروم محمل‌های ارتباطات سیار»^۲، که بزرگترین ارائه‌کننده خدمات اینترنتی کشور بود، به این اولین نهضت مخالف بازگویی قانون «سکای‌نت» پیوست (Gower, 2009).

بسیاری از میانجی‌های اینترنتی، و نه صرفاً وبگاه‌های به اشتراک‌گذاری فایل در این بخش، بر رویکرد پناهگاه امن برای مصونیت از پیگرد قانونی نقض حق مؤلف تکیه دارند. فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی، شبکه‌های اجتماعی و سایر بسترهای محتوای تولید شونده توسط کاربران، معمولاً در مقابل این فرض مقاومت می‌کنند که در مقابل محتوایی که انتقال می‌دهند، مسئولیت تعدیلی و قانونی دارند. آنها بر نقش خود به عنوان «محمل‌های صرف» یا بسترها تأکید دارند: چون آنها محتوا ا به

1. TalkTalk

2. Telecommunication Carriers Forum

شکلی طبیعی و بدون جهت‌گیری و تبعیض، توزیع می‌نمایند، این گونه بحث می‌کنند که باید مسئولیت آن را نیز بپذیرند (Gillespie, 2010). میانجی‌ها برای دفاع از موقعیت خود اغلب از گفتمان حقوق و آزادی کاربر استفاده می‌کنند و بر اهمیت آزادی بیان و اطلاعات و دسترسی به دانش و فرهنگ تأکید دارند. البته، موضع میانجی‌ها مورد بحث قرار می‌گیرد: همان‌طور که شاهد بوده‌ایم، موارد قانونی ضرورتاً میانجی‌ها را در بحث در مورد آنچه غیرقانونی هست و غیرقانونی نیست وارد می‌کند و سیاست‌گذاران و صاحبان حقوق، برای ایفای نقش تعدیل‌گرانه‌تری بر میانجی‌ها فشار بیشتری وارد می‌کند. در عین حال، تاحدودی در واکنش به این فشارها و نیز برای محافظت از علائق بازرگانی خود، میانجی‌های قانونی اینترنتی در سال‌های اخیر بیشتر با صاحبان حقوق همکاری کرده و مقیاس‌هایی را برای تقویت محافظت از حق مؤلف و درآمدزایی قابل بازگشت به صنایع فرهنگی در جایگاه مناسب خود قرار داد. از این روی، در حالی که میانجی‌ها و صاحبان حقوق، اغلب با یکدیگر در تضاد هستند، این مطلب همواره صدق نمی‌کند. درواقع، میانجی‌ها می‌توانند خود صاحبان حقوق باشند و این مسأله، تمایز و تشخیص دو نقش را دشوارتر می‌سازد.

۴-۴. بازگشت به سفارش خصوصی و منافع شخصی میانجی‌ها

در حالی که قانون، یکی از راه‌های واداشتن میانجی‌ها به تعدیل و جلوگیری از به اشتراک‌گذاری آثار تحت حمایت حق مؤلف و بدون مجوز محسوب می‌شود، راه حلی کند، زمانبر، و هزینه‌بردار برای صاحبان حقوق است. در نتیجه، در سال‌های اخیر تغییر به سمت همکاری بیشتر بین صاحبان حقوق و میانجی‌های مشروع (به ویژه فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی و بسترهای رسانه‌های اجتماعی) به عنوان شیوه مؤثرتر و سریع‌تر برای دستیابی به اهداف صاحبان حقوق وجود داشته است. توافقات خصوصی حاصله، یا منافی را به صاحبان حقوق باز می‌گردانند و/یا در

روبرویی با تصویب حق مؤلف به آنها کمک می‌کند. با توجه به گفته «بریدی»^۱، این امر را «بازگشت به سفارش‌دهی خصوصی در تصویب حق مؤلف» توصیف می‌نمایم (۲۰۱۰: ۸۱). به عنوان مثال، شکست «سوپا» و «پیپا» در سال ۲۰۱۲ (بخش بالا و فصل هفت را ببینید) باعث شد شرکت‌های رسانه‌ای تأسیس شده در ایالات متحده در توافق با فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی، مرکز اطلاعات حق مؤلف (به نشانی www.copyrightinformation.org) را به عنوان سیستمی راه اندازی نمایند که از طریق آن آثار نقض شده قابل شناسایی بودند و رایانه کاربر نیز شناسایی می‌شد و یک «هشدار حق مؤلف» توسط فراهم‌کننده خدمات اینترنتی برای ماشین ارسال می‌شد. در مورد قانون‌شکنی‌های مکرر، فراهم‌کننده خدمات اینترنتی ممکن بود دسترسی اینترنتی را نیز با اختلال مواجه سازد (BBC, 2013a).

فناوری‌های موجود که امکان «بازرسی عمیق پکت»^۲ را فراهم می‌آورند، در حمایت از این توسعه بسیار دارای اهمیت می‌باشد. بازرسی عمیق پکت برای فراهم‌کننده خدمات اینترنتی، امکان بالقوه بررسی محتوایی را فراهم می‌آورد که در این شبکه‌ها جریان دارد و در نتیجه کنترل جریان‌های داده‌ای با دقت صورت می‌گیرد. رسیدگی به نقض حق مؤلف، یکی از شیوه‌هایی است که در آن بازرسی عمیق «پکت» قابل استفاده است و راه حل فنی برای مشکل دستبرد ادبی فراهم می‌آورد. همان طور که بریدی توضیح می‌دهد، «استفاده از دی.پی.آی. (بازرسی عمیق «پکت»)، این توانایی را به فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی می‌دهد تا فرایندهای پراکنده پیشین برای نظارت، توجه و پایان را خودکار و متمرکز نماید. این فرایندها، عناصر ضروری پاسخ چندگامی هستند» (۲۰۱۰: ۱۰۵).

مدیریت ترافیک توسط فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی، بحث پیرامون «خنثی بودن شبکه»^۳ را پیش رو می‌نهد (Marsden, 2010). خنثی بودن شبکه، دربردارنده مجموعه‌ای پیچیده از مسائل است اما در مرکز خود، مسأله چگونگی مدیریت

1. Bridy

2. deep packet inspection

3. net neutrality

ترافیک اینترنتی را دارد و این که آیا فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی باید بتوانند میان جریانات داده‌ای که در شبکه‌های خود پوشش می‌دهند، تمایز قائل شوند یا خیر. فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی این گونه به بحث پرداخته‌اند که باید امکان مدیریت ترافیک اینترنت نه فقط به دلایل فنی بلکه به دلایل تجاری برای آنها فراهم آید. دغدغه موجود در اینجا، این است که ممکن است محتوا و خدمات رسانه‌ای را ترجیح دهند که صاحب آنها هستند یا به آنها منسوب است و دسترسی به محتوا و خدمات رقبا را محدود سازند (به عنوان مثال، خدمات تلفنی اینترنت ممکن است توسط شبکه‌های تلفن همراه مسدود شود، چون این خدمات، سوددهی آنها تهدید می‌کند). همان طور که پیش از این نیز ذکر شد، منافع صاحبان حقوق و میانجی‌ها، همواره واگرا از هم نیستند:

میانجی‌ها ممکن است خود صاحبان حقوق باشند و توافقات اقتصادی دوجانبه و سودمندی را با صاحبان حقوق داشته باشند. البته، هرچه فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی بیشتر به مدیریت و جستجوی سود از آن بپردازند، ادعای جنجالی آنها برای «محمل صرف»^۱ مبنی بر این که هیچ آگاهی از محتوایی که حامل آن هستند ندارند، بیشتر قابل مقابله است. بدین شکل، مصونیت آنها از مسئولیت قانونی زیر سوال می‌رود. در اصطلاح بریدی، «با ممانعت فراهم‌آوردندگان پهنای باند از مدل «اند-تو-اند»^۲ انتقال داده‌ها به نفع مدیریت ترافیک مخل یا شکل دهی ترافیک مخل، کفایت دائم آنها برای پناهگاه ایمن محمل صرف در ماده 512(a) § مورد سؤال قرار گرفته است» (۲۰۱۰: ۱۰۶).

نمونه دیگر بازگشت به سفارش خصوصی، از موتورهای جستجو نشأت می‌گیرد که به عنوان میانجی‌های مرور در وب در نظر گرفته می‌شود (Kohl, 2012). «گوگل» (با بیشترین بازدید و محبوب‌ترین موتور جستجو با حاشیه قابل ملاحظه‌ای) آدرس‌های اینترنتی را از بین برده است به گونه‌ای که در نتایج جستجو ظاهر

1. Mere conduit

2. End-to-end

نمی‌شوند. درخواست‌های حذف از صاحبان حقوق به شدت در سال‌های اخیر افزایش یافته است. در زمان نوشتن در مه ۲۰۱۴، گوگل (2014a) این‌گونه گزارش کرد که در ماه گذشته ۲۵۵۰۹۵۴۹ درخواست داشته است. مشخص نیست چه تعداد از این درخواست‌ها، توسط گوگل پاسخ داده شده‌اند اما شرکت این‌گونه توضیح می‌دهد که ۹۷ درصد نتایج مشخص شده که بین جولای و دسامبر ۲۰۱۱ دریافت کرده است حذف نموده است (Google, 2014b). در عین حال، گوگل داده‌های درخواست برای حذف را برای تطبیق الگوریتم خود با نتایج جستجو مورد استفاده قرار داده است به شکلی که وبگاه‌های مرتبط با نقض حق مؤلف نتایج جستجوی کمتری داشته و برای کاربران کمتر قابل رویت بوده‌اند در حالی که وبگاه‌های قانونی، ترجیح داده شده‌اند. همان‌طور که گوگل در پست وبلاگی در سال ۲۰۱۴ توضیح داده است، «سایت‌هایی با تعداد زیادی اعلانات حذف ممکن است کمتر در نتایج ظاهر شوند. این تغییر رتبه‌بندی باید به کاربران در یافتن وبگاه‌های مشروع، منابع با کیفیت محتوا به طور آسانتر کمک نماید- آیا این، آهنگی است که در وبگاه موسیقی «ان.پی.آر.»^۱ مورد بررسی قرار گرفته است، برنامه تلویزیونی است که در «هولو»^۲ بوده یا موسیقی جدیدی است که از «سپاتیفای» جریان می‌یابد (Google, 2012).

با در نظر گرفتن این‌که توجه صاحبان حقوق بر تأثیر اقتصادی معکوس نقض برخلاف حق مؤلف معطوف است، این واقعیت به آسانی از دست می‌رود که خدمات قانونی دیجیتال، وقتی بین صاحبان حقوق و میانجی‌ها رابطه‌ای وجود داشته باشد، هم بسیار قوی و هم بسیار سودآور خواهد بود. میانجی‌هایی که این خدمات را فراهم می‌آورند می‌توانند از موفقیت آنها همانند صنایع فرهنگی بهره‌مند شوند. درآمدهای حاصل از خدمات دیجیتال، چه از طریق آبونمان‌های برخلاف، تبلیغات یا پرداخت‌هایی به ازای هر نسخه باشند، در صنایع فرهنگی در حال افزایش هستند (Cammaerts et al., 2013). بر پایه «بی.پی.آی.» (۲۰۱۲)، درآمدهای موسیقی ضبط

1. NPR

2. Hulu

شده در بریتانیا، تا ۲/۷ درصد در یک چهارم اولیه سال ۲۰۱۲ افزایش داشت و درآمد دیجیتال، برای نخستین بار اکثریت این درآمد را (۵۵/۵ درصد) تشکیل می‌داد. همان طور که «زیترا»^۱ اظهار می‌دارد، «خطوط تنش‌زدایی برای نسخه‌برداری مستقیم ترسیم می‌شود: جذب آبونمان‌های «هرچه می‌توانید بخورید» از طریق خدماتی همانند «سپاتیفای» یا «تفلیکس» و فروشگاه‌های «پرداخت برای هر قلم» همانند «ای تیونز» (2012, n.p.) وجود داشته است. در قاب ۳-۴ برخی از این نوع خدمات دیجیتال کاملاً شناخته شده را ارائه کرده ایم.

قاب ۳-۴. میانجی‌های قانونی

میانجی‌های اینترنتی بنامی که خدمات به اشتراک‌گذاری آثار فرهنگی عبارتند از: «سپاتیفای» و «دیزر»^۲ که خدمات نمایش برخط و اشتراک‌محور موسیقی هستند که در دستگاه‌های مختلف بکار گرفته می‌شوند و از طریق آنها، کاربران می‌توانند به موسیقی مورد علاقه خود دسترسی یابند و پیشنهادهای در مورد سایر آهنگ‌های مورد علاقه خود دریافت کنند و لیست آهنگ‌های خود را با دوستانشان به اشتراک بگذارند. موفقیت خدمات نمایش برخط از این قبیل در سال ۲۰۱۳ به افزایش درآمدهای موسیقی دیجیتال در سراسر دنیا کمک شایانی کرد. (IFPI, 2014) «هولو»، «تفلیکس»، «آمازون پرایم»^۳ این خدمات برای کاربران امکان دسترسی آزاد یا اشتراک محور را به فیلم‌ها و برنامه‌های تلویزیونی فراهم می‌آورند. درحالی که «هولو»، خدماتی است که بواسطه تبلیغات حمایت می‌شود، «تفلیکس» و «آمازون» هیچ تبلیغاتی را نمایش نمی‌دهند. تمام خدمات، معاملات مجوزدهی با فراهم‌آوردندگان محتوا منعقد کرده و سهمی از درآمدها را به صاحبان حقوق باز می‌گردانند. خدمات، تجارت‌های چشمگیری هستند: «تفلیکس» در پایان سال ۲۰۱۳، ۴۴ میلیون بیننده داشت (BBC, 2014) و «آمازون پرایم» در دسامبر ۲۰۱۳، بیش از ۲۰ میلیون مشترک داشت (Yarrow, 2014) درحالی که «هولو» (که در حال حاضر تنها در ایالات متحده وجود دارد) تا همین زمان ۵ میلیون مشترک داشت و رشد درآمد قابل ملاحظه‌ای را شاهد بود (Solsman, 2013).

«آی.تیونز»: گرچه در اصل خدمات ویژه موسیقی بود که توسط «اپل» ارائه شد، امروزه برای کاربران امکان یافتن، خرید، و سازماندهی موسیقی، فیلم، برنامه‌های تلویزیونی، پادکست‌ها^۴، و کتاب‌ها را فراهم می‌آورد. این خدمات در ژوئن سال ۲۰۱۳، ۵۷۵ میلیون حساب کاربری داشت (BBC, 2013b).

1. Zittrain

2. Deezer

3. Amazon Prime

4. Podcasts

علاوه بر آبونمان‌های برخط و پرداخت‌های به ازای هر نسخه، میانجی‌ها می‌توانند با صاحبان حقوق به واسطه «پولی‌سازی» نقض حقوق آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف از طریق تبلیغات، همکاری نمایند. البته، میانجی‌های اینترنتی که به محتوای رسمی می‌پردازند ممکن است با تبلیغات خدمات برخط همانند «هولو» تأمین بودجه شوند که دسترسی رایگان به فیلم‌ها و برنامه‌های تلویزیونی را ممکن می‌سازد اما بودجه‌ای را از طریق تبلیغات و بازگشت این پول به صاحبان حقوق نیز فراهم می‌آورد. اما پولی‌سازی از طریق تبلیغات رومیزی در مورد وبگاه‌هایی رخ می‌دهد که نقض حقوق آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف ممکن است در میان کاربران به اشتراک بگذارد.

در مورد «یوتیوب» گوگل، صاحبان حقوق می‌توانند تصمیم بگیرند که محتوا را متوقف سازند یا آن را از طریق تبلیغات در زمان شناسایی نقض حقوق آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف پولی سازند؛ سیستمی که از طریق استفاده از سیستم «کانتت آی.دی.»^۱ تسهیل می‌شود (قاب ۴-۴ و شکل ۴-۱ مراجعه کنید).

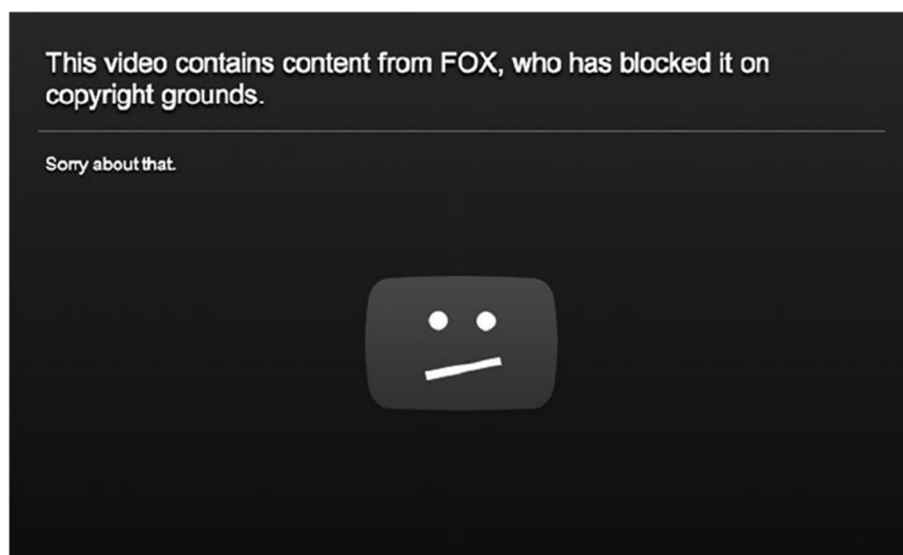
قاب ۴-۴. نظام «آی.دی.» محتوای «یوتیوب»

یوتیوب گوگل از سیستم «آی.دی.» محتوا استفاده می‌کند که با بررسی فایل‌های بارگذاری شده از نظر موارد مذکور توسط صاحبان حقوق کار می‌کند (Google, 2014c). اگر تناسبی وجود داشته باشد، یوتیوب کاری را انجام می‌دهد که صاحبان حقوق تصمیم گرفته‌اند با آن ویدئو انجام دهند. به عنوان مثال، صاحبان حقوق می‌توانند ویدئو را بلاک کرده یا بیصدا نمایند به گونه‌ای که صدای آن پخش نشود. همچنین، می‌توانند تصمیم بگیرند که ویدئو را با دریافت هزینه‌ای که تبلیغات کنار محتوا ایجاد می‌نماید، پولی کنند. افزون بر این، صاحبان حقوق می‌توانند تصمیمات متفاوتی را در زمینه کشورهای مختلف اتخاذ کنند مثلاً ویدئو را در کشوری بلاک نمایند و در سایر کشورها پولی سازند.

چنین اقداماتی از سنت قدیمی صاحبان حقوق برای حفظ حقوق خود نشأت می‌گیرد چراکه بازده تبلیغاتی از نمایندگی خاصی به دست می‌آورند. به عنوان مثال، در قرن نوزدهم منتشرکنندگان آثار موسیقی باید برای پخش موسیقی خود در سالن‌های رقص و توسط

←

نوازندگان معروف هزینه‌ای پرداخت می‌کردند و اخیراً نیز قرار گرفتن اثر در فیلم به شیوه‌ی مشابهی مورد مذاکره قرار می‌گیرد. در مطالعه‌ی اخیر بازار کانادایی، «اندرسن»^۱ و «فرنز»^۲ (۲۰۱۰) دریافته‌اند که شکل‌های متفاوت سرگرمی-موسیقی، فیلم‌ها، و تماشای اجرای زنده، به جای جایگزین ساختن همدیگر، یکدیگر را تکمیل می‌کنند و این حاکی از آن است که صاحبان حقوق می‌توانند از توزیع غیرقانونی محتوا برای ارتقای اثر فرهنگی زمانی که حقوق اثر نقض می‌شود آگاه شوند.



شکل ۴-۱

میانجی‌های اینترنتی همانند «یوتیوب» گوگل برای ارائه خود به شکل گفتمانی و متمایز از صنایع فرهنگی موجود و رسانه‌های فعلی کوشش کرده‌اند: آنها به عنوان جایگاهی دموکراتیک برای کاربران و ابراز نظر آنها شناخته شده‌اند و کاربران در آنها صرفاً مصرف‌کننده غیرفعال رسانه‌های جمعی نیستند. با این وجود، «گیلسپی»^۳ این گونه اظهار می‌دارد که «از همان اوایل، «یوتیوب» به شکل فعالی به دنبال شرکای راهبردی از شرکت‌های رسانه‌ای حرفه‌ای بود تا محتوای رسانه‌های بازرگانی را نیز همراه با مطالب دریافتی از سوی کاربران در خود بگنجانند. گرچه رسانه‌های

1. Andersen 2. Frenz 3. Gillespie

بازرگانی هنوز بخشی کوچک از کل محتوای آن را تشکیل می‌دهند، در لیست‌های بیشترین بازدید و محبوب‌ترین بازدیدها قرار دارند به ویژه در بخش‌های فیلم‌های موسیقی از مهم‌ترین هنرمندان قرار می‌گیرند» (۲۰۱۰: ۳۵۳). درواقع، میانجی‌هایی همانند «یوتیوب» با در نظر گرفتن تسلط آنها بر توزیع محتوا، در موضع بسیار قوی در مقابل صاحبان حقوق قرار دارند. همان طور که در بالا ذکر شد، پاساچ (۲۰۱۳) به شرکت‌هایی همانند گوگل و فیس‌بوک به عنوان «میانجی‌های شبکه‌ای مگا» اشاره کرده است. علی‌رغم صاحبان حقوق سازمانی، موضع این شرکت‌ها بر پایه مالکیت حقوق به عنوان عامل تعیین‌کننده توجه مخاطب نیست. تعداد بالای کاربرانی که موفق شده‌اند جلب نمایند (همراه با دانش آنها در مورد کاربران که از طریق داده‌های گردآوری شده بدست می‌آید) برای آنها امکان دارا بودن جایگاه‌های قدرت تبلیغاتی را فراهم می‌آورد. همان طور که پاساچ توضیح می‌دهد، «گرچه این میانجی‌ها ضرورتاً، درآمدهای مستقیمی از فروش آثار تحت حمایت حق مؤلف کسب نمی‌کنند، نقش‌هایی را مشابه با نقش‌های رسانه‌های شرکتی سنتی ایفا می‌کنند از این نظر که در توزیع نقش محوری دارند و با توجه مخاطب و به طور ضمنی بر تولید فرهنگی نظارت دارند» (۲۰۱۳: ۸۳۸).

«ابر»^۱ و حرکت به سوی ابزارهای قابل کنترل، شیوه‌های دیگری را برای تمرین سفارش خصوصی برای حق مؤلف در اختیار شرکت‌ها قرار می‌دهد. همان طور که «زیتین» (2009a) مطرح می‌سازد، شرکت‌هایی که بر داده‌ها و نرم‌افزارها در «ابر» تسلط دارند، با حرکت ما از کاربرد رایانه‌های نامحدود به ابزارهای محدودتر، قابل کنترل و مهارشده همانند کنسول‌های بازی، تلفن‌های هوشمند و تلویزیونهای متصل به اینترنت به طور خاصی اهمیت می‌یابند. تغییر به سمت ابزارهای مهارشده برای شرکت‌ها امکان کنترل بیشتر بر حق مؤلف را فراهم می‌آورد چون محتوا در سرورهای دور قرار می‌گیرد نه ابزارهای شخصی ما یا بدین علت که شرکت می‌تواند روی ابزار

1. Cloud

از دور نیز کنترل داشته باشد. همان طور که زیرترین توضیح می‌دهد، «هر ابزاری که به ابر، مهارشده است، می‌تواند محتوای خود را در ازای درخواست ناشر، نویسنده یا سوژهٔ عصبانی تغییر دهد» (۲۰۱۳). نمونه‌ای که در سال ۲۰۰۹ رخ داد زمانی بود که آمازون نسخه‌های ۱۹۸۴ «جورج اورول»^۱ را از ابزارهای «کیندل» از راه دور حذف کرد. هر نسخهٔ «کیندل ۱۹۸۴» برای خرید شخص ثالث آماده شد اما توزیع کتاب توسط صاحبان حقوق تأیید نشد. در جنبش کلاسیک «برادر بزرگ»^۲، آمازون با حذف از راه دور کتاب از «کیندل» افرادی که کتاب را خریداری کرده بودند واکنش نشان داد که باعث بهت و حیرت کاربران شده بود. شرکت به خاطر این اقدام عذرخواهی کرد اما این رخداد، نشان دهندهٔ کنترلی بود که از طریق ابزارهای مهارشده اعمال شده بود. زاترین می‌گوید: «اورول باید سرگرم و حیرت زده شده باشد» (2009b).

۴-۵. میانجی‌ها و دیگر ارزش‌های مهم

همان طور که در مقدمه گفتیم، میانجی‌های اینترنتی صرفاً ساز و کاری نیستند که از طریق آنها محصولات فرهنگی بین صنایع فرهنگی و مخاطبان آنها تبادل می‌شوند. میانجی‌ها برای چگونگی ارتباط ما با یکدیگر و زندگی ما به عنوان شهروندان و مصرف‌کنندگان دارای اهمیت هستند. آن دسته از میانجی‌هایی که خدمات اینترنتی را برای ما فراهم می‌کنند برای مشارکت ما در دنیای اجتماعی و زندگی عمومی همانند خدمات پست، تلویزیونی و تلفنی دارای اهمیت هستند. محدودیت گذاشتن برای نقش میانجی‌ها، به هر دلیلی باید تأثیر بالقوهٔ حق ما برای آزادی بیان و دسترسی ما به اطلاعات، فرهنگ و دانش را به رسمیت بشناسد. سیاست‌گذاران باید بین علائق عمومی در آزادی بیان و دسترسی به اطلاعات و علائق خصوصی شرکت‌های همانند صاحبان حقوق تعادل ایجاد کنند.

افزون بر این، چون میانجی‌ها قلمروهای عمومی و خصوصی را به یکدیگر مرتبط می‌سازند، تعدیل و قانون‌گذاری میانجی‌ها می‌تواند کاربردهایی برای حریم

1. George Orwell

2. Big Brother

خصوصی داشته باشد. مداخله میانجی‌ها برای پیش‌گیری از نقض حق مؤلف نیز در هنگام دسترسی به اطلاعات خصوصی پیش‌بینی می‌شود که در مقابل می‌تواند حق ما برای داشتن حریم خصوصی را تهدید کند (Edwards, 2009). در اغلب شرایط، پلیس برای ورود به خانه‌های ما و ممانعت از انجام فعالیتی خاص، نیاز به مجوز دارد. در مقابل، علائم نقض قانون از نوعی که در نظام‌های پاسخ چندگامی یافت می‌شود، نه تنها باید بر پایه اتهام باشد بلکه باید پیش از هر اقدامی برای شناسایی دستگاه، موقعیت مکانی و حساب کاربری فراهم‌کننده خدمات اینترنتی آن، شواهدی برای اثبات اقدام اشتباه وجود داشته باشد. دسترسی به وبگاه‌ها می‌تواند مسدود شود و به طور مؤثر محدودیت‌هایی را برای فعالیت کاربر اعمال نماید بدون این که نیاز به ارائه شواهدی مبنی بر اقدام اشتباه وجود داشته باشد. چنین مسائلی زمانی اهمیت دوچندان می‌یابند که میانجی‌ها، در مورد نقض قانون ممکن، در صورتی که صاحبان حقوق مسیر خود را در پیش گیرند مکرراً به عنوان قاضی و هیأت منصفه عمل کنند و پیش از اثبات رفتار غیرقانونی و آسیب، مجازاتی را برای آن تعیین نمایند (Moss, 2011; De Nardis, 2012). آنها به بررسی صحت ادعاهای نقض قانون نیاز ندارند و هزینه‌های نظارت بر نقض قانون باید در نهایت از عهده کاربران و میانجی‌ها برداشته شده و بر عهده صاحبان حقوق قرار داده شود (De Nardis, 2012). درواقع، نظام فعلی حق مؤلف باعث شده است فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی «خودسانسوری» نمایند و اقدامات صاحبان حقوق با بستن وبگاه‌هایی که به دنبال اعلان صاحبان حقوق، خطر احتمالی نقض قانون در آنها وجود دارد صورت می‌پذیرد حتی زمانی که خود نقض قانون غیرمحتمل است (Edwards, 2009: 12). با در نظر گرفتن این که فرایندهای تصمیم‌گیری و سیستم‌های فناوری که این اقدامات را تسهیل می‌نمایند، فراتر از دیدگاه عموم می‌رود، باعث می‌شوند میانجی‌ها در آنچه تهدید چشم‌گیری برای منافع عموم محسوب می‌شود، دخیل گردد.

ارزش خلاقیت و دسترسی به فرهنگ و دانش باید به واسطه قانون به رسمیت شناخته شود و در مقابل تأثیر کنترل میانجی بر محتوا و بر تنوع زندگی خلاق در هر

جامعه‌ای مورد بررسی قرار گیرد. نسخه‌برداری و استفاده مجدد از مطالب، در توسعه فرهنگی به شکلی طبیعی و ذاتی وجود دارد. همان طور که «پانگ»^۱ (۲۰۰۸) توضیح می‌دهد، بازار، و نه کاربران آثار اصلی را شاخه‌بندی می‌کنند. «لسینگ» چنین اظهار می‌دارد که نظام حق مؤلف آزادانه‌تری باید زمینه‌ای را برای خلاقیت کاربران و فرهنگ «برداشتن و چسباندن»^۲ عصر دیجیتال فراهم آورد. وی خاطرنشان ساخته است که «جامعه‌ای که از آرمان‌های فرهنگ آزاد حمایت می‌کند، باید دقیقاً فرصت برای خلاقیت جدید را در جهت تهدید خلاقیت قدیمی حفظ نماید» (Lessig, 2004a: 119). این تعادل بین آزاد بودن در مقابل نوآوری و حفاظت از اثر خلاقانه است که باید دادگاه‌ها در زمان بررسی چگونگی تعدیل فعالیت‌های میانجی در نظر بگیرد.

میانجی‌هایی از پیش وجود دارند که به دنبال تسهیل دسترسی و استفاده مجدد از محتوا بوده و به ارتقای آنچه «ماندوک»^۳ «مشترکات دیجیتال»^۴ می‌نامد کمک می‌کنند (Murdock, 2004, 2014). ناشران خدمات عمومی و سایر مؤسسات دولتی به دنبال توسعه سیستم‌هایی هستند که باعث می‌شود مطالب برای عموم قابل دسترسی شده و به گردش عمومی فرهنگ و دانش منجر می‌شود. در تحصیلات تکمیلی، انتشار «دسترسی آزاد» در زمانی که پژوهش‌ها در جایگاهی نامحدود و مطابق با مجوزهای «کرییتیو کامنز» (به ذیل مراجعه کنید) برای عموم دسترس پذیر می‌شود نه از طریق مجله‌های دارای آبونمان و محدود، آن جایگاه در میان دانشگاهیان و هیأت‌های تأمین بودجه، محبوبیت و مقبولیت می‌یابد. به طور هم‌زمان، کتابخانه‌ها و موزه‌های عمومی اخیراً به دیجیتالی کردن مجموعه‌ها و آرشیوها می‌پردازد تا از این امر اطمینان حاصل شود که برای هر کسی دسترسی در آینده و حال شدنی شود (Murdock, 2014). «اروپایا» (Europeana.eu) کتابخانه بزرگی از محصولات فرهنگی دیجیتالی شده در کل اروپا گردآوری کرده‌اند که بسیاری از آنها، در قلمرو عمومی قرار می‌گیرند. البته، راحتی آرشیو می‌تواند با توجه به واسطه، متغیر باشد. در ایالات متحده، مطالب چاپ شده ممکن است سریعاً تحت عنوان «کاربرد منصفانه»

1. Pang

2. Cut and paste

3. Murdock

4. Digital commons

آرشیوبندی می‌شوند اما نه فیلم و نه برنامه‌های تلویزیونی همواره در دسترس نیستند. به استثنای آثار «یومیه»^۱ که هرگز تحت حمایت حق مؤلف نیستند (به <http://archive.org/details/ephemera> مراجعه کنید)، تمایل دارند تحت کنترل صاحبان حقوق بوده و در آرشیوهای خصوصی حفظ شوند نه در آرشیوهای عمومی، البته اگر حفظ شوند (Lessig, 2004a).

در حالی که تجاری‌سازی اینترنت واقعیت است، اهمیت گردش آزادانه و رایگان دانش و اطلاعات نیز برای توسعه اولیه آن ضرورت دارد (McChesney, 2013). درواقع، فلسفه دانش به اشتراک گذاشته شده، در بسیاری از ابعاد موجود است. دایره‌المعارف اینترنتی ویکی‌پدیا یکی از نمونه‌ها تلقی می‌شود. همان طور که در بالا ذکر شد، ویکی‌پدیا در میان محبوب‌ترین وبگاه‌های اینترنتی است و با این وجود بر پایه کمک‌های داوطلبانه کاربران و مطالبی است که آزادانه برای سایرین فراهم می‌شوند. طرفداران مشترکات دیجیتال این گونه به بحث می‌پردازند که این فضاها باید مورد محافظت قرار گیرند و منافع صاحبان حقوق نباید توسعه دانش و خلاقیت عمومی را ارجحیت دهند. رویکردهای سنتی برای حق مؤلف امکان این امر را فراهم می‌آورد و رویکردها و مجوزهای جایگزین، پیدایش یافته‌اند (Berry, 2008). «بنیاد نرم‌افزارهای رایگان» توسط «ریچارد استالمن»^۲ و پیدایش جنبش نرم‌افزاری متن باز، به طور خاص دارای اهمیت است. همچنین سازمان «کریتو کامنز» و مجموعه‌ای از مجوزها وجود دارد؛ سیستمی که صدها سازمان در کل دنیا به عنوان شیوه‌های مدیریت حق مؤلف به شکلی مستقل و سهل الوصول بکار می‌گیرند. «کریتو کامنز» «فراساختار قانونی و فنی را توسعه داده، حمایت و نظارت می‌کند که خلاقیت، اشتراک‌گذاری، و نوآوری دیجیتال را به حداکثر می‌رساند» (Creative Commons, 2014). صاحبان مجوز «کریتو کامنز» می‌تواند امکان کاربردهای خاص (به عنوان مثال، کاربردهای غیرانتفاعی) را فراهم آورد در حالی که سایرین را محدود

1. Ephemeral

2. Richard Stallman

می‌سازد (مثلاً کاربرد بازرگانی) یا می‌تواند اثر خود را رسماً در میان مشترکات قرار دهد (قاب ۴-۵ را ببینید). نویسنده، و نه میانجی‌ها یا شرکت‌های صاحب حقوق آثار تحت حمایت قانون حق‌مؤلف خودشان دربارهٔ چگونگی استفاده از اثرشان تصمیم می‌گیرند.

قاب ۴-۵. مجوزهای «کریئو کامنز»

چندین مجوز «کریئو کامنز» وجود دارد: Attribution (CC BY): «این مجوز، به دیگران اجازهٔ توزیع، ترکیب مجدد، تنظیم، و استفاده از اثر را حتی به شکل تجاری ارائه می‌دهد تا زمانی که شما خالق اثر اصلی شناخته شوید» (Creative Commons, 2014).

Attribution-NoDerivs (CC BY-ND): «این مجوز امکان توزیع مجدد، به شکل تجاری و غیرتجاری را تا زمانی فراهم می‌آورد که اثر، بدون تغییر و به طور کل، منسوب به شما باقی بماند» (Creative Commons, 2014).

Attribution-NonCommercial-ShareAlike (CC BY-NC-SA): «این مجوز به سایر افراد اجازه می‌دهد تا به ترکیب مجدد، تنظیم، و استفاده از اثر شما به شکل غیرتجاری بپردازند تا زمانی که اثر منسوب به شما باقی بماند و آثار خلق شدهٔ جدید آنها را تحت قوانین مشابه تحت پوشش مجوز قرار می‌دهد» (Creative Commons, 2014).

Attribution-SahreAlike (CC BY-SA): «این مجوز، امکان ترکیب مجدد، تنظیم، و استفاده از اثر شما را برای اهداف تجاری نیز تا زمانی مجاز می‌داند که به شما منسوب بوده و آثار خلق شدهٔ جدید، تحت پوشش قوانین مشابه تحت پوشش مجوز قرار می‌گیرند» (Creative Commons, 2014).

Attribution-NonCommercial (CC BY-NC): «این مجوز به سایرین این امکان را می‌دهد که به شکل غیرتجاری اثر شما را مجدداً ترکیب، تنظیم و استفاده نمایند و اگرچه آثار جدید آنها نیز شما را می‌پذیرند و غیرتجاری هستند، اثر حاصله تحت قوانین مشابهی تحت پوشش مجوز قرار نمی‌گیرد» (Creative Commons, ۲۰۱۴).

Attribution-NonCommercial-NoDerivs (CC BY-NC-ND): «این مجوز، محدودترین مجوز است که صرفاً به سایرین اجازه می‌دهد آثار شما را دانلود کرده و با بقیه به اشتراک بگذارند البته تا زمانی که به شما منسوب باشد اما آنها را به هیچ شکلی تغییر نمی‌دهد و از آنها استفادهٔ تجاری نمی‌کند» (Creative Commons, 2014).

«کپی‌لفت»^۱، عامل کلیدی است اما بعد جنجال برانگیز نرم‌افزار رایگان و منبع باز و مجوزهای «کریتیو کامنز» است. قرار دادن اجناس در قلمرو عمومی برای سایرین این امکان را فراهم می‌آورد تا آنها را تطبیق داده و نسبت به آنها اظهار حق نماید. «کپی‌لفت» (با حفظ تمام حقوق) از این امر ممانعت بعمل می‌آورد و مستلزم آن است که کل آثار آتی بر پایه اثر اصلی با قوانین مشابهی توسط سایر کاربران به اشتراک گذاشته شود و از این امر اطمینان حاصل شود که اثر بخشی از مشترکان دیجیتال را شکل می‌دهد و همواره به شکل رایگان در اختیار سایرین قرار می‌گیرد. بدین شکل، «کپی‌لفت» از قانون حق مؤلف استفاده می‌کند. «جی.ان.یو. مجوز عموم مردم»^۲ (که توسط «بنیاد نرم‌افزار رایگان» و «ستالمن»^۳ طراحی شده و توسعه یافته است) «کپی‌لفت» است، همانند «مجوز به اشتراک‌گذاری مشابه کریتیو کامنز» اما «کریتیو کامنز» و مجوزهای منبع باز بدون الزامات «کپی‌لفت» نیز وجود دارند (برای مثال، «بی.اس.دی. یونیکس»^۴، که صرفاً مستلزم انتساب است). اکثریت متون ویکی‌پدیا و بسیاری از تصاویرش با استفاده از «مجوز انتساب کریتیو کامنز» (CC-BY-SA) و «مجوز سندآرایی رایگان جی.ان.یو.»^۵ در دسترس می‌شوند (Wikipedia, 2014). همان‌طور که در بالا ذکر شد، آثار روبه افزایش دانشگاهی با استفاده از مجوزهای «کریتیو کامنز» و به دنبال توسعه سیاست‌های «دسترسی آزاد» در اختیار کاربران قرار می‌گیرند. این نمونه‌ها نشان دهنده آن است که برخی میانجی‌ها می‌توانند با استفاده از چارچوب‌ها و اصول جایگزین برای به اشتراک‌گذاری محتوا، به تقویت مشترکات دیجیتال کمک کنند. به طور همزمان، باید این مسأله مشخص شود که چگونه مشترکات و تجارت خصوصی در اینترنت، اغلب به هم مرتبط هستند. میانجی‌های بازرگانی به واسطه شناسایی اثر کاربران به عنوان فرصت بازاریابی، و یا با استفاده از محتوای نرم‌افزارهای متن باز به عنوان مبنای توسعه اثر مالکانه یا کسب سود از آن به شیوه‌های دیگر در گزینش مشترک و کالاسازی اصول همکاری منابع آزاد، مهارت

1. Copyleft
3. Stallman

2. GNU General Public License
4. BSD unix

5. GNU Free Documentation License (GFDL)

می‌یابند (Freedman, 2012b). چنین رویکردی مطابق با الگوی شناخته شده بسط سرمایه است که شرکت‌ها از منابع به شیوه‌ای بسیار مقتصدانه استفاده می‌کنند تا سودهای خود را به حداکثر برسانند (McChesney, 2013). درواقع، راهبردهای شرکتی قوی‌ترین شرکت‌های اینترنتی همانند «گوگل» و «فیس‌بوک»، سستی هستند و بیش از همکار، رقابت طلب هستند و منابع تجاری آنها را به پیش می‌رانند نه منافع عامه (Freedman, 2012b).

در حالی که میانجی‌ها ممکن است خود را به عنوان مدافعان حقوقی همانند آزادی بیان و دسترسی به دانش معرفی نمایند، ارزش‌ها و منابع میانجی‌های خصوصی ضرورتاً با ارزش‌ها و منابع هر یک از صاحبان حقوق مطابقت ندارند. به عنوان مثال، موردادک (۲۰۱۴) چگونگی عدم هم‌گرایی منافع شرکت‌های دولتی و خصوصی را در پروژه‌های دیجیتال‌سازی عمده توصیف می‌کند. وی این‌گونه می‌نویسد که پروژه «گوگل بوک»^۱ که در آن «گوگل»، مجموعه‌هایی از برخی از کتابخانه‌های اروپایی را شامل «بودلیان»^۲ در دانشگاه «آکسفورد» دیجیتالی کرد، مشکلات بالقوه‌ای را به وجود آورد. شیوه‌ای که فرایند سازماندهی می‌شود، باعث شده اجتماع کتابخانه حرفه‌ای به ویژه از نظر شمول از پیش تعیین شده آثار بی‌نام و نشان دچار مشکل شود. همچنین، مزیت پیشگامی «گوگل»، در دیجیتال‌سازی مجموعه‌های مهم عمومی، انحصاری ضمنی برایش به ارمغان آورده است (Murdock, 2014: 159).

با تفکر در مورد حق مؤلف دیجیتال در دنیای امروزه، باید میزانی را که میانجی‌های بزرگ و خصوصی، کنش‌گران قوی و اصلی بحث هستند بپذیریم. در این فصل، به بحث در مورد نقش محوری میانجی‌ها در بحث در مورد حق مؤلف دیجیتال پرداختیم. همچنین در مورد زمان، مکان و چگونگی نقض حق مؤلف به بحث و بررسی پرداختیم. با ارائه ابزاری برای گردش محصولات فرهنگی، میانجی‌ها کنش‌گران مهمی در توسعه قانون‌گذاری حق مؤلف محسوب می‌شوند. گرچه

1. Google Book

2. Bodleian

میانجی‌ها، کانال‌های بی‌بهره هستند، در بحث در زمینه چگونگی تعادل میان منافع عمومی و خصوصی در عصر دیجیتال بسیار دارای اهمیت محسوب می‌شوند و اقدامات آنها نیز تأثیر مشخص و مهمی بر شیوه‌هایی دارند که افراد در فعالیت‌های ارتباط، بازی، اشتراک‌گذاری و ایجاد از آثار تحت حمایت حق مؤلف استفاده می‌کنند. در کنار صنایع فرهنگی، میانجی‌های اینترنتی در تعیین فرصت‌های تولید و توزیع موجود برای پدیدآوران آثار تحت حمایت حق مؤلف مفید واقع می‌شوند در حالی که فعالیت‌های تعدیلی شرکت‌های بزرگ، به طور مشابه برای صنایع فرهنگی و میانجی‌ها، اغلب در قالب حمایت و محافظت از پدیدآوران اثر توصیف می‌شوند، موضع پدیدآوران اثر در بحث مشخص نیست. در فصل بعدی، به بررسی فرضیه‌های پدیدآوران آثار تحت حمایت حق مؤلف پرداخته و شیوه‌های گوناگون ارتباط پدیدآوران اثر را با حق مؤلف در نظر می‌گیریم.



پدیدآوران خلاق و حق مؤلف: پدیدآوران امروز و آینده چگونه از مزایای فعالیت‌های فرهنگی خود بهره‌مند می‌شوند؟

۵-۱. پدیدآوران خلاق چه کسانی هستند؟

چه اثر نوآورانه را به عنوان چیزی در نظر بگیریم که ضرورتاً به یک نظام پاداش در قالب حق مؤلف نیاز دارد، چه حق مؤلف را به عنوان نظامی که مفهوم پدیدآور اصلی و کسی که مالکیت معنوی او نیازمند حمایت است (نگاه کنید به فصل دوم) را بنیان‌گذاری می‌کند، شکی نیست که پدیدآوران خلاق نقش مهمی در تحول حق مؤلف دارند. در این کتاب ما از واژه‌های نویسنده، پدیدآور، هنرمند، و پدیدآور خلاق به جای همدیگر و معادل هم استفاده می‌کنیم، اگرچه بدیهی است که به کار بردن عبارت خاصی در یک بافت خاص می‌تواند معانی را تغییر دهد و روابط متفاوتی به وجود آورد (برای مثال، واژه «هنرمند» ممکن است انگاره‌های خاصی دربارهٔ اصالت و اعتبار/ سندیت در خود داشته باشد، و احتمالاً واژه «پدیدآور خلاق» که شاید کمتر با عنوان «هنرمند» آنها را می‌شناسیم، مانند طراح یک نرم‌افزار). این فصل به بحث

پیرامون جایگاه و نگاه پدیدآوران آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف می‌پردازد. بحث اصلی فصل سوم گفتمان رایج میان صنایع فرهنگی با هدف تقویت و الزام آور شدن حمایت قانون حق مؤلف بود. بخش صنعت معمولاً با استناد به مثال‌هایی درباره ضایع شدن حقوق کسانی که در قلب تولید آثار فرهنگی هستند، یعنی پدیدآوران، از نبود مقررات و نظام‌های کارآمد پاداش و استفاده غیرقانونی از آثار شکایت می‌کند. بنابراین، به نظر می‌رسد پدیدآوران نیز دیدگاه مشابهی داشته باشند. پس چرا ما در این فصل بر دیدگاه خود پدیدآوران در این باره تمرکز کرده‌ایم؟

دیدگاه پدیدآوران خلاق باید مجزا از صناعی بررسی شود که این پدیدآوران به آنها وابستگی دارند، چرا که قانون حق مؤلف نیز قائل به چنین تمایزی است که معمولاً به نفع پدیدآوران نیست. شاید پدیدآوران در قلب تولید آثار فرهنگی باشند، اما به ندرت از درآمدهای حاصل از فروش این آثار بهره‌مند می‌شوند. «لیتمن»^۱ با توضیح این مسأله که اکثر مردم موافق افزایش حق و حقوق پدیدآوران و هنرمندان هستند، قائل به تمایز میان پدیدآوران و صنایع است، «اما در حال حاضر، پدیدآوران و صاحبان محتوایی که می‌خواهند پول دریافت کنند حداقل رسماً هم‌راستا با صاحبان محتوایی هستند که تقاضای کنترل بیشتر روی محتوا دارند. ما باید میان آنها تمایز قائل شویم. ما باید در ایجاد محیطی بکوشیم که در آن پرداخت حقوق با سهولت انجام شود، اما فراهم کردن سطح کنترلی که صاحبان محتوا روی آن اصرار دارند و به آن قائل هستند حقیقتاً دشوار است» (۲۰۰۰: ۱۱).

البته نوع ارتباط میان پدیدآوران و شرکت‌های متقاضی آثار آنها و مفاد قراردادهایی که پاداش آنها را تنظیم می‌کند متفاوت است. نخست، میان پدیدآوران بر پایه تازه‌کار یا حرفه‌ای بودن آنها تفاوت وجود دارد، و متعاقباً مجموعه انتظارها و خواسته‌هایشان در دو سر یک طیف قرار دارد. اگر بخواهیم راجع به تازه‌کارها صحبت کنیم، می‌توانیم مصرف‌کنندگان/کاربران آثاری را جزء این گروه بدانیم که

1. Litman

شاید آثاری نیز تحت حمایت قانون حق مؤلف خلق کرده‌اند. این گروه در فصل بعدی بیش تر مورد بحث و بررسی قرار خواهند گرفت زیرا نماینده پدیدآورانی هستند که احتمالاً انتظار ندارند از طریق خلق محتوا پول درآورند، و برای مثال به شرایط و ضوابط وبگاه «یوتیوب» به عنوان قراردادی که میان پدیدآوران/ هنرمندان با شرکت‌های تولید یا توزیع آثار بسته می‌شود نگاه نکنند. در ادامه طیف، پدیدآوران نیمه حرفه‌ای یا تازه‌کاری هستند که ممکن است آثار نوآورانه خود را بفروشند اما قصد ندارند و نمی‌خواهند از این طریق امرار معاش کنند، در حالی که در آخر طیف پدیدآوری قرار گرفته‌اند که امیدوارند و انتظار دارند که از طریق آثار نوآورانه خود امرار معاش کنند. حق مؤلف و مسائل مرتبط با آن احتمالاً برای این پدیدآوران حرفه‌ای از اهمیت بیشتری برخوردار است.

در دیگر سوی طیف، یعنی جایی که پدیدآوران/ هنرمندان حرفه‌ای قرار دارند، تفاوت میان هنرمندان مشهور (نخبگان) و سایر هنرمندان فاحش‌تر است، و درآمدهایشان نیز بسیار بیشتر است. برای مثال، هر موسیقیدان مولتی — میلیونی پس از هزاران بار تلاش و زحمت بسیار توانسته تا چنین جایگاهی به دست آورد. «توینبی»^۱ به هنجارهای اشتباه حق مؤلف اشاره می‌کند که موجب شده‌اند به موسیقیدان‌های آثار گوناگون به شیوه‌های متفاوت پاداش داده شود یا نشود و توضیح می‌دهد که نظام حق مؤلف چگونه باعث برتری گونه خاصی از آثار موسیقایی بر سایر آثار می‌شود، موجب ضرر و زیان افرادی می‌شود که خارج از یک اقلیت مشخص هستند، به نفع «شرکت‌های بزرگی در کسب سودهای بیشتر حاصل از بازارهای موسیقی عمل می‌کند» و باعث ایجاد نابرابری و اختلاف طبقاتی در بازار موسیقی می‌شود، به ویژه میان ستارگان بازار موسیقی و افراد کم‌تر موفق این بازار (۲۰۰۴: ۱۲۴). این نابرابری میان پدیدآوران سایر صنایع فرهنگی نیز وجود دارد، و این نابرابری با توزیع نامتوازن درآمدهایی که نظام حق مؤلف مسبب آن است بیشتر به

1. Toynbee

چشم می‌آید. اگرچه محاسبه و پیگیری جزئیات دقیق این توزیع نامتوازن در درآمدهای حاصل از حق مؤلف چندان آسان نیست. «توز»^۱ به واقعیت درآمدهای حاصل از حق مؤلف اشاره می‌کند، به ویژه

به پدیده معروف برنده همه چیز را می‌برد اشاره می‌کند، که به موجب آن پردرآمدها، خوانندگان فوق ستاره، ارکسترهای معروف، پدیدآوران به نام، کارگردانان مشهور، و مانند آن که بازارها را در صنایع فرهنگی قبضه کرده‌اند، بیشترین دستمزدها را نیز دریافت می‌کنند. بر پایه شواهد موجود (که شمار بسیار کمی از آنها انتشار عمومی یافته)، اقلیت خاص بالای طیف سهم نامتناسب زیادی از کل درآمدها را دریافت می‌کنند، در حالی که بسیاری از بازیگران این بازار (گاهی نزدیک به ۵۰ درصد) کم‌تر از مقدار حداقلی این توزیع درآمد کسب می‌کنند (Towse, 2006: 578).

اگرچه هنرمندان/پدیدآوران مشهور شاید امکان مذاکره درباره شرایط قراردادهای با مشتریان را داشته باشند، اما بسیاری از آنها تن به امضای قراردادهای استانداردایی می‌دهند که ممکن است لزوماً مطابق شرایط خاص آنها نباشد (توز، ۲۰۰۶: ۵۷۵)، و درآمدهای حاصل از حق مؤلف سایر پدیدآوران/هنرمندان نیز احتمالاً بسیار ناچیز است. همان گونه که در فصل سوم تشریح شد، صنایع فرهنگی متفاوت دیدگاه مشابهی درباره حق مؤلف ندارند: برخی از آنها دیدگاه بازتری نسبت به سایرین دارند و شاید شرکت‌های کوچک‌تر تمایل بیشتری نسبت به بازنگری حق مؤلف در عصر دیجیتال داشته باشند، اما اکثر بازیگران قدرتمند صنایع فرهنگی و شرکت‌های بزرگ چندملیتی در بحث و جدل‌ها صدایشان بلندتر به گوش می‌رسد، و متعاقباً روی گفتمان‌های موجود کنترل بیشتری دارند. تجربه برخی از پدیدآوران نشان می‌دهد که قراردادهای و مزایای کار با یک شرکت مستقل یا اختصاصی متفاوت از کار با شرکت‌های چندملیتی است. اگرچه شرکت‌های کوچک و مستقل توانایی ارائه پیشنهادها را هنگفت مورد انتظار پدیدآوران مشهور را ندارند، اما شرایط آنها با نیاز پدیدآوران مستقل تطابق بیشتری دارد و همچنین شرکای کمتری دارند که

1. Towse

سهم خواهی کنند. نگاه آنها به حق مؤلف پیشنهاد اصلاح قانون، و تهدیدهای پیش رو نیز دقیق تر و جزئی تر است (برای مشاهده قوانین ضد دستبرد ادبی و برچسب های مستقل موسیقایی، بنگرید به هوگان^۱، ۲۰۱۲).

در مقابل، شرکت های چندملیتی انعطاف پذیری کمتری نسبت به حق مؤلف و تلاش های مستمر برای گسترش حمایت های لازم نشان می دهند، و هنوز واقعیت ها در پس نمود حمایت های بیشتر پنهان مانده اند: همان طور که «گارنام»^۲ اشاره می کند، «حقوق شرکت های بزرگ به مرور زمان افزایش یافته و این روند باعث شده تا انگیزه برای سرمایه گذاری روی محتوای جدید وجود داشته باشد، اگرچه این روند از حقوق پدیدآوران اصلی هم حمایت می کند اما در واقع حقوق آنها و درآمدهایشان تحت قراردادهای ناعادلانه به این شرکت ها واگذار می شود» (۲۰۰۵: ۲۵). با این که سازمان های واسط شاید ادعای حمایت از حقوق پدیدآوران را داشته باشند، اما معمولاً این پدیدآوران نیستند که مالک حق مؤلف می شوند: به نظر «فیرچیلد»^۳ استفاده از عبارت مبهم «مالک حق مؤلف»^۴ از ترفندهایی بوده برای پنهان کردن این حقیقت که کار گروه های واسط بیانگر علاقه به حمایت از شرکت های تولید و پخش رسانه است (۲۰۰۸: ۶۱).

آن گونه که در این فصل تشریح شد، موقعیت پدیدآوران به لحاظ حمایت حق مؤلف از آنها و پاداش های دریافتی شان متفاوت است. اما موقعیت یابی پدیدآوران در این خصوص بر چند فرض کلیدی استوار است. بیشتر گفتمان بخش صنعت - که در این بافت برخاسته و میان سایر طرف های مرتبط یعنی سیاست گذاران و کاربران، دست به دست می چرخد - بر این تصور شکل گرفته که حمایت بیشتر و قوی تر حق مؤلف منجر به پاداش های بیشتر برای پدیدآوران می شود و این حمایت بیشتر انگیزه لازم برای خلاقیت ایجاد می کند و این مسأله نهایتاً به ابتکار و نوآوری بیشتر می انجامد. هدف اصلی این فصل پرداختن به این فرض ها با تشریح مفهوم پدیدآوری و آثار ابتکاری، همراه با توجه به دیدگاه های گوناگون پدیدآوران آثار نوآورانه است.

1. Hogan

2. Garnham

3. Fairchild

4. Copyright holder

۵-۲. مفهوم و پاداش اثر نوآورانه

از اصول اساسی لازم برای توافق بر سر شرایط و دامنه حق مؤلف وجود درکی مشترک از آنچه اثر نوآورانه را تشکیل داده و نحوه پاداش‌دهی و قدردانی از اثر است. البته این مسأله گفتنش آسان است. با این که برخی از اشکال اثر نوآورانه به آسانی قابل وصف و شرح است و پدیدآوران آنها نیز مشخص هستند، ماهیت نوآورانه بودن و پدیدآوری اشکال دیگری از این آثار هنوز محل پرسش است. قوانین حق مؤلف شرایطی را مشخص کرده‌اند که بر پایه آنها مفاد و مواد قانون درباره آثاری که از معیارهای لازم برخوردار باشند «صرف‌نظر از کیفیت هنری آنها» (یا چنین مفهومی) اجرایی است به این دلیل که آرای قضایی درگیر پیچیدگی‌های خاص در این زمینه نشوند. نظام قضایی درباره هنری بودن یا نبودن و خوب بودن یا نبودن یک اثر قضاوت نمی‌کند، بلکه تنها در این باره تصمیم می‌گیرد که آیا اثر بر پایه معیارهای قانونی لازم تحت حمایت قانون حق مؤلف قرار می‌گیرد یا خیر. چنانچه قانون نتوانست به پرسش‌های انتزاعی و فلسفی مرتبط با هنر پاسخ دهد، آرای قضایی و قوانین متکی به فرض‌هایی هستند که جوانب خاصی — نه مطلق و بی‌چون و چرا — درباره پدیدآوری و ابتکار مطرح می‌کنند. «پدیدآور رمانتیک»^۱، پنداشتن کار پدیدآوری به عنوان فعالیتی مجرد و منزوی، و پیوند میان انگیزه مالی و خلاقیت از جمله این فرض‌ها هستند. تکیه مداوم بر این فرض‌ها طی سال‌های متمادی در شرایط و بافت‌های گوناگون سبب شده این فرض‌ها به اصلی بدیهی تبدیل شوند که به‌ندرت بتوان آنها را به چالش کشید.

۵-۲-۱. پدیدآور رمانتیک

مفهوم پدیدآور رمانتیک از فرض‌های کلیدی است که اصول حق مؤلف بر آن استوار بوده و پایه قضاوت و تصمیم‌گیری در پرونده‌های جنجالی است. منظور ما از «رمانتیک» پدیدآوری نیست که گل و شکلات در دست دارد، بلکه منظور گونه‌ای از

1. Romantic author

پدیدآوری متأثر از ویژگی‌های «مکتب رومانسیسم» در قرن هجدهم میلادی است که تلقی‌اش از هنر بیان احساسات و تصورات است و اصالت را نبوغ خلاق معنا می‌کند. جنبش رمانسیسم، برخلاف باورهای پیشینان درباره هنرمندان و هنر، هنرمند را فردی خاص می‌پنداشت که روحی لطیف دارد و آثار اصیل خلق می‌کند، نه کسی که توانایی پیروی از قواعد و تقلید دارد. شایان یادآوری است که حق مؤلف در اصل برای حمایت از کتاب‌فروشان (و نه پدیدآوران) در برابر تکثیر غیرمجاز به وجود آمد. با اضافه شدن آثار گوناگون به اقلام تحت حمایت قانون حق مؤلف و تأثیری که رمانسیسم بر جای گذاشت، اصالت و نبوغ اصول مهم تعیین پدیدآوری شدند.

«وودمنسی»^۱ (۱۹۸۴) شکل‌گیری مفهوم «پدیدآور» را در قرن هجدهم جستجو می‌کند آن زمان که نویسندگان تلاش می‌کردند از طریق فروش نوشته‌هایشان به مردم امرار معاش کنند، هنگامی که زوال حمایت سستی اتفاق نیافتاده و جایش را به راه جایگزین منصفانه تری نداده بود: دستمزدها نسبتاً ناچیز بود و سودی که ناشران می‌گرفتند هم بی‌انصافی محسوب می‌شد. البته شرایط ناشران هم چندان تعریفی نداشت، چون تکثیر کتاب‌ها بدون اجازه ناشران بسیار رایج بود و توافق‌نامه‌های قانونی محدودی وجود داشت که سود چاپ‌گران قبل از تکثیر آثار به وسیله دیگران را تضمین کند. به نظر «وودمنسی» ظهور مفهوم نبوغ اصیل (که از ویژگی‌های قدیم صنعتگرانی با ذوق بوده) موجب پدید آمدن این گزاره شده که محصول جزء اموال نویسنده است (۱۹۸۴: ۴۲۷). این حس مالکیت بعدها از منطق‌های شکل‌گیری قانون حق مؤلف شد.

فهم معنای پدیدآوری از طریق قانون حق مؤلف آسان نیست اما قانون در ساختن این فهم به ما کمک می‌کند: «هیچ تجسم مرسوم از ارتباط میان پدیدآور و اثرش... اساسی‌تر از حق مؤلف نیست، که نه تنها سودآور بودن تولید و توزیع کتاب، فیلم، و دیگر کالاها را امکان‌پذیر می‌کند، بلکه با اعطای موجودیت قانونی به آن به تولید و تصدیق هویت پدیدآور به عنوان پدیدآور کمک می‌کند (Rose, 1993: 1-2). مفهوم

1. Woodmansee

نسبی رمانتیک مدرن از پدیدآور، با تأکید بر اصالت و نبوغ فردی، پایه ای برای توجیه این مفهوم در قانون حق مؤلف فراهم می کند، و البته واقعیت بسیار پیچیده تر آثار نوآورانه را نیز نادیده می گیرد، آنجا که استفاده از شکل های مرسوم و باز — استفاده از آثاری که قبلاً وجود داشته اند امری رایج است (Rose, 1993: 2).

نقش پدیدآور رمانتیک در شکل دادن به شیوه های تفهیم و تصویب حق مؤلف موجب جلب توجه نقادانه بسیاری از پژوهشگران به تأثیر این گونه مقوله بندی و پیامدهایش شده است. پژوهشگران حوزه حق مؤلف ظهور و پذیرش مقوله پدیدآور رمانتیک را بررسی کرده اند (Rose, 1993; Boyle, 1996)؛ آنها پیامدهای مفهوم رمانتیک را بر قانون حق مؤلف منفی ارزیابی کرده اند، چون این دسته بندی موجب برتر پنداشتن گونه هایی از آثار نوآورانه و نادیده گرفتن سایر آثار می شود (برای مثال، هنرمندان بومی [Jaszi and Woodmansee, 1996])؛ و می گویند «پدیدآور رمانتیک و حق مؤلف هر دو شکل هایی از روابط اجتماعی مشابه هستند که با هم ترکیب شده اند تا راهکاری برای مدیریت کالاهای فرهنگی در عصر مدرنیته سرمایه داری پیدا کنند» (Marshall, 2005: 2). به نظر «بارون»^۱ نیز «جبرگرایی رمانتیک» منجر به توجه بیش از اندازه بر پدیدآوران به جای آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف شده، در حالی که مسأله کنونی ما تعریف «اثر» و ریشه حق مؤلف در منطق مالکیت است: قیاس مالکیت درباره بسیاری از آثار نوآورانه مناسب نیست (و گاهی در مورد چیزهایی مناسب است که انتظارش را نداریم). هرچند «بارون» استدلال می کند که مشکلات قانون حق مؤلف به زیبایی شناسی یا هنر یا اصالت ربطی ندارد. به نظر او رمانتیسیم «مقید چشم پوشی از اهداف و عملکرد تجاری حق مؤلف» است (۲۰۰۲: ۳۹۸). بی شک ایده پدیدآور رمانتیک موجب پی ریزی جوانب خاصی از قانون حق مؤلف و احکام مرتبط شده است.

۵-۲-۲. پدیدآور منزوی

از مفاهیم بسیار مرتبط با مفهوم پدیدآور رمانتیک «پدیدآور منزوی» است: به عبارت

1. Barron

دیگر، اثر نوآورانه نه تنها بیان نبوغی اصیل است، بلکه اغلب فرض می‌شود این نبوغ نتیجه کار کردن در انزوا است (مانند پدیدآور تنها، نقاش تنها، آهنگساز تنها). «رز» شرح می‌دهد که مفهوم نبوغ اصیل که در گفتمان حق مؤلف بسیار تکرار می‌شود «این واقعیت را که تولید فرهنگی همیشه مسأله تخصیص و تبدیل است به روشنی بیان نمی‌کند، و دیگر چیزهای درگیر در این فرایند (مانند ناشران یا رویه‌های نشر) و همچنین مقاصد تولید را نیز نادیده می‌گیرد (۱۹۹۳: ۱۳۵). شکی نیست که محصولات رسانه‌ای مدرن نتیجه شبکه‌های همکاری هستند، اما حتی آثار نوآورانه پس از عصر دیجیتال نیز از طریق تأثیر چنین شبکه‌هایی پدید آمده‌اند. کنکاش در جامعه‌شناسی هنر به دنبال موقعیت‌یابی هنرمندان و فعالیت‌های هنری در بافت گسترده‌تری از تولید است.

«بکر»^۱ در اثرش با نام *دنیاهای هنری*^۲ در این باره صحبت می‌کند که تولید هنر ماهیتاً محصول همکاری است، او نخست (عمداً و با تکرار مکررات) یک دنیای هنری را این‌گونه تعریف می‌کند: «شبکه‌ای از مردم که همکاری و فعالیت مشترکشان، فعالیتی که از طریق دانش مشترک آنها درباره ابزارهای رایج برای انجام چیزهای سازمانده‌ی شده، منجر به خلق گونه‌ای از آثار هنری می‌شود و دنیای هنری برای توصیف این دسته از آثار به وجود آمده است» (۱۹۸۲: x). «بکر» به توضیح فعالیت‌های گوناگون درگیر در خلق هنر در دنیاهای گوناگون می‌پردازد - از موسیقی کلاسیک گرفته تا جاز و راک، از حرکات موزون گرفته تا تئاتر و فیلم بلند - و در حالی که تفاوت میان این دنیاها جالب توجه است، شباهت‌های میان این دنیاها، یعنی تکیه بر همکاری و دشواری تعریف فعالیت صرف هنری هستند که از نظریه او پشتیبانی می‌کند. «بورديو»^۳ (۱۹۹۳) نیز از طریق بررسی ساختار قدرت و نهادی گسترده‌تر مرتبط با پدیدآوران، مفهوم پدیدآور مستقل را در اثر خود در زمینه خلق آثار فرهنگی به چالش می‌کشد. نادیده گرفته شدن تولید رسانه‌ای در مقیاس گسترده

1. Becker

2. Art Worlds

3. Bourdieu

و چشم‌پوشی از «شاخه بسیار پیچیده‌تر ویژگی مدرن این کار، یعنی تولید رسانه‌ای تجاری در نظریه «بوردیو» (که در بررسی‌های خود درباره خلق آثار فرهنگی در اصل به هنر و ادبیات می‌پردازد) توجه «هسموندالگ»^۱ را به خود جلب کرد (۲۰۰۶: ۲۲۷)، اگرچه او اثر را به جهت برجسته کردن پیوند میان بافت و محصول فرهنگی و مهم‌تر از همه، قدرت ستایش می‌کند. با این‌که به نظر می‌رسد اغلب رسانه‌های محبوبی چون فیلم و رسانه‌های دیجیتال مانند نرم‌افزارها نتیجه همکاری افراد هستند، اما «بکر» و «بوردیو»^۲ که با «توین‌بی»^۳ هم عقیده هستند بر این باورند که شبکه پیچیده و درهم‌تنده‌ای در خلق آثار نقش دارند، حتی در خلق «هنرهای والا»^۴ هم چون موسیقی کلاسیک: «بنابراین، حتی در مرکز فردگرایی زیبایی‌شناسانه، پدیدآوری پدیده‌ای اجتماعی است و فرایند پدیدآوری، به جای آن‌که پدیده‌ای مجرد و اصیل باشد، بیشتر شبیه قطعات گوناگون چرخ در حال حرکت تولید است» (۲۰۰۴: ۱۳۱). اما احتمالاً اشتباه نکرده‌ایم اگر بگوییم توافق بر سر نظام پاداش‌دهی برای آثاری چون یک فیلم بلند یا یک برنامه نرم‌افزاری اختصاصی، که شاید صدها نفر در خلق آنها همکاری کرده باشند، دشواری‌های خاصی به همراه خواهد داشت؛ برخی از این دشواری‌ها در قاب ۱-۱ آمده است.

قاب ۱-۱. شبکه پیچیده همکاری خلاق

برای مثال، فرض بگیرید در ساخت یک فیلم پدیدآوران بسیاری نقش دارند. حتی اگر فهرست این عوامل را به عواملی محدود کنیم که نقش‌شان مهم‌تر از دیگران است، می‌توانیم نمایشنامه‌نویس، تهیه‌کننده، کارگردان، بازیگران، فیلم‌برداران، آهنگ‌سازان، طراحان صحنه، و طراحان لباس را میان صدها نفر دیگر فهرست کنیم. هر کدام از این عوامل در سطوح گوناگون و تحت متغیرهای بسیار از نظر قانون حق مؤلف دارای حقوق متفاوت هستند. «سازمان جهانی مالکیت فکری» (وایپو) در کتابچه‌ای با عنوان *از نوشته تا نمایش: اهمیت حق مؤلف در توزیع فیلم‌ها*^۵ گام‌هایی را که تهیه‌کننده و توزیع‌کننده یک فیلم، از آغاز تا پایان، باید اتخاذ کنند تا مطمئن شوند که «تلاش هر کسی که در ساخت اثر به لحاظ مالکیت فکری نقش داشته

←

1. Hesmondhalgh 2. Bourdieu 3. Toynbee 4. High arts
5. From Script to Screen: The Importance of Copyright in the Distribution of Films

تمام و کمال به رسمیت شناخته شده، دستمزد همکاری آنها پرداخت شده، و حقوقشان به درستی ثبت و ضبط شده است» (WIPO, 2011: 45) مفصل و از نظر یک توزیع کننده تشریح شده است. طی این فرایند تعیین حقوق، که باید کاملاً مستند و مدون شود، شمار بسیاری از افراد منحصراً ادعای مالکیت فیلم را خواهند داشت. کتابچه «وایپو» فرایندهای استاندارد را ارائه می دهد که برای مدیریت شبکه پیچیده ابتکار در صنعت فیلم به کار می رود، اما این فرایندهای استاندارد نظام پاداش دهی و ساختار سلسله مراتبی خاصی نیز پیشنهاد کرده که بر پایه آن برخی از عوامل سود بیشتری از موفقیت فیلم های پر فروش می برند، در حالی که طبق حق مؤلف سهم دیگران ناچیز و یا هیچ است.

این واقعیت که پدید آوردن اثر نوآورانه اغلب مستلزم همکاری و مشارکت افراد زیادی است که اندازه و نوع مشارکتشان می تواند بسیار متفاوت باشد، چالش هایی برای اجرای قانون حق مؤلف در عمل به وجود آورده است. به عنوان مثال، تعریف و تعیین استاندارد برای تسهیم پاداش در چنین آثاری برای قانون حق مؤلف غیرممکن خواهد بود. به طور معمول، شاید بعضی همکاران نقش مبتکرانه تری داشته باشند، برخی دیگر زمان بیشتری بگذارند، و بعضی ها هم مسئول انجام یک فعالیت فنی باشند که بدون آن خلق اثر نوآورانه ممکن نیست. حال چه کسی باید سهم بیشتری از مالکیت اثر داشته باشد؟ به علاوه، موقعیت هر فرد به لحاظ شمار و نوع مشارکتش در تهیه اثری نوآورانه متفاوت است. از راهکارهای حل این مسأله آن است که «مالکیت اصلی حق مؤلف به تهیه کنندگان فیلم، موسیقی، یا برنامه های تلویزیونی داده شود» (Laing, 2004: 75)، رویکردی که «لینگ»^۱ آن را نشانی از گرایش قوانین حق مؤلف «ایالات متحده» و «انگلستان» به اعطای سود بیشتر به صاحبان شرکت ها و توزیع کنندگان محصولات فرهنگی نسبت به پدیدآوران اصلی می داند. گونه دیگری از این راهکار، که برای حل مسأله آثار مشترک ارائه شد، «پدیدآوری سازمانی»^۲ است که حاصل آن اثری است که با نام «آثار سفارشی»^۳ شناخته می شود.

1. Laing

2. Corporate authorship

3. Work (made) for hire

پدیدآوری استخدامی به یک شرکت اجازه ادعای مالکیت (و کنترل) را بر یک اثر فکری محصول همکاری گروهی می دهد. همکاری خلاق در چنین آثاری تحت قراردادی با عنوان «آثار سفارشی» انجام می شود که فعالیت افراد بخشی از وظایف استخدامی آنهاست، و به واسطه این قرارداد حقوقی که قانون حق مؤلف برای پدیدآوران در نظر گرفته از کارمند به کارفرما انتقال می یابد. پژوهشگران از تأثیر پدیدآوری استخدامی بر استقلال و حقوق هنرمندانی که در زمینه هایی هم چون صنعت موسیقی «پاپ» (Fairchild, 2008) یا صنعت تولید انیمیشن (Stahl, 2010) فعالیت می کنند انتقاد کرده اند. سرانجام، پدیدآوری استخدامی شاید اجرای قانون حق مؤلف را در عمل ساده کرده باشد، اما موازنه های نظام پاداش دهی را که بر پایه مفروضات پیرامون پدیدآوری شکل گرفته است بر هم زد و این مسأله موجب تداوم جدال درباره حق مؤلف شد. اگر کاربران متوجه شوند افرادی که به عنوان پدیدآور می شناختند در حقیقت حقوق (مادی) خود را تحت قرارداد «آثار سفارشی» به شرکت ها واگذار کرده اند، آیا نگرش و برخوردشان را نسبت به آثار تحت حمایت قانون تغییر نخواهند داد؟ مطمئناً کاربرانی هستند که این قراردادها و موضع نسبتاً ضعیف پدیدآوران در برابر آنها را برای توجیه توزیع و دسترسی غیرمجاز به آثار بهانه می کنند (در فصل ششم به این مسأله بیشتر می پردازیم).

۵-۲-۳. انگیزه پدیدآور

از دیگر فرض ها درباره پدیدآوری و خلاقیت که از اصول حق مؤلف به شمار می آید آن است که پاداش های مالی و اقتصادی انگیزه ای برای پدیدآوران جهت خلق آثار و به همین ترتیب محرک نوآوری هستند. آن گونه که در فصل های پیشین بحث شد، همین مسأله از منطق های کلیدی شکل گیری نظام حق مؤلف است. هرچند چنین تفکری موجب ساده انگاشتن روابط گوناگون و پیچیده میان ابتکار و پاداش مالی می شود که پدیدآوران در گذشته و امروز داشته و دارند.

می‌توانیم مثال‌های فراوانی از پدیدآوری بدون پاداش مالی و حتی بدون چشم‌داشت چنین پاداش‌هایی - پیش و پس از ایجاد حق مؤلف - بیاوریم. اگرچه «هنر محض رضای هنر» گفته‌ای تقریباً افراطی درباره آثار نوآورانه است، اما چیزی است که کاملاً تحت الشعاع مدل اقتصادی غالب قرار گرفته و به فراموشی سپرده شده است. بر پایه این فرض که پدیدآوران نیازمند پاداشی اقتصادی به عنوان انگیزه خلق آثار هستند، پدیدآور اثر تحت حمایت حق مؤلف حتماً از پاداش‌های مالی مرتبط با اثرش - که به واسطه قانون حق مؤلف فراهم شده - بهره‌مند می‌شود، در حالی که در موارد بسیاری دیده‌ایم که پدیدآور منتفع نمی‌شود، یا به این دلیل که کس دیگری مالک اثر است یا به دلیل بدشناسی. «کاس»^۱ (۲۰۰۰) در توصیف پیش‌بینی‌ناپذیری بازار آثار نوآورانه و ناتوانی پدیدآوران در پیش‌بینی چگونگی استفاده از آثارشان توسط مشتریان، اصل «کسی نمی‌داند» را عنوان می‌کند. اگر خلق آثار با انگیزه اقتصادی و مالی انجام نمی‌شود، پس پدیدآوران چرا هم‌چنان به خلق آثار ادامه می‌دهند؟ آیا به امید بهره‌مندی مالی احتمالی از اثر بعدی اثری پدید می‌آورند؟ یا به آن دلیل است که برخی پدیدآوران انگیزه‌های غیراقتصادی نیز دارند؟ گوناگونی این انگیزه‌ها در دوره‌ها و فضاها متفاوت چگونه است؟

این فرض که پدیدآوران نیازمند پاداش مالی - و به ویژه درآمدهای حاصل از نظام حق مؤلف - هستند نماینده تجربه و دیدگاه کل پدیدآوران نیست. باید بپذیریم که بسیاری از افکار ما درباره پدیدآوران و آثار نوآورانه و پیش‌فرض‌های ما درباره انگیزه خلق آثار هم‌زاد پایه‌ریزی نظام حق مؤلف (و نادیده گرفتن تناقض‌ها و تاریخ پیش از این نظام) است. و علی‌رغم نبود شواهد مناسب یا وجود شواهد متناقض، این فرض‌ها برای توجیه تقویت رژیم حق مؤلف استفاده می‌شوند: «دیگر نباید فرض کنیم وجود نظام حق مؤلف قدرتمندتر به معنای درآمد بیشتر برای هنرمندان و متعاقباً خروجی‌های مبتکرانه بیشتر و بهتر است. آزمون ارتباط میان این متغیرها آسان نیست - افزون بر این

1. Caves

اقتصاددان‌های حوزه فرهنگ که در این زمینه کار کرده‌اند می‌دانند که پژوهش درباره بازار کار هنرمندان چه قدر دشوار است - اما ناآگاهی درباره این ارتباط موجب تقویت نظام حق مؤلف نمی‌شود؛ بلکه آن را تضعیف می‌کند» (Towse, 2006: 580).

۵-۳. فرض در مقابل واقعیت

مطالب مذکور در سطور پیشین پیرامون برخی از فرض‌های اساسی مبنای تصور ما درباره پدیدآوری و ابتکار است که نشان می‌دهد حق مؤلف فضایی برای توجه به واقعیت اثر نوآورانه به وجود آورده است. گرایش‌های اخیر درباره حق مؤلف پا را فراتر گذاشته و نبوغ منزوی و مشوق‌های مالی را تنها انگیزه‌های ابتکار نمی‌دانند. گل سر سبد این گرایش‌ها، جنبشی است که معتقد به کار غیررسمی‌تر و منعطف‌تر میان طیف صنایع فرهنگی است، به‌ویژه در صنایعی که صدای بلندتری دارند و طرفداران شیفته رژیم مقتدر حق مؤلف هستند.

«گرینفیلد»^۱ و «آبسورن»^۲ درباره هنرمندانی که تازه کارشان در موسیقی «پاپ» شروع می‌کنند می‌گویند: «به محض این‌که قرارداد ضبط آواز به آنها پیشنهاد می‌شوند می‌پذیرند، بدون آن‌که به مطالعه یک قرارداد چند صفحه‌ای فکر کنند» (۲۰۱۰: ۱۰۰)، آنها اضافه می‌کنند: «طرف دیگر قرارداد که قدرت چانه‌زنی بیشتری دارند اغلب به آسانی می‌توانند شرایط مد نظرشان را در قراردادها اعمال کنند و این طرف قرارداد نه افراد بلکه اغلب شرکت‌ها هستند. این واقعیت قراردادهایی است که موضوعشان حق مؤلف است مانند تمام معامله‌های تجاری دیگر» (۲۰۰۴: ۱۰۰). دیدگاه آنها درباره ورود به بازار موسیقی «پاپ» در طیفی از مشاغل مرتبط دیگر نیز چنین اندازه شد، آنجا که دانستن این‌که شانس برای تغییر این وضع وجود ندارد موجب ایجاد قدرت نامتوازن و شرایط سختی شده که بسیاری از تازه واردها تمایل دارند تحت این وضعیت متزلزل نیز کار کنند.

1. Greenfield

2. Osborn

آن گونه که در فصل سوم نیز اشاره کردیم، یکی از ویژگی‌های کلیدی صنایع فرهنگی تکیه بر استخدام نیروی کار ارزان است (Hesmondhalgh and Baker, 2011). در بسیاری از موارد، این گزاره به معنی محیط کار غیرقابل پیش‌بینی و انعطاف‌پذیر است که در آن با پدیدآوران قراردادهای کوتاه مدت و پاره وقت بسته می‌شود و این افراد همیشه برای پیدا کردن شغل جدیدی که ممکن است حتی ثبات و امنیت پایین‌تری داشته باشد تقلا می‌کنند. در بافت خاص حق مؤلف چنین محیطی موجب افزایش قراردادهای خلق آثار سفارشی می‌شود که بر پایه آن حق مؤلف و حقوق متعاقب به کارفرما انتقال می‌یابد، همچنین باعث ایجاد قراردادهایی می‌شود که پاداش مالکیت فکری را به حداقل می‌رسانند یا اصلاً آن را حذف می‌کنند (بنگرید به: Stahl and Meier, 2012; Marshall, 2013). با توجه به آن که صنایع تلاش می‌کنند کنترل خود را بر ضرر ناشی از نقض حق مؤلف پس بگیرند، یکی از زمینه‌های آشکار تمرکزشان قراردادهای و شیوه‌هایی است که در آن مالکیت فکری و حقوق گوناگون بر پایه اهداف آنها تعریف می‌شود. در این باره، جایگاه ضعیف پدیدآوران و تغییرات قانونی دست به دست هم داده‌اند تا تغییر تعاریف قانونی از اصطلاح‌ها و مواد قرارداد امکان‌پذیر شود. برای مثال، «فیرچیلد»^۱ اظهار می‌دارد: هر مقدار که از محل اعمال ضد دستبرد و قوانین حق مؤلف (مانند قانون حق مؤلف هزاره دیجیتال) به دست آید به دلیل شرایط و تعاریف قراردادهای پدیدآور تعلق نمی‌گیرد (Fairchild, 2008: 63). افزون بر این، دسترس روز افزون به محتوای غیرحرفه‌ای [یا مبتدی] به واسطه فناوری‌هایی چون دوربین‌های باکیفیت گوشی‌های تلفن همراه و از طریق فعالیت‌هایی مانند رقابت در خلق آثار در محیط اینترنت، لزوماً ارزش آثار نوآورانه را پایین آورده است: زمانی که یک پدیدآور غیرحرفه‌ای با دستمزدی ناچیز یا رایگان می‌تواند اثری خلق کند چرا باید به یک پدیدآور حرفه‌ای پول داد؟

تغییرات به وجود آمده در این زمینه بدون چالش نبوده است: در سال ۱۹۹۹ «آثار صوتی» به فهرست آثاری اضافه شد که در «قانون بهبود بینندگان خانگی

1. Fairchild

ماهواره ایالات متحده»^۱ سال ۱۹۹۹ می‌توانستند قرارداد آثار سفارشی داشته باشند (با اصرار «انجمن صنعت صوت آمریکا»^۲). افزودن آثار صوتی به این فهرست «موجب شد پدیدآوری و مالکیت حق مؤلف در آثار صوتی از هنرمندان و پدیدآوران به شرکت‌ها واگذار شود (Stahl, 2011: 680) و زمانی که منتشر شد و به گوش مردم رسید با انتقادات و مخالفت‌هایی روبه‌رو شد: «ائتلاف هنرمندان موسیقی»^۳ در راستای مقابله با قدرت لابی‌گری صنعت موسیقی تشکیل شد. با این‌که مخالفت با این عمل موفقیت‌آمیز بود و توجه همگان را به مسائل ناشی از آن جلب کرد (و سرانجام آثار صوتی را از فهرست حذف کرد)، اما این تنها نمونه‌ای از تصمیم‌های حقوقی است که به عدم توازن قدرت میان پدیدآوران و صنایع فرهنگی مرتبط دامن زده است. (افزون بر این، آن‌گونه که به نقدهایی اشاره شد، کارآمدی جنبش مخالف در گرو ائتلاف برخی از قدرت‌مندترین پدیدآوران بود، گواهی دیگری بر این‌که بسیاری از پدیدآوران عادی قدرتی ندارند: بنگرید به Edlund, 2002).

توضیح‌های مذکور درباره گرایش‌ها و شرایط فعلی نشان می‌دهد که در حال حاضر ویژگی‌هایی معرف اثر ابتکاری‌اند که با فرض‌های زیربنایی حق مؤلف تفاوت دارند، ویژگی‌هایی که پیش‌تر مطرح نبودند (و اکنون حتی مهم‌تر هم شده‌اند). نخست آن‌که شکاف بزرگی میان اکثریت پدیدآوران از یک‌سو و گروه خاص آن‌ها که موفقیت بیشتری کسب کرده‌اند از سوی دیگر وجود دارد. در حالی که شمار اندکی از پدیدآوران میلیونر هستند، بیشتر آن‌ها از طریق آثار نوآورانه حتی نمی‌توانند امرار معاش کنند. متأسفانه پدیدآوران موفق با حفظ سهم خود از حقوق مرتبط و با دستیابی به میزان فروش لازم برای دریافت درآمد قابل توجه می‌خواهند مزایای بیشتری از حق مؤلف نیز به دست آورند. مسأله دوم آن‌که خلق آثار نوآورانه اغلب متکی بر تلاش بیش از یک نفر، پدیدآور منزوی است و بسیاری از آثار نوآورانه در قالب‌های گوناگون حق مؤلفشان مربوط به شمار بسیاری از پدیدآوران است.

1. US Satellite Home Viewer Improvement Act

2. Recording Industry Association of America (RIAA)

3. Recording Artists' Coalition

نرم افزارها، تلویزیون و فیلم مثال‌هایی هستند که پدیدآوری (و حق مؤلف) آنها میان افراد تقسیم می‌شود و گاهی این تقسیم به صورت نابرابر صورت می‌گیرد. سرانجام، درست همان‌طور که پیش از بنیان قانون حق مؤلف هنر و ادبیات انتشار می‌یافتند، در محیط کنونی نیز، فارغ از مسأله حق مؤلف یا با دخالت اندک قانون، انتشار آنها همچنان ادامه خواهد یافت چه در بین جوامع غیرحرفه‌ای یا در جوامع هنری غیر غربی. اختلاف فزاینده‌ای میان فرضیه‌هایی که بخش صنعت و سیاست‌گذاران را راهبری می‌کند و واقعیتی که پدیدآوران مشاهده می‌کنند وجود دارد. این فرضیه‌ها نه تنها مفید نیستند، بلکه ممکن است خسارت‌هایی نیز به بار آورند. آن‌گونه که «توین‌بی» (۲۰۱۳) می‌گوید، «خاص» بودن اثر فرهنگی — که با ارزش‌هایی چون ابتکار و استقلال نشان داده می‌شود که سازندهٔ افسانهٔ «پدیدآور رمانتیک» و «پدیدآور منزوی» هستند — به عنوان ابزاری در دست بخش صنعت برای توجیه حفظ حق مؤلف استفاده می‌شود و در بهترین حالت بازهم سودی ناعادلانه به پدیدآور می‌رساند. «این ویژگی نوعی زمینهٔ افسانه‌ای نیز برای عملکرد اثر فرهنگی نیز مهیا می‌کند. هنرمندان، پدیدآوران، بازیگران و موسیقیدانان ناامنی و فقری را تحمیل می‌کنند که در سایر بخش‌ها پذیرفتنی نیست، اما این غوطه‌ور شدن در لذت خلق آثار است که آنها را راضی نگه می‌دارد و تلاش آنها را جبران می‌کند. به دیگر سخن، ویژگی «خاص» بودن به صنایع فرهنگی کمک کرده تا در این سوی بازار پدیدآوران را به این شیوه (ناامن و نابرابر) استثمار کنند و بر آنها سلطه داشته باشند» (Toynbee, 2013: 97). دربارهٔ این فرض که نظام حق مؤلف انگیزه‌ای برای پدیدآوران جهت خلق آثار است، آن‌چه هنوز مبهم باقی مانده رابطهٔ واقعی و نامشخص میان حق مؤلف و نوآوری است. بسیاری از پژوهشگران پس از بررسی این موضوع نشان داده‌اند که چگونه حق مؤلف نمی‌تواند منجر به نوآوری شود، و حتی برعکس، شواهدی وجود دارد که در برخی موارد حق مؤلف منجر به توقف نوآوری شده است. بررسی «مکلئود»^۱ و «دیکولا»^۲ (۲۰۱۱) در بازار موسیقی نشان داد که چگونه آلبوم‌های

1. McLeod

2. Dicola

«هیپ - هاپ»^۱ سنتی - که دارای نوآوری‌های ارزشمندی در عرصه موسیقی پاپ است - بدون نیاز به محیط خشک و بی‌روحي که در آن تنها به موفقیت فکر می‌شود درست شده‌اند. در بسیاری از موارد دیگر، برای بررسی تأثیر قانون بر نوآوری، باید ببینیم اگر قانون حق مؤلف سخت‌گیری کمتری نشان می‌داد یک اثر نوآورانه به چه شکلی می‌توانست درآید. برای مثال، کسب مجوز حق مؤلف برای فیلم‌سازان فیلم‌های مستند ممکن است چالش برانگیز باشد، هم به دلیل موانع مالی و هم به دلیل این‌که صاحبان حق مؤلف شاید در موارد بحث‌برانگیز یا استفاده‌های نامناسب در دادن مجوز تردید کنند: برای نمونه، توجه داشته باشید که «ان.بی.سی.»^۲ از دادن مجوز استفاده از ویدیویی از «جرج بوش» به «رابرت گرینوالد»^۳ برای استفاده در فیلم «افشاشده: کل حقیقت درباره جنگ عراق»^۴ سر باز زد، چون این شبکه تصور می‌کرد این ویدیو «چندان به مذاق رئیس‌جمهور خوش نمی‌آید» (Lessig, 2004b).

۴-۵. دیدگاه و صدای پدیدآوران

در این فصل در مورد نقش پدیدآوران در زمینه حق مؤلف بسیار بحث شد، و برخی از فرض‌هایی که از تقویت حق مؤلف پشتیبانی می‌کنند و تأکیدشان بر شیوه‌هایی است که به واسطه آنها پدیدآوران - که قدرت کمتری از شرکت‌های طرف قراردادشان نیز دارند - به دلیل وجود نظام حق مؤلف مزایای بیشتری از دست می‌دهند به چالش کشیده شد. در ادامه فصل ما به بررسی دیدگاه‌های گوناگون و صدای پدیدآوران می‌پردازیم تا ببینیم خود پدیدآوران چگونه و به چه دلیل باعث شکل‌گیری موقعیتی شده‌اند که گاهی از قوانین و قواعد حق مؤلف حمایت می‌کند و گاهی آنها را به چالش می‌کشد. افزون بر این، به نمایندگی پدیدآوران دیدگاه‌ها و پیشنهادها جایگزینی به جای نظام موجود مطرح می‌کنیم که به واسطه آنها سود و قدرت پدیدآوران بیش‌تر از شرکت‌های طرف قراردادشان خواهد شد.

1. Hip-hop 2. NBC 3. Robert Greenwald
4. Uncovered: The Whole Truth about the Iraq War

در سال ۲۰۰۴ «نیویورک تایمز» مقاله‌ای دربارهٔ پیمایش نظر تولیدکننده‌های کالاهای مورد نیاز کاربران (کالاهایی که بخش صنعت نمی‌خواهد رایگان دانلود شوند) پیرامون اینترنت و به اشتراک‌گذاری فایل‌ها منتشر کرد که توسط مؤسسهٔ «پیو»^۱ انجام شده و در نوع خودش اولین پژوهش گسترده در این زمینه بود» (Zeller, 2004). پژوهشگران آمریکایی برای آگاهی از دیدگاه هنرمندان و موسیقیدانان، به‌جای صاحبان صنایع که اغلب به نفع خودشان سخن می‌گویند، یک پیمایش تلفنی روی ۸۰۹ نمونهٔ تصادفی از سراسر آمریکا که ادعا کرده بودند هنرمند هستند انجام دادند، و نگرش ۲۷۹۳ نمونهٔ غیرتصادفی از هنرمندان، ترانه‌سراها، موسیقیدانان، و ناشران آثار موسیقایی را نیز گردآوری کردند (Madden, 2004: ii). گزارش یافته‌های این پیمایش با عنوان «هنرمندان، موسیقیدانان و اینترنت»^۲ منتشر شد که شواهدی دربارهٔ مخالفت نسبی هنرمندان با خدمات به اشتراک‌گذاری آثار [روی اینترنت] آشکار ساخت. نیمی از هنرمندان با برنامه‌های به اشتراک‌گذاری آثار موافق بودند و فکر می‌کردند که این برنامه‌ها خوب هستند و نیمی دیگر نیز با این برنامه‌ها مخالف بودند، در حالی که موسیقیدانان بیشتر جوانب مثبت به اشتراک‌گذاری آثار را می‌دیدند (Madden, 2004: vi). هنرمندان و موسیقیدانان مورد مطالعه دربارهٔ به اشتراک‌گذاری آثار میان دوستان اتفاق نظر نداشتند؛ نیمی از آنها فکر می‌کنند این کار درست است و نیمی دیگر این کار را به عنوان نقض حق مؤلف قلمداد می‌کنند. اکنون پس از یک دهه هنوز نشانی از اتفاق نظر بر سر نقض حق مؤلف و هزینه - سودمندی فناوری‌های دیجیتال میان پدیدآوران دیده نمی‌شود («دیکولا»، ۲۰۱۳، نشان داد میان موسیقیدانان نیز در این زمینه تفرقه وجود دارد).

۵-۵. «حفظ حق مؤلف» و تقاضای نیاز به ضمانت اجرا

بدون شک مواردی بسیاری بوده و هست که پدیدآوران سخنگوی صنایع فرهنگی برای انتقال پیام‌های کلیدی بوده‌اند یا دلایل توجیهی کمپین‌های بخش صنعت را

1. Pew Internet and American Life Project

2. Artists, Musicians and the Internet

بازخوانی کرده‌اند، و پدیدآورانی هم هستند که بر ارزش حق مؤلف به عنوان مشوقی جهت تولید آثار نوآورانه و تهدیدی برای نقض تنها پاداش پدیدآوران تأکید دارند. این تهدید به چند شیوه می‌تواند وجود داشته باشد: ممکن است مستقیماً روی پدیدآورانی که (تا حدودی) وابسته به درآمدهای ناشی از حق مؤلف هستند تأثیر بگذارد. یا ممکن است به صورت غیرمستقیم و از طریق خسارت‌های احتمالی ناشی از ارتباط پدیدآوران با شرکت‌های طرف قراردادشان (شرکت‌هایی که از طریق حق مؤلف سودآوری می‌کنند) تحت تأثیر قرار گیرند. پدیدآوران مستقل و گروه‌های درگیر در این زمینه به گونه‌های متفاوت نگرانی خود پیرامون این موضوع را بیان کرده‌اند.

بسیاری از هنرمندان مستقل مشغول در صنایع فرهنگی گوناگون علیه نقض قانون حق مؤلف سخن گفته و از روش‌های تقویت قانون حق مؤلف حمایت کرده‌اند؛ روش‌هایی مانند فناوری «مدیریت حقوق دیجیتال» (یا دی.آر.ام.)، پیگرد قانونی کسانی که قانون را نقض می‌کنند، و گسترش دوره قانونی حمایت از آثار. چنین دیدگاه‌هایی از طریق رسانه‌های عمومی هنرمندان (مانند وبگاه‌های آنها) منتشر شده، رسانه‌ها نقل‌قول‌هایی از آنها آورده‌اند، و این پدیدآوران گاهی به عنوان سخنگوی این کمپین‌ها صحبت می‌کنند. برای مثال، در سال ۲۰۰۵ میلادی دو بازیگر به نام، یعنی «جکی چان» و «آرنولد شوارتزنگر» (فرماندار وقت کالیفرنیا)، در یک آگهی تبلیغاتی با موضوع ضد - دستبرد بازی کردند که از «تلویزیون چین» پخش شد، و در سال ۲۰۱۱ نیز «جان هارت» یک داستان تاریک درباره ضد - دستبرد (آخرین سینما) روایت کرد که توسط «انجمن ناشران فیلم انگلستان»^۱ پشتیبانی شده بود. خواننده به نام «لیلی آلن» نیز وبلاگی با عنوان «خوب نیست!» راه‌اندازی کرد تا موسیقیدانان را علیه دستبرد بشوراند و «کلیف ریچارد» از جمله حامیان گسترش مدت زمان حمایت از آثار صوتی بود - به این دلیل قانون ۲۰۱۱ به «قانون کلیف»^۲ شهرت یافت - و آوازه نام گذاری قانون گسترش دوره حمایت از آثار در ایالات متحده در سال ۱۹۹۸ به نام «سانی بونو»^۳ نیز همه جا پیچید.

1. The Last Cinema

2. Cliff's Law

3. Sonny Bono

و سرانجام این دیدگاه‌ها تا بدان جا رسیده که در پرونده‌های قضایی هم مطرح شده‌اند. یکی از پرونده‌های قضایی پر سروصدا به گروه «متالیکا» مربوط می‌شود که علیه پلتفوم اشتراک فایل «نپستر»^۱ (بنگرید به قاب ۱-۲) طرح دعوا کردند. این پرونده توجه بسیاری را به خود جلب کرد زیرا با گرایش‌های نسبتاً جدیدی در زمینه بسترهای اشتراک فایل مربوط می‌شد و بنابراین در نوع خودش اولین پرونده بود. افزون بر این، به مسأله‌ای مربوط می‌شد که در آن بسیاری از کاربران عادی درگیر بودند. پدیدآوران دیگری نیز پیش و پس از این پرونده متجاوزان تهدید به شکایت علیه هرگونه عملی کرده‌اند که حق مؤلف را نقض کند: برای مثال در دنیای موسیقی «پاپ» پرونده‌هایی هستند که در آنها هنرمندان علیه استفاده غیرمجاز از آثارشان طرح دعوا کرده‌اند و آنها (یا نمایندگانشان) خواستار حذف آثارشان از وبگاه‌های اشتراک ویدیو، مانند «یوتیوب» شده‌اند. موسیقی نمونه بارزی است که پرونده‌های قضایی آن بیشتر به چشم می‌آیند، چون در این بازار مشتری نهایی دست‌کم تا حدودی مسئول نقض قانون قلمداد می‌شود، صنعت موسیقی از قافله کمپین‌ها و پدیدآوران (آنهايي که مخالف شرکت‌ها هستند) جا مانده‌اند. کمپین‌ها و پدیدآورانی که گاهی با نام «شاکیان» (برای مخالفت با پرونده‌های قضایی که نمایندگان صنعت فیلم به جریان انداخته‌اند) از آنها یاد می‌شود. با این وجود، نمونه پرونده‌ها در صنایع دیگر نیز بسیار است، پرونده‌هایی که گاهی در مخیله ما نمی‌گنجد و به منابع درآمد پدیدآوران یا مدل‌های جایگزین توزیع آثارشان مربوط می‌شوند: برای مثال، در سال ۲۰۱۳ یک پرونده نقض حق مؤلف تشکیل شد که در آن عکاسان از «لیگ ملی فوتبال»^۲، «گتی ایمیجز»^۳، و «اسوشیتد پرس»^۴ شکایت کردند. در این پرونده شاکیان ادعا کرده بودند نهادهای صادرکننده مجوز با ارائه پیشنهادها گوناگون به «لیگ ملی فوتبال» برای دریافت مجوزهای انحصاری در رقابت هستند، و «لیگ ملی فوتبال» را به استفاده از آثار بدون اجازه عکاسان تشویق می‌کنند (Heitner, 2013).

1. Napster

2. National Football League (NFL)

3. Getty Images

4. Associated Press

قاب ۱-۲. دعوای «متالیکا» با «نپستر»

نخستین و احتمالاً مشهورترین پرونده پیرامون یک دعوای قضایی علیه یک شرکت ارائه‌کننده نرم‌افزار اشتراک فایل هم‌تا به هم‌تا در سال ۲۰۰۰ تشکیل شد. «گروه متالیکا» از شرکت «نپستر» به دلیل نقض حق مؤلف و ضرر زدن به این گروه با فراهم کردن پلتفرمی برای اشتراک فهرست موسیقی‌هایشان توسط کاربران شکایت کرد. طبل زن این گروه، «لارس الریخ»^۱، در بیانیه‌ای در آن زمان گفته بود:

ما در هر پروژه‌ای فرایندی خسته‌کننده برای ساخت اثری نوآورانه که نماینده گروه «متالیکا» باشد سپری می‌کنیم. در این پروژه‌ها تمام هنرمان - چه موسیقی باشد، چه ترانه، چه عکس، یا سایر آثار هنری - را با جدیت به کار می‌گیریم، مانند کاری که دیگر هنرمندان انجام می‌دهند. بنابراین عذاب‌آور است که ببینیم هنرمان مانند یک کالای عادی معامله می‌شود نه مثل یک اثر هنری. اگر از دیدگاه تجاری به این امر نگاه کنیم، این کار نوعی دستبرد است مثل این که شما چیزی را بردارید که متعلق به شما نیست و این کار به لحاظ عرفی و قانونی اشتباه است. معامله چنین اطلاعاتی - چه موسیقی باشد، چه ویدیو، عکس، یا چیزهای دیگر - به مثابه قاچاق کالاهای سرقتی است. (Uehlszki, 2000).

در مقابل، مدیر اجرایی شرکت «نپستر»، «ایلین ریچاردسون»، دیدگاه این گروه را این گونه توصیف کرده بود:

این مسأله کمی عجیب است. ولی این امر نشان می‌دهد که آنها هنوز با اینترنت به عنوان یک رسانه آن‌چنان آشنا نیستند. آنها می‌دانند که هوادارانشان چگونه از اینترنت استفاده می‌کنند، و این که در آینده چه قدر به نفع گروهشان خواهد بود. بنابراین این مسأله تنها نیازمند یک فرایند آموزشی است. نمی‌دانم آیا این شرایط تفاوتی با رادیو دارد، زمانی که به عنوان یک رسانه جدید مطرح شد. با اختراع رادیو همه اعتراض کردند و گفتند «خدای من! چگونه قرار است به مردم پول پرداخت شود؛ رادیو رایگان است، در حالی که نباید باشد». اکنون ما نیز در حال دست و پنجه نرم کردن با چنین مسائلی هستیم.

ما در صنعت سینما هم دچار چنین مسأله‌ای هستیم. امروزه «بلاکباستر»^۲ و سایر بازارهای آثار ویدیویی بازاری ۱۸ میلیارد دلاری در اختیار دارند؛ و حجم بازار سینماها و گیشه‌های بلیطفروشی تنها ۷/۴ میلیارد دلار است. زمانی که «وی.سی.آر.»^۳ برای نخستین بار روانه بازار شد، همه گفتند «خدای من! دیگر

←

1. Lars Ulrich

2. Blockbuster

۳. دستگاه‌های پخش‌کننده ویدیو یا Videocassette recorder.

کسی سینما نمی‌رود. اما این طور نشد، چون رفتن به سینما بازار خود را دارد و بازاری هم برای امانت فیلم و تماشای خانگی آن وجود دارد. تأثیر این پدیده آن بود که صنعت فیلم رشدی دو و نیم برابری را تجربه کرد. ما معتقدیم به دلیل حضور ما رشد صنعت موسیقی بسیار بیشتر خواهد بود. آمار منتشر شده در نشریه «ساوندسکن»^۱ حاکی از آن است که سال گذشته سود صنعت موسیقی رشدی هشت درصدی داشته است». (Cave, 2000)

در نهایت شرکت «نپستر» مجبور شد دسترسی کاربرانی را که آثار این گروه را به اشتراک گذاشته بودند مسدود کند و همین مسأله به همراه پرونده «ریا»^۲ (یا انجمن صنعت ضبط آمریکا) که در فصل پیش توضیح داده شد باعث ورشگستی شرکت شد. این شرکت در سال ۲۰۱۱ به صورت قانونی دوباره شروع به کار کرد، به عنوان یک وبگاه آبونمانی برای ارائه آثار موسیقایی، و یک سال بعد گروه «متالیکا» نیز قراردادی با وبگاه «سپاتیفای»^۳ امضا و آناش را از طریق این وبگاه در اختیار کاربران قرار داد. «سین پارکر»^۴، که سرمایه‌گذار وبگاه «سپاتیفای» و یکی از بنیان‌گذاران شرکت «نپستر» بود، پس از آغاز این همکاری اظهار کرد: «درسی که از گذشته آموختیم این است که وقتی شما دو طرف دارید که با هم دیگر مخالفت می‌کنند، شما فکر می‌کنید دیدگاه طرف مقابل بسیار افراطی است (Lee, 2012)، شاید در آن زمان نوعی بدفهمی دربارهٔ مباحث وجود داشت. اکنون «پارکر» وارد بازار توزیع قانونی موسیقی شده و «متالیکا» پذیرفته که باید در بازار دسترسی و توزیع برخط موسیقی بماند و آن که بیرون ماندن از این فضا موجب می‌شود هنرمندان در کسب درآمدهای بالقوه باز بمانند. (این قرارداد تجاری سرانجام به دوستی منجر شد: «الریخ» در جشن عروسی «پارکر» در سال ۲۰۱۳ شرکت کرد (Topel, 2013)).

این نمونه‌ها موجب ایجاد این تصور می‌شوند که برخی پدیدآوران از حق مؤلف حمایت می‌کنند. بسیاری از صنایع فرهنگی محلی برای سازماندهی گروه‌های پدیدآوران «حفظ حق مؤلف» نیز هستند از گروه گسترده‌ای چون «هنرمندان ضد دستبرد دیجیتال»^۵ گرفته که نماینده هنرمندانی از صنایع گوناگون فرهنگی است، تا گروه‌های بسیار تخصصی‌تر مانند «نجات موسیقی آمریکا»^۶ که تمرکزش بر موسیقی کشور آمریکا است. «فدراسیون ضد دستبرد حق مؤلف»^۷ انگلستان نماینده شرکت‌های

1. Soundscan

2. RIAA

3. Spotify

4. Sean Parker

5. Artists Against Digital Theft

6. Save the Music America

7. Federation Against Copyright Theft (informally FACT)

بانفوذی چون «ویرجین میدیا»^۱ و شرکت «والت دیزنی»^۲ است، در حالی که «ما پدیدآور هستیم»^۳ برلین توسط گروهی از هنرمندان برای مخالف با «حزب دزدان آلمان»^۴ - که در حال گسترش بود - سازماندهی شد. پدیدآوران با پیوستن به چنین جنبش‌ها و گروه‌هایی احتمالاً وجاهت قانونی و قدرت بیشتری برای تضمین تقویت جایگاه خود و لابی‌گری با برای تغییر و تحولات آینده به دست خواهند آورد.

بسیاری از هنرمندان دیگر علیه نظام سنتی حق مؤلف و صناعی که قصد استعمار افراد و به‌ویژه تازه‌واردان را دارند، مزایای آشفته و اغلب حداقلی حاصل از حق مؤلف، و موضع افراد و عکس‌العمل‌های این‌چنینی به تغییرات عرصه فناوری سخن گفته‌اند. دیدگاه پدیدآوران پیرامون مخالفت با نظام حق مؤلف جدید نیست: مواردی تاریخی می‌توان مثال زد که پدیدآوران حق مؤلف را بی‌ارزش دانسته‌اند و تأکیدشان بر روش‌هایی بوده که در آن هنر بر پایه آثار پیشین خلق شود (معیار اصالت را به این شکل زیر سؤال برده‌اند)، و بر اهمیت انتشار بی‌قید و بند فرهنگ پافشاری کرده‌اند. «لئو تولستوی» در روزهای پایان عمرش یکی از آثار مشهورش را از حمایت حق مؤلف خارج کرد و برچسب «حوزه عمومی» (یا مباحات) بر آن زد (به این کار او در رمان و فیلم *آخرین ایستگاه*^۵ اشاره شده است). یک قرن بعد، در سال ۲۰۱۰، یکی از فیلم‌سازان برجسته به نام «جین لوک گودارد»^۶، حین کمک مالی به کاربر یک شبکه فرانسوی که متهم به نقض حق مؤلف شده بود، اظهار کرد: «چیزی به نام مالکیت فکری وجود ندارد».

درست مثل هنرمندانی که برای تقویت حق مؤلف به هم می‌پیوندند و لابی می‌کنند، پدیدآوران مخالف حق مؤلف نیز نهادهایی در این زمینه راه‌اندازی کرده‌اند، از آنانی که می‌خواهند قانون حق مؤلف را به نفع پدیدآوران تغییر دهند گرفته تا پدیدآورانی که با کل نظام حق مؤلف مخالف هستند. در انگلستان، کمپین «اتحادیه هنرمندان خاص» برای «تمام هنرمندان جهت برخورداری از نظارت بیشتر بر آثارشان

1. Virgin Media

4. German Pirate Party

2. Walt Disney Company

5. The Last Station

3. We Are the Creators

6. Jean Luc Godard

و دریافت سهم منصفانه تر از سود حاصل از عرضه آثارشان در عصر دیجیتال» راه اندازی شده است. برچسب های مرتبط با آثار صوتی و جوامع موسیقایی مؤسسه «کریتو کامنز»^۱ به هنرمندان اجازه می دهد امکان دسترسی آزاد به آثارشان را فراهم کنند، که جایگزینی برای نظام سنتی حق مؤلف است. در بخش بعدی به مهم ترین آراء پدیدآورانی که قصد اصلاح یا تغییر حق مؤلف را دارند اشاره خواهد شد.

۵-۶. ضد حق مؤلف نه، اما ضد سازوکار فعلی

برخی پدیدآوران به این فکر می کنند که چگونه می توان نظام فعلی حق مؤلف را طوری اصلاح یا کامل کرد که خسارت ناشی از تغییر الگوهای مصرف و فروگذاری غیرمجاز توسط برخی کاربران جبران شود: این پدیدآوران مخالف حق مؤلف نیستند و اغلب همان حرف های صنایع مرتبط را تکرار می کنند، اما به سازوکار فعلی اجرای قانون حق مؤلف - که سهم دریافتی پدیدآوران را اندک در نظر می گیرد - نقد وارد می کنند. وبگاه های ارائه دهنده خدمات پخش زنده، مانند «یوتیوب»، «تفلیکس»، «لووفیلیم»، و «سپاتیفای» یکی از شیوه های جایگزین توزیع را در عصر دیجیتال به ارمغان آورده اند. در فصل چهارم موقعیت چنین بسترهایی به عنوان واسطه هایی در آشفته بازار حق مؤلف بررسی شد. بحث این فصل نشان داد در حالی که برخی پدیدآوران از دیدن آنها به وجد آمده بودند و از این فناوری های جدید به راهی به سمت آینده پشتیبانی می کردند، دیگران این بسترها را به دلیل درآمدهای ناچیز و دادن این درآمدها به شرکت های مالک حقوق آثار منتشره ملامت می کردند.

ممکن است پدیدآوران به فناوری های جدید به عنوان واسطه ای منصف تر و سودآورتر از شرکت های طرف قراردادشان نگاه کنند، اما هنوز کسی نتوانسته اعداد این واسطه ها می توانند درآمد قابل توجهی برای پدیدآوران به همراه داشته باشند. به لحاظ حق مؤلف، عکس العمل نسبت به چنین فناوری هایی متفاوت بوده است. هنرمندان قدیمی تر این بسترها را به دلیل درآمدزایی ناچیزشان برای پدیدآوران نقد وارد کرده و

1 Creative Commons (creativecommons.org/record-labels, creativecommons.org/music-communities)

می‌گویند: این پلتفوم‌ها، به عنوان واسطه، بهتر از شرکت‌هایی نیستند که نهایتاً تمام درآمدهای ناچیز را هم تصاحب می‌کنند، تازه اگر بدتر نباشند. بنیان‌گذار گروه «ریدیوهد»^۱، «تام یورک»^۲، «سپاتیفای» را صنعت مستأصل و رو به مرگ می‌داند که آخرین نفس‌های عمرش را می‌کشد: «احساس می‌کنم ما موسیقیدانان باید علیه چیزهایی مانند «سپاتیفای» مبارزه کنیم. من تصور می‌کنم کل داستان آن است که آن‌چه اتفاق می‌افتد آخرین نفس‌های یک صنعت فرسوده و پیر است. و در نهایت از بین خواهد رفت و چیز دیگری جای آن را خواهد گرفت (Dredge, 2013b). «دیوید بایرن»^۳ سرشناس‌ترین چهره گروه «تاکینگ هدز»^۴ مثالی از محدودیت‌های وبگاه‌های پخش برخط آورده است:

برای مثال، آهنگ تابستان گروه «دافت پانکس»^۵ با نام «گت لاکسی»^۶ تا آخر ماه آگوست نزدیک به ۱۰۴۷۶۰۰۰۰ بار در وبگاه «سپاتیفای» گوش داده شد: دو نفر از اعضای این گروه هرکدام توانستند ۱۳۰۰۰ دلار از این طریق کسب کنند. این درآمد بد نبود، اما فراموش نکنید که تنها این قطعه موسیقی نتیجه ضبط طولانی مدتی است که زمان و هزینه زیادی برده تا پدید آید. اگر روی درآمد حاصل از فروش موسیقی از این طریق به عنوان تنها منبع درآمد حساب کنیم، حتی هزینه‌های ضبط را هم پوشش نمی‌دهد. حالا تصور کنید برای گروه‌هایی که چنین میزان بازدیدی در تابستان نداشته‌اند شرایط به چه شکل است؟ (Byrne, 2013)

منطق چنین نقدهایی – که بخش صنعت چندان به آنها توجهی ندارد – این است که حق مؤلف باید حقوق مالی هنرمندان را برایشان به ارمغان آورد، در حالی که همان‌طور که در مثال دیدیم حقوق مالی هنرمندان (حتی آنهایی که با اصل حق مؤلف موافق هستند) از طریق ساختارهای صنعتی قدیم و جدید اغلب پرداخته نمی‌شود. نقدهایی که به اجرای حق مؤلف وارد شده لزوماً به توجیه چیره‌تری که صنایع فرهنگی و سیاست‌گذاران اتخاذ کرده‌اند نمی‌چربد.

اما به نظر می‌رسد هنرمندان مستقل‌تر و تازه‌کار در این زمینه خوش‌بین‌تر هستند. هنرمندان مستقل به این نوع خدمات به عنوان منبع درآمدی نگاه کنند که

1. Radiohead

4. Talking Heads

2. Thom Yorke

5. Daft Punk

3. David Byrne

6. Get Lucky

روزبه‌روز مهم‌تر می‌شود (Dredge, 2013b)، و هنرمندان تازه‌کار به چنین بسترهایی به عنوان یک ابزار تبلیغ نگاه می‌کنند، حتی اگر درآمدشان نیز ناچیز باشد — که اتفاقاً در موارد بسیاری ناچیز است. پدیدآورانی که قصد امرار معاش با درآمدهای حاصل از حق مؤلف ندارند (شکاف چشم‌گیر میان درآمدهای پدیدآوران سرشناس و سایر پدیدآوران را فراموش نکنید) عملاً حق مؤلف به عنوان یک ابزار ارزیابی را حذف کرده‌اند. تبدیل شدن حق مؤلف به ابزاری ساختن یا نابود کردن یک حرفه هنری خود از انتقادهایی است که به سازوکار فعلی (یا غلبه نظام حقوق و پاداشی که پدیدآوران را به شدت تحت تأثیر قرار داده!) وارد است. جنبه تبلیغاتی بسترهای پخش برخط ممکن است موجب شود هواداران خریدهایی انجام دهند که منجر به کسب درآمد برای این بسترها شود یا ممکن است باعث شود از راه‌های دیگری درآمدزایی کنند و بسیاری از پدیدآوران این بسترها را قهرمانان محتوای کمتر سنتی و عرصه حاضر می‌پنداشته‌اند. برای مثال، «میچ هارویتز»^۱ خالق توسعه نام‌م،^۲ یک مجموعه تلویزیونی طنز که فصل چهارم توسط شرکت «نت فلیکس» تولید و توزیع شد، این پلتفرم را ستایش کرده است چون با فضایی که به تلویزیون داده تحولی در این زمینه ایجاد کرده و لزوماً مناسب الگوهای سنتی نیست و ممکن است برای کهنه‌کاران این عرصه ریسک‌هایی به همراه داشته باشد (A. Lee, 2013).

برخی از هنرمندان، به جای آن‌که مانند سرشناس‌ها از تقویت حق مؤلف حمایت کنند، یا موافق تسریع رشد بسترهای جدید باشند تا برای هنرمندان درآمدزایی کنند (که سابقاً مورد پذیرش همگان نبوده)، خواستار بازنگری بخش‌هایی از حق مؤلف هستند که می‌تواند برای پدیدآوران درآمدزایی در بر داشته باشد یا موجب ترویج خلاقیت و ابتکار شود. بسیاری از پدیدآوران مشکلی با آنچه در قانون حق مؤلف نوشته شده ندارند، بلکه انتقادشان متوجه اجرای نابرابر آن و بی توجهی وکلای عصبی و پدیدآوران غیرمنطقی به استثنایها است. با حمایت پژوهشگران و حقوق‌دانان، پدیدآوران تلاش کرده‌اند تا بیشترین استفاده را از قانون حق مؤلف فعلی

1. Mitch Hurwitz

2. Arrested Development

ببرند، به‌ویژه زمانی که مسأله استثنایا پیش می‌آید. برای مثال، «آو فدرهید»^۱ و «جازی»^۲ (۲۰۱۱) به منظور اصلاح «استفاده منصفانه» در فیلم مستند با مستندسازان ایالات متحده همکاری داشته‌اند. دلیل انجام این پروژه آن بود که نگرانی مستندسازان درباره استفاده منصفانه در آثارشان با تهدید دستبرد ادبی جایگزین شد، که موجب اتخاذ رویکردی محافظه‌کارانه‌تر نسبت به آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف شد: «آنها اغلب به محدودیت‌های شدید اعمال‌شده برای استفاده خودشان از آثار به عنوان بهایی که صاحبان آثار باید به منظور تأمین امنیت پردازند نگاه می‌کنند» (Aufderheide and Jaszi, 2011: 94). برای پرهیز از استفاده آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف (مانند پخش چند رسانه‌ای‌ها در پس‌زمینه صحنه‌های گوناگون فیلم‌ها)، این دو پژوهشگر معتقدند که «افراد مسئول ثبت واقعیت، واقعیت را تغییر نمی‌دهند، بلکه از آن پرهیز می‌کنند» (۲۰۱۱: ۹۶). مباحث مستندسازان پیرامون شرایط دلخواه آنان برای استفاده از آثار دیگران و استفاده دیگران از آثارشان (که بی‌شبهت با احکام استفاده منصفانه فعلی نبود) منجر به ایجاد دستورالعملی با نام *بیانیه مستندسازان* درباره *بهین تجربه‌ها در قانون استفاده منصفانه* شد که در نمونه‌های گوناگونی به کار رفته و به نوعی فیلم‌ها را ضمانت کرده است (آن‌جا که تولیدکنندگان پیش‌تر نگران شکایت دیگران درباره نقض حق مؤلف بودند). این یک نمونه خاص و جالب توجه است چون در این مورد قانون هیچ گونه تغییری نکرده، بلکه گفتمانی ایجاد شده که امکان تفسیر کم‌تر محافظه‌کارانه را فراهم کرده و منجر به تغییر رویه‌ها شده است. افزون بر این، با فهمی دقیق‌تر از استفاده منصفانه، دید فیلم‌سازان نیز نسبت به استفاده منصفانه از آثارشان بازتر می‌شود.

با آن‌که امکان انتقاد از نظام حق مؤلف بدون ارائه یک راه‌حل مشخص وجود دارد، پژوهش «مک‌لئود» و «دیکولا» (۲۰۱۱) درباره «قطعه‌چینی»^۳ موسیقی و شیوه‌ای که حق مؤلف ممکن است موجب محدود کردن خلاقیت شود مثال زدنی است، چون

1. Aufderheide 2. Jaszi

۳. واژه Sampling یعنی آن‌که قطعه کوتاهی از یک موسیقی برداشته و در جای دیگری استفاده شود.

پیشنهادهای شفاف و دقیقی پیرامون بهبود نظام حق مؤلف به گونه‌ای که برای دو طرف (قطعه چین و کسی که اثر او قطعه چینی شده) سودمند باشد در این پژوهش ارائه شده است. در جایی دیگر آنها از نظام حق مؤلف و منطقش دفاع کرده‌اند، منتها با اصلاحاتی که منجر به سودآوری بیشتر برای پدیدآوران شود. آنها پس از پرداختن به مسائل مربوط به تضمین حقوق و تقسیم درآمدها، راجع به اصلاحاتی که می‌تواند محدودیت‌های حق مؤلف بر سر راه خلاقیت آزاد را کمتر کند و حقوق صاحبان حق مؤلف را نیز به خوبی حفظ کند نظرشان را بیان می‌کنند. حقوق مالکیت باکیفیت‌تر (احتمالاً شفافیت موجب بهبود نظام کسب اجازه در قطعه‌چینی و اطمینان خاطر بیشتری هم به صاحبان حق مؤلف این آثار می‌دهد)؛ مجوزهای اجباری با سقف قیمت معین که موجب بازداشتن صاحبان حقوق از منبع استفاده از آثارشان می‌شود؛ افزودن بخش پیرامون استفاده‌هایی که تخلف محسوب نمی‌شوند (یک آستانه حداقلی؛ استفاده منصفانه که هم در بر دارنده خلاقیت است و هم تفسیر و تقریظ)؛ نوآوری‌های گوناگون در مجوزهای داوطلبانه از «کریتو کامنز» و فروشگاه‌های آثار قطعه‌چینی شده که هر قطعه‌ای می‌فروشند گرفته تا پایگاه‌های احراز هویت از جمله نظرهای «مک‌لثود» و «دیکولا» است. بسیاری از این پیشنهادها تکرار آن چیزهایی بود که «توین‌بی» در یک اثر قدیمی‌تر به آنها این‌گونه اشاره کرده بود که «قانون حق مؤلف تمام مسائل موسیقی «پاپ» را در عمل پوشش نمی‌دهد» (۲۰۰۴، ۱۲۷). قطعه‌چینی هم جزء این مسائل بوده، اما اشکال نوآورانه موسیقایی مانند «ضبط و بدیهه‌سرایی»، که ممکن است یک قطعه هنری نباشد اما اجرای آن قطعه هنری قلمداد می‌شود، نیز از مسائلی بوده که حق مؤلف آن را پوشش نمی‌دهد. سرانجام، این دو پژوهش دیدگاه پدیدآوران را امری کلیدی برای اصلاح حق مؤلف یا رهایی از آن عنوان می‌کنند.

بنابراین، فرض بر این بود که انطباق یا تفسیر حق مؤلف همان‌گونه که تا کنون تصور می‌شد، با رعایت منصفانه حقوق مادی پدیدآوران، به گونه‌ای که مانع خلاقیت پدیدآوران نشود، همراه است. سرانجام، تلاش برای برهم زدن این تعادل موجب

توجیه حق مؤلف به عنوان قانونی شد که انگیزه پدیدآوری و ابتکار را فراهم می‌کند. اما، آن‌گونه که پیش‌تر گفته شد پاداش مالی مستقیم تنها انگیزه‌ای نیست که پدیدآوران را به ابتکار تشویق می‌کند و دوباره باید به نقش حقوق معنوی در این زمینه اشاره کنیم، و باید تأکید کنیم که تمایز میان پاداش‌های مالی و غیرمالی به شدت خاکستری است و شفافیت در آن زمینه وجود ندارد. «توز» نقش حقوق معنوی در مسائل مالی را این‌گونه توضیح می‌دهد: «حقوق معنوی انگیزه‌ای برای پدیدآوردن آثار هنری است، چون شهرت هنری و حرفه‌ای را به دنبال دارد» (۲۰۰۶، ۵۷۱)، که خود این امر متعاقباً بر ارزش بازار آثار تأثیرگذار است. از این رو، تقویت و حمایت از حقوق معنوی دیگر پیشنهادی است که احتمالاً قدرت و پاداش بیشتری برای پدیدآوران به ارمغان خواهد آورد، اگرچه «توز» به دشواری تعیین دقیق پدیدآور برخی آثار (مانند چندرسانه‌ای‌ها)، و بنابراین، هزینه‌های سرسام‌آور و موانعی از این قبیل اشاره می‌کند که سر راه پدیدآورانی وجود داشته که درگیر نظام پیچیده شفاف‌سازی حقوق در «قطعه‌چینی‌ها» بوده‌اند.

۷-۵. دیگر دیدگاه‌ها نسبت به حق مؤلف و رویکردهای جایگزین برای تأمین مالی آثار ابتکاری

بسیاری از افراد راه‌حل چالش‌های ناشی از حق مؤلف در عصر دیجیتال را در تقویت و تفسیر متفاوت قانون حق مؤلف نمی‌دانند، بلکه کنار گذاشتن قانون واندیشیدن به راه‌حل‌های جدید برای پرداخت حقوق آثار ابتکاری، و در برخی موارد ارائه پاداش به پدیدآوران خلاق را چاره کار می‌دانند. در ادامه به برخی از این راهکارهایی اشاره خواهیم کرد که جایگزین‌های بهتر و موفق‌تری برای پرداخت حقوق پدیدآوران و ابتکار آنها به نظر می‌رسند.

۷-۵-۱. دستبرد به عنوان مشوق و انگیزه: پوشش نقره‌ای قانون‌شکنی

از پاسخ‌های پدیدآوران به ادعایی درباره تهدید استفاده غیرمجاز از آثار حق مؤلف استقبال از پوشش نقره‌ای دسترسی و توزیع غیرمجاز بوده است. در فصل دوم گفتیم

که چگونه پدیدآوران برنامه تلویزیونی «گیم آو ترونز»^۱ دسترسی غیرمجاز را به عنوان ابزاری تبلیغی تفسیر کردند، و رویکرد شرکت «اچ.بی.او.» را برای استفاده از دسترسی غیرقانونی به عنوان ابزاری برای افزایش اشتراک‌های پولی به چالش کشیدند. در آن زمان، معلوم شد که دستبرد مشوقی برای ایجاد مدل‌های جدید توزیع جهانی نیز بوده است. برخی از کاربران در کشورهای گوناگون برای دیدن فیلم‌ها یا مجموعه‌های تلویزیونی پیش از انتشار رسمی آنها مرتکب دانهود غیرقانونی می‌شدند تا مجبور نباشند زیاد منتظر قسمت‌های جدید بمانند، و برخی تولیدکنندگان و شرکت‌ها نیز به این چالش با کوتاه کردن یا حذف فاصله زمانی میان انتشار دو قسمت یک مجموعه تلویزیونی یا یک فیلم پاسخ داده‌اند. مجموعه تلویزیونی آمریکایی «بریکنگ بد»^۲ با محبوبیت جهانی روبه‌رو شد و درست پس از انتشار آن هزاران بیننده با استفاده از بسترهای «پی.تو.پی.» به آن دسترسی پیدا کردند. در نیمه دوم قسمت‌های پایانی این مجموعه، بیننده‌های انگلیسی می‌توانستند از طریق «نتفلیکس» چند ساعت پس از انتشارش در ایالات متحده آن را ببینند. فاصله بین روزهای انتشار فیلم‌ها در کشورهای گوناگون بسیار کم شده است و برخی از فیلم‌های پرفروش برای مواجهه با دستبرد و دانهود غیرقانونی در همان روز انتشار در بازارهای گوناگون توزیع می‌شوند. همچنین، اخیراً فیلم‌هایی هستند که به صورت هم‌زمان در سینما، روی لوح فشرده، در فضای برخط، و در تلویزیون نمایش داده شده‌اند. با آن‌که هنوز درباره ارزش و منفعت خدمات پخش برخط برای پدیدآوران تردید وجود دارد، هواداران این مدل جدید معتقدند که دسترسی قانونی از این طریق می‌تواند جایگزین دسترسی‌های غیرقانونی شود به شرطی که با نیازها و خواسته‌های کاربران هم‌خوان شود. هرچند کسب درآمد از آثار نوآورانه و نظام پاداش‌دهی این آثار هنوز وابسته به حق مؤلف است، اما نگاه به دستبرد آثار برای اهداف تبلیغی و تشویقی نشان‌دهنده تغییر کمپین‌ها و کوشش‌های ضد دستبرد به تلاش برای تنظیم،

1. Game of Thrones

2. Breaking Bad

اجرا، و پیشبرد تفکر متفاوتی درباره و در پاسخ به استفاده های غیرمجاز است. در فصل چهارم نیز به شیوه های کسب درآمد از طریق دستبرد آثار پرداختیم.

ممکن است دستبرد آثار در حوزه های دیگر ابزاری تبلیغی برای فعالیت های سودآور دیگری باشد: «گیر»^۱ و «شای»^۲ (۲۰۰۶) مدلی ارائه کردند که نشان می داد چگونه دستبرد تحت شرایط خاصی می تواند برای موسیقیدان ها با ایجاد نیاز بیشتر برای اجراهای زنده سودآور باشد. افزون بر این، آنها به پژوهش هایی در حوزه اقتصاد اشاره می کنند که نشان می دهند دستبرد و نمونه های رایگان چگونه می توانند موجب افزایش نیاز به خرید نسخه های قانونی شوند. اگرچه «معاهده های ۳۶۰» (که در فصل دوم توضیح داده شد) کوششی برای گردآوری درآمدهای حاصل از خارج دامنه حق مؤلف بود، اما پژوهش «گیر» و «شای» کلیدی است چون به پژوهش های بسیاری اشاره کرده اند که نشان می دهند تهدیدهای مالی ناشی از نقض حق مؤلف برای پدیدآوران و ناشران یکسان است، حتی اگر - همان گونه که ما بررسی کردیم - حقوق این دو در قانون حق مؤلف همانند نباشد.

۵-۷-۲. تأمین مالی جمعی و متن باز: کمرنگ کردن نقش دلالات و استفاده از توان جمعی

بر خلاف هیاهوی جنبش ضد دستبرد، فراموش شدن دیجیتال سازی که می تواند در زمینه تأمین مالی و خلق آثار نوآورانه فرصت های بسیاری ایجاد کند، چندان سخت نیست. برخی از پدیدآوران به مسیرهایی فکر کرده اند که دلالات آنها - آن گونه که در صنایع فرهنگی سنتی حضور داشتند - آنجا نقشی نداشته باشند و بتوانند به طور مستقیم با هوادارانشان در ارتباط باشند و از توان آنها برای تأمین مالی آثار و پدیدآوری مشترک استفاده کنند.

گروه «ریدیوهد» پس از انتشار آلبوم «در رنگین کمان ها»^۳ در سال ۲۰۰۷، عنوان کرد به تک تک هواداران اجازه دهید خوشان انتخاب کنند که برای دانلود چقدر پول می پردازند. البته گروه «ریدیوهد» بیشتر از بسیاری از پدیدآوران دیگر سود کرد: با

1. Gayer

2. Shy

3. In Rainbows

این شغل موفق (همراه با پشتیبانی بسیار زیاد کاربران)، آنها مرکزی برای تأمین مالی تولید آلبوم پیش از فروش آن به هواداران داشتند و با این شمار قابل توجه هوادار که از پیش شناسایی شده بودند خطر را به حداقل می رساندند. در حالی که دیگر پدیدآوران از آن زمان به بعد از مدل «هر چه قدر می خواهید بپردازد» پیروی کردند، اما در واقع این مدل هیچ گاه روش فراگیری برای توزیع آثار نشد و همین امر گویای اشکالات این مدل بود، و شاید نگرانی از این که ممکن است شمار هوادارانی که می خواهند پول پرداخت کنند به میزان دلخواه نباشد. با این وجود، چنین مدلی به فرصت‌هایی اشاره دارد که می تواند بازار سنتی قیمت گذاری را به چالش بکشد و رویکرد مثبت و کاربر محوری نسبت به تبعیض قیمتی ارائه دهد.

برای پدیدآورانی که به دنبال تولید آثار نوآورانه هستند (نه فروش آثار تولیدشده)، «تأمین مالی جمعی»^۱ جایگزینی برای اتکا به شرکت‌ها و قراردادهای سنتی است. تأمین مالی جمعی مدلی است که در آن از توان مالی مشارکت کنندگان خرد بسیاری به منظور پشتیبانی از یک طرح خاص استفاده می شود. با این که این مدل تازه نیست، اما اینترنت بستری برای پدیدآوران فراهم کرده است که با کمک آن می توانند به طیف گسترده‌ای از کاربران دسترسی پیدا کنند و آثارشان را به آسانی توزیع کنند. در حال حاضر بزرگترین این بسترها «کیک‌استارتر»^۲ است که به واسطه آن پدیدآوران می توانند کمک‌های مالی افراد از سراسر جهان را از طریق «سرویس پرداخت آمازون» دریافت کنند. "«کیک‌استارتر» موفقیت خود را این گونه توضیح می دهد: «کیک‌استارتر» پر است از پروژه‌های کوچک و بزرگ که از طریق حمایت مستقیم افرادی همانند شما به انجام می رسند. از زمان راه اندازی سرویس ما در سال ۲۰۰۹، ۵/۲ میلیون نفر حمایت مالی ۵۱۰۰۰ طرح نوآورانه را به ارزش ۸۷۳ میلیون دلار تأمین کرده‌اند" (Kickstarter, 2014).

تأمین مالی جمعی شکل مدرن حمایت از هنر است و بسیاری از پدیدآوران به عنوان جایگزینی برای کار کردن با واسطه‌های سنتی (یا آنهایی که نمی توانند با این

1. Crowdfunding

2. Kickstarter

واسطه‌های سنتی قرارداد ببندند) به آن نگاه می‌کنند. حضور فیلم‌های بلند، برنامه‌های مستند، و فیلم‌های کوتاه در «جشنواره فیلم ساندنس»^۱ که از طریق این مدل تأمین مالی شده اند خود بیانگر موفقیت چنین مدلی است. افزون بر این، تأمین مالی فیلم «ورونیکا مارس»^۲ محصول ۲۰۱۴ که بر پایه مجموعه تلویزیونی «کالت»^۳ ساخته شد نیز از طریق «کیک‌استارتر» انجام شد و هم‌زمان هم در تئاترها و هم از طریق مدل «ویدیوی تقاضامحور»^۴ پخش شد؛ این مثال نیز از نمونه‌هایی است که ماهیت آن همکاری میان هواداران و پدیدآوران است.

در مدل تأمین مالی جمعی تنها نقش حامیان ارائه کمک‌های مالی است. دیگر مدل‌ها کاربران را به مشارکت در تولید مشترک تشویق می‌کنند. شاید محبوب‌ترین این گونه مدل‌ها مدل توسعه متن باز است که کدهای نرم‌افزارهای رایانه‌ای به اشتراک گذاشته می‌شود و کاربران می‌توانند با مشارکت هم‌دیگر و به عنوان یک تیم نرم‌افزارها را ویرایش و بهبود بخشند (Berry, 2008). مفهوم متن باز متعاقباً در دیگر فرایندهای مشارکتی که منابع قابل ویرایش را در دسترس کاربران قرار می‌دهند نیز به کار گرفته شد. به لحاظ پدیدآوری و ابتکار، مدل متن باز کاستی‌هایی در زمینه مالکیت حق مؤلف نرم‌افزارها داشت: اما برخی می‌گویند حمایت از نرم‌افزارها مانع از نوآوری و ابتکار می‌شود. با آن‌که ممکن است نرم‌افزارهای متن باز برای تولید اثری نوآورانه (همانند یک نرم‌افزار ویرایش فیلم متن باز) به کار روند، اما فرایند مشارکت پاداش مالی در پی نخواهد داشت (یا به دنبال پاداش مالی نیست). برخی از منتقدان طرح مدل متن باز را به عنوان مدل جایگزینی برای تولید آثار نوآورانه به نقد کشیده‌اند و معتقدند این مدل تنها به درد علاقه‌مندان می‌خورد.

واژه «جمع‌سپاری»^۵ [یا «انبوه‌سپاری»] که برای توصیف برون‌سپاری طرح‌ها به کاربران به کار می‌رود نیز به شیوه‌های گوناگونی استفاده می‌شود، از قبیل مطرح یک پروژه در عرصه متن باز، اما یکی از استفاده‌های رایج از این مدل که تفاوت آن را با

1. Sundance Film Festival

4. Video-on-Demand

2. Veronica Mars

5. Crowdsourcing

3. Cult television series

متن باز بهتر نمایان می‌کند به مدلی مربوط می‌شود که در آن افراد به رقابت با هم دیگر در مشارکت در پیشبرد یک ایده، محصول، یا خدمتی خاص - خواه یک کد رایانه‌ای، خواه طرح روی تی شرت یا ساخت ویدیویی برای یک موسیقی - تشویق می‌شوند. از دیدگاه «برابام»^۱ جمع‌سپاری با ارائه راهکاری شفاف برای پرداخت دستمزد مشارکت‌کنندگان، مسأله وابستگی مدل توسعه متن باز را به فعالیت مجانی رفع می‌کند، و مدلی ترکیبی است که عناصر شفافیت و مردم‌سالاری‌سازی متن باز را با روش‌های عملی انجام کسب‌وکاری سودآور را در هم می‌آمیزد، و فضای وب همه این‌ها را شدنی کرده است (۲۰۰۸: ۸۲). با این وجود، جمع‌سپاری که هنوز راهکاری بحث‌برانگیز است، مشکلات متفاوتی به همراه دارد و محل پرسش‌های اخلاقی گوناگونی است. «برابام» معتقد است که ارزش کار فکری انجام شده توسط یک اجتماع بسیار بیش از دستمزدی است که برای این کارها پرداخت می‌شود (۲۰۰۸: ۸۳) و «کندی»^۲ در هم‌دردی با این شرایط، این روش را این‌گونه نقد می‌کند: طرح‌های جمع‌سپاری ارزش کار افراد را پایین می‌آورند؛ دستمزدهای پرداختی آنها غیر منصفانه است؛ بعید نیست که این طرح‌ها به پرونده‌های حقوقی پیچیده منجر شوند؛ آنها اقلیت‌ها را به استخدام می‌گیرند؛ و یک فضای کاری آنها - متشکل از مشتریان، میزبانان، و طراحان - غیراخلاقی است (۲۰۱۳: ۲۲۹). این‌که آیا و چگونه افراد می‌توانند از طریق این روش امرار معاش کنند تنها یک پرسش از چندین پرسشی است که در این زمینه وجود دارد. عیب‌یابی این سازش منصفانه‌ای که برای بسیاری از افراد فرصت شغلی و درآمدزایی ایجاد می‌کند و این رویکرد که ممکن است نوآوری به همراه داشته باشد یا نه دشوار است.

۵-۷-۳. توزیع منصفانه‌تر بودجه

کوشش‌هایی که در زمینه حل نابرابری‌هایی که نظام حق مؤلف به وجود آورده است منجر به راهکارهای جایگزینی شده که به دنبال دستیابی به توزیع منصفانه‌تر هزینه‌ها

1. Brabham

2. Kennedy

برای پدیدآوران هستند. یکی از این راهکارها اتکای بیشتر به یارانه‌های دولتی است. «توز» اظهار می‌کند که «در بیشتر کشورهای توسعه‌یافته حق مؤلف و پرداخت یارانه به هنرها، همراه با هدایا و پاداش‌هایی از این دست، در کنار هم وجود دارند و به طور معمول مکمل هم دیگر هستند. هنرهایی که از محبوبیت بیشتری برخوردارند بیشتر وابسته به حق مؤلف به عنوان انگیزه‌ای برای ابتکار هستند، در حالی که در هنرهای عالی [که در میان عامه چندان محبوب نیستند] بیشتر از یارانه‌های دولتی بهره می‌برند تا تعادل در این زمینه برقرار شود. با آن‌که نظام یارانه‌ای دولتی مزایا (می‌تواند برابری را به همراه داشته باشد) و معایب (چه کسی درباره کیفیت و ممتاز بودن آثار قضاوت می‌کند؟) خاص خود را دارا است. مفادش تناقض‌های جالبی با نظام حق مؤلف دارد که به صورت پیش‌فرض شیوه‌ای مبرهن و طبیعی برای پرداخت پاداش آثار نوآورانه قلمداد می‌شود. افزون بر این، این تفاوت‌ها و مزایای بالقوه به عنوان یکی از پایه‌های خدمات رسانه‌ای عمومی در نظر گرفته می‌شود، که بخشی از هزینه‌هایش از طریق یارانه‌های دولتی تأمین می‌شود.

از دیگر مدل‌های جایگزین برای پرداخت دستمزد پدیدآوران به مالیات و خراجی مربوط است که روی دسترسی یا ارسال محتوا و بر درآمد صاحبان حق مؤلف آثار بسته می‌شود. پیشنهادهایی که در این زمینه ارائه شده بر مالیات‌بندی روی عناصر توزیع یا کالاهای مشخصی تمرکز دارد: کشورهایی هم‌چون کانادا، بلژیک، و فنلاند از قبل مالیات خاصی روی هزینه‌های تولید همه یا برخی از رسانه‌های خام (برای مثال لوح‌های فشرده‌ای که هنوز خالی هستند و چیزی در آنها ذخیره نشده است)، به منظور پیش‌روی با فناوری‌های نوین اعمال کرده‌اند. با این وجود بسیاری از روش‌های مالیات‌بندی نقد شده‌اند، به این دلیل که به نفع شرکت‌های رسانه‌ای بزرگ هستند و روش آنها برای توزیع درآمدها متضمن سهم بیشتری برای پدیدآوران نیست (که ممکن است مالک حق مؤلف نباشند).^۱ «فلو» و

1. Flew

همکارانش (۲۰۰۶) به توضیح «مدل مبتنی بر مالیات فیش»^۱ می‌پردازند، که روی تمامی کالاها و خدمات استفاده شده برای دسترسی به رسانه‌ها مالیات وضع می‌کند، و طبق آن مالکان محتوا سهم قابل توجهی از این مالیات را باید بپردازند (چون مدیریت این مدل بر عهده دولت است). چنین نظامی چالش‌هایی نیز به همراه دارد: مالکان محتوا می‌توانند آمارهای استفاده از محتوا را دستکاری کنند و با تهدید شدن کانال‌های سنتی نرخ مالیات به مرور زمان بیشتر خواهد شد. تعیین چگونگی توزیع درآمدها در زمینه‌های گوناگون دشوار خواهد بود و روی ابزارهایی نیز که برای دسترسی به محتوای تحت حمایت قانون حق مؤلف استفاده نمی‌شوند مالیات وضع خواهد شد. با این وجود، برآورد می‌شود مشتریان در حال حاضر بیشتر محتوای ضبط‌شده سرگرم‌کننده را بخرند و با وضع مالیات تمایل آنها به خرید کاهش پیدا خواهد کرد (Fisher, 2004, cited in Flew et al., 2006). یک نظام کارآمد مبتنی بر مالیات نیازمند شکل ساده‌ای از فناوری «مدیریت محتوای دیجیتال» است تا امکان ردگیری استفاده از محتوا را فراهم کند. طرح اولیه‌ای از این نظام نیاز است تا شواهد کافی در این زمینه به دست آید، اما «فلو» و همکارانش (۲۰۰۶) معتقدند که راه‌اندازی چنین نظامی سهم پدیدآوران از درآمدها را افزایش خواهد داد و دستبرد آثار را غیرممکن می‌کند.

در نسخه دیگری از نظام مبتنی بر مالیات پدیدآوران و مالکان محتوا قدرت انتخاب دارند: این نظام پرداخت دستمزد جایگزین مبنایی داوطلبانه دارد و به پدیدآوران قدرت انتخاب یک نهاد را در بین چندین نهاد گردآورنده می‌دهد، نهادهایی که محتوا را در مرکزی مدیریت، ذخیره، و برای عموم دسترس‌پذیر می‌کنند (Flew et al., 2006: 9) (برای اطلاعات بیشتر می‌توانید به فصل چهارم نیز مراجعه کنید). در انگلستان، بنیاد پیشگامان الکترونیک پیشنهاد پشتیبانی از یک نظام گردآوری داوطلبانه را به عنوان بدیلی برای مالیات پهن‌بند طرح کرده که به گفته آنها مالیات

1. Fisher's levy-based model

پهن باند نه تنها برای هواداران غیرمنصفانه است بلکه شفافیت در صنایع را کاهش خواهد داد، چون این شانس را از پدیدآوران می گیرد که نهاد گردآورنده دلخواهشان را انتخاب کنند (EFF, 2008).

آن گونه که در این فصل مشخص شد، تجارب و دیدگاه پدیدآوران بسیار متفاوت است: تجربه پدیدآوران تازه وارد نشان می دهد که ممکن است حق مؤلف درآمد کمتری به نسبت پدیدآوران حرفه ای به همراه داشته باشد، و با این که شماراندکی از پدیدآوران حرفه ای درآمدهای هنگفتی به واسطه حق مؤلف دریافت می کنند، بسیاری دیگر پاداش های مالی ناچیزی به دست می آورند. دلیل این که چرا تمایز دیدگاه و جبهه پدیدآوران با گفتمان صنایع فرهنگی اهمیت دارد، باید تا کنون روشن شده باشد: پدیدآوران همیشه و لزوماً با دلایل صنایع مرتبط فرهنگی و دیدگاه پدیدآوران درباره این که حق مؤلف باید به قدری تقویت شود که بتواند واقعاً حقوق مزایای پدیدآوران را بپردازد موافق نیستند و بر سر این که جایگزین نظام حق مؤلف چه خواهد بود نیز توافق وجود ندارد و طیف گسترده ای از راهکارها پیشنهاد شده است. این ناهماهنگی و نبود توافق نمایندگی و پشتیبانی از پدیدآوران را بسیار دشوار کرده است. با این وجود، مقابله با این آشفتگی دیدگاه ها زمانی اهمیت بیشتری پیدا می کند که بدانیم دیدگاه پدیدآوران و پاداش آثار نوآورانه (چه واقعی و چه خیالی) چگونه برای شکل دادن به عقاید و دیدگاه های طرفداران و حامیانی که می خواهند از هنرمندانشان پشتیبانی کنند استفاده می شود: دیدگاه های کاربران عادی موضوع بحث فصل بعدی خواهد بود.



مصرف‌کنندگان، مجرمان، حامیان، و سارقان آثار ادبی: کاربران چگونه به حق‌مؤلف ربط پیدا می‌کنند؟

۶-۱. تعریف کاربران

این کتاب به شرح موضع و دیدگاه طیف گسترده‌ای از ذینفعان درگیر در بحث حق‌مؤلف پرداخت، از نمایندگان صنایع فرهنگی و دلالت‌آیند ایت‌رنتی گرفته تا پدیدآوران آثار نوآورانه در تمامی سطوح. اما جبهه و دیدگاه گروه بزرگی از افراد که به گونه‌ای با حق‌مؤلف ارتباط دارند تا کنون بررسی نشده است: کاربران عادی.

پیش از هر چیز، شفاف‌سازی منظور ما از «کاربران» امر مهمی است. اصطلاح «کاربران» که در این کتاب استفاده می‌شود بیانگر آنهایی است که به واسطه‌ هواداری، خرید، دانلود، یا به‌اشتراک‌گذاری آثار تحت حمایت قانون حق‌مؤلف با این آثار ارتباط پیدا می‌کنند. شاید آنها خود تولیدکننده محتوای رسانه‌ای هم باشند، اما نقش آنها به عنوان تولیدکننده محتوا در درجه دوم قرار دارد و نقششان به عنوان کاربر در درجه نخست است. کاربران پس از دانلود یک برنامه تلویزیونی که از طریق خدمات محلی شان در دسترس نبوده شاید نگران دریافت نامه هشدار مبنی بر توقف فعالیت‌های ناقض قانون حق‌مؤلف بوده‌اند. ممکن است آنها پخش‌گزارش

کمپین های ضد دستبرد را پیش از نمایش یک فیلم یا یک لوح فشرده به سخره گرفته باشند و شاید درباره قانونی بودن بستر های پخش برخط و همتا به همتا دچار شک و تردید شده اند. یا شاید هیچ گاه به نقش حق مؤلف در زندگی خود یا دیگران توجه نکرده باشند. به هر جهت، واقعیت آن است که کاربران کلیدی ترین گروه در بحث حق مؤلف هستند و همین امر آنها را در کانون توجه اصلاح های قانونی و مقرراتی، دعاوی صنایع و شرکت ها، پرونده های قضایی، و نهادهای پشتیبان پدیدآوران آثار نوآورانه قرار داده است. افزون بر این، در سراسر این کتاب کاربران به اشکال گوناگونی، اغلب به واسطه خصوصیتی که برآورنده نیاز برخی از گروه ها است، معرفی خواهند شد. گاهی از کاربران تعریف خاص تری می شود و آنها به عنوان مصرف کننده [یا مشتری] معرفی می شوند، اگرچه جای شگفتی نیست که صنایع تجاری چنین تعریفی داشته باشند، اما به احتمال تعریف سیاست گذاران متفاوت است؛ سیاست گذارانی که ما انتظار داریم جامعه ای که نمایندگی می کنند را به عنوان شهروند تعریف کنند.

در این فصل ما به بررسی جایگاه کاربران در گفتمان حق مؤلف و بازتاب آنها در پژوهش های دانشگاهیان و صنعتگران خواهیم پرداخت. پیش از آن که مستقیم سراغ کاربران برویم و توصیف آنها از رفتار و تصور خودشان نسبت به حق مؤلف را ببینیم، از بررسی فعالیت هایشان به عنوان راهبردی برای دانستن دیدگاه آنها درباره حق مؤلف آغاز خواهیم کرد. در پایان این فصل به این نتیجه خواهیم رسید که نقش کاربران در گفتمان حق مؤلف و جایگاه آنها در فرایند شفافت تر و دموکراتیک تر سیاست گذاری پیرامون حق مؤلف قابل توجه است.

۶-۲. دسته بندی کاربران

از پیدایش حق مؤلف تا کنون در گفتمان های حقوقی، سیاست گذاری، عامه، و صنعتی دسته بندی های گوناگونی از کاربران ارائه شده است. تعریف ما از نقش کاربران در ارتباط با حق مؤلف بر پایه ویژگی های آنها شکل گرفته است. ما چهار دسته را

بررسی خواهیم کرد که کاربران را در جایگاه عامه، جایگاه سارق، جایگاه همکار، و جایگاه تولیدکننده تازه کار قرار می‌دهد و توضیح خواهیم داد که انتخاب توجه به یک دسته چگونه می‌تواند بر ادبیات گفت‌وگو تأثیرگذار باشد.

۶-۲-۱. عامه

شاید بگویید کاربران به مفهوم امروزی - آنهایی که از آثار نوآورانه تحت حمایت قانون حق مؤلف بهره می‌برند و آنها را مصرف می‌کنند - در مباحث بسیار قدیمی تر حق مؤلف به عنوان ذینفعان قوانینی که برای برآوردن منافع عامه نوشته می‌شدند نیز حضور داشتند؛ آن‌گونه که در تاریخچه کوتاه حق مؤلف در فصل دوم دیدیم که یکی از اهداف قانون حق مؤلف نیز همین بوده است. نقش «منافع عامه» در مباحث و قوانین گذشته مرتبط با حق مؤلف نشان از اهمیت کاربران از همان ابتدا است.

کاربران، آن‌گونه که آنها را در مفهوم جدید تعریف می‌کنیم، ذاتاً ناظر بر «عامه» در اصطلاح «منافع عامه» است: مصرف‌کننده‌نهایی که از خلق و توزیع آثار تحت حمایت حق مؤلف، همانند ادبیات یا یه قطعه موسیقی بهره می‌برد. در مباحث اولیه حق مؤلف کاربران مستقیماً به عنوان افرادی که خواهان منافع عامه‌اند نمود پیدا کرده‌اند. کسانی که ذینفعان کلیدی قانون در زمینه تسهیل «استفاده منصفانه» برای تشویق دسترس‌پذیری آثار نوآورانه هستند. برای نمونه، منافع عامه چیزی بود که در مقابل یک رأی موقت در سال ۱۷۶۸ درباره اعطای حق مؤلف همیشگی مطرح شد: «ژوزف ییتس»^۱ به نقد حق مؤلف نظام «کامن لا» پرداخت و تمرکز بر حقوق پدیدآور به عنوان اصل اساسی را عاملی برای نادیده گرفتن منافع طرح کرد (Deazley, 2004: 177). اعطای چنین حقوقی به پدیدآور/مالک آثار به صورت همیشگی می‌تواند منجر به توقیف آثار یا قیمت‌گذاری‌های گزاف شود، که هر دوی آنها مانع گسترش و رواج آموزش و یادگیری برای عامه مردم خواهند شد. در مباحث اولیه حق مؤلف تصویر غیرمستقیمی نیز از کاربران وجود دارد، به این شکل که نظام حق مؤلف که پاداشی

1. Joseph Yates

برای آثار پدیدآوران خلاق در نظر می‌گیرد موجب تشویق تولید آثار نوآورانه بیشتری خواهد شد و در نهایت این عامه هستند که به عنوان کاربران نهایی از این آثار منتفع خواهند شد. به عبارت دیگر، حق مؤلف باید از پدیدآوران خلاق حمایت کند تا عموم مردم از تولید آثار نوآورانه منتفع شوند. همان گونه که «دیویس» توضیح می‌دهد، سیاست عمومی باید تعادلی میان دو جنبه ذاتی منافع عامه نسبت به حق مؤلف برقرار کند: حق مؤلف به عنوان مشوق فعالیت‌های نوآورانه و بنابراین ترویج و گسترش یادگیری برای انتفاع عموم مردم و استثنای حق مؤلف که موجب دسترس‌پذیری گسترده‌تر عموم مردم به آثار تحت حمایت حق مؤلف خواهند شد (x: 2002).

آن گونه که در بحث‌های مرتبط با حقوق آزاد، ساختارهای قیمت‌گذاری منصفانه‌تر، استثناها و ویرایش‌های جدید متن قانون حق مؤلف دیده می‌شود، نقش منافع عامه در این زمینه طی سال‌های پیشین و اکنون کلیدی بوده است. در هرکدام از موارد گفته شده (یعنی حقوق آزاد، قیمت‌گذاری منصفانه‌تر و استثناها و ویرایش‌ها) تغییرات پیشنهادی ریشه در توجه به بخشی از منافع عامه دارد، چه این منافع دسترسی آسان‌تر و اقتصادی‌تر به آثار باشد یا ارائه انگیزه‌ای به پدیدآوران برای تولید آثار بیشتر برای استفاده عموم مردم.

۲-۲-۶. سارقان

زمانی که کاربران قانون حق مؤلف را نقض می‌کنند، در گفتمان حق مؤلف به شکل کاملاً متفاوتی درباره آنها بحث می‌شود: به عنوان سارق! اصطلاح سرقت مدتی طولانی است که در گفتمان حق مؤلف مطرح شده است و به ویژه در بحث حفاظت از حق مؤلف در سطح جهانی به یکی از مسائل کلیدی بدل شده است. «سویل» در فصلی که پیرامون روابط انگلستان – ایالات متحده در زمینه حق مؤلف در قرن نوزدهم نوشته است، تغییرات اصطلاح سرقت در گذر زمان و همچنین پیشرفت مباحث پیرامون آن را بررسی کرده است. بررسی‌های او نشان می‌دهد که با افزایش آگاهی از مسائل پیچیده مرتبط با حق مؤلف در سطح جهانی استفاده از این اصطلاح

حساس و هوشیارانه‌تر شده است (20: 2010). در این دوره، برجسب سارق برای ناشرانی به کار می‌رفت که جهت تجدید چاپ آثار وجهی پرداخت نمی‌کردند، چه قانون کشور خاصی این پرداخت را لازم می‌دانست چه نه و مالکان حق مؤلف را از درآمدهای این چینی محروم می‌کردند و ناشرانی را سرزنش می‌کردند که برای تجدید چاپ آثار پول پرداخت می‌کردند. با آن که برخی از ناشران و پدیدآوران از کار این سارقان دفاع می‌کردند، در پایان قرن نوزدهم و با تصویب قوانین جهانی در زمینه حق مؤلف، بحث و جدل‌ها پیرامون ابهام‌های اخلاقی دستبرد ادبی پایان یافت. در حالی که نقض حق مؤلف به شکلی که در بالا توضیح داده شد لزوماً در یک مقیاس ساختاریافته و برای مقاصد تجاری اتفاق می‌افتاد، امروزه بیشتر کاربران عادی که پیشرفت‌های فناورانه آنها را قادر به اشتراک‌گذاری غیرقانونی رونوشت‌های یک اثر کرده است مرتکب نقض حق مؤلف می‌شوند (David, 2010). کاربران شبکه‌های هم‌تا به هم‌تا وارثان استعاره سرقت هستند، که امروزه این «سرقت» هم برای توصیف تک تک کاربران ناقض حقوق آثار تحت حمایت حق مؤلف به کار می‌رود هم برای گروه‌های منظم‌تر. از کمپین «ضبط خانگی موجب مرگ موسیقی می‌شود»^۱ در صنعت صوت بریتانیا، که مجموعه سر موجود در پرچم دزدان دریایی را با تصویر یک کاست جایگزین کرد گرفته تا شعار «دستبرد ادبی با تاراج تفاوتی ندارد»^۲ که توسط فدراسیون علیه دزدی نرم‌افزار^۳ از دهه ۱۹۸۰ به بعد استفاده می‌شود و خود واژه دستبرد ادبی. کمپین «این یک جرم است»^۴ که در دهه ۲۰۰۰ توسط انجمن تصویر متحرک آمریکا^۵ (اتما) به کار می‌رفت (برای تحلیل گفتمان این کمپین به فصل سوم نگاه کنید)، و تغییر در زمینه فناوری و تکثیر گسترده افراد موجب احیای گفتمان دستبرد ادبی شده و در قانون توجه صنعت برای پرداختن به موضوع نقض حق مؤلف قرار گرفته است. استفاده از اصطلاح «سارق» برای توصیف کاربرانی که فایل‌های چندرسانه‌ای را با هم‌دیگر به اشتراک می‌گذارند همواره به دلیل تلفیق گونه‌های بسیار متفاوت نقض حق مؤلف و

1. Home Taping is Killing Music

2. Piracy is Theft

3. Federation Against Software Theft

4. It's a Crime

5. Motion Picture Association of America (MPAA)

فشار بر مرزهای معنای قانونی سرقت مورد انتقاد قرار گرفته است. برای نمونه، «بیرمینگام» و «دیوید» (۲۰۱۱) به تفاوت میان نقض حق مؤلف و دزدی جنایی اشاره می‌کنند و کاربست این اصطلاح دربارهٔ فعالیت‌هایی مانند به اشتراک‌گذاری هم‌تا به هم‌تا را نادرست می‌دانند. به اعتقاد آنها فراتر رفتن از اصطلاح سرقت آن‌سوی معنای قانونی‌اش شاید یکی از بدترین اشتباه‌های صنعت محتوا بوده است. امروزه اصطلاح سرقت به نوعی بیانگر درجه‌ای از شرارت است که شاید متفاوت از یک پول‌قاپی ساده به آن نگاه می‌شود. نام سارق گذاشتن بر افراد، از «جک اسپارو»^۱ گرفته تا «پایرت بی»^۲، چیز بدی به نظر نمی‌رسد (2011: 75). افزون بر این، برخی از کاربران به چنین کمپین‌هایی که توسط صنعت سازماندهی شده با هجو یا تقلید طنزآمیز پاسخ داده‌اند، که بیانگر شکست چنین نام‌گذاری‌های به منظور ترساندن بسیاری از کاربران شبکه‌های هم‌تا به هم‌تا به پیگردهای قانونی است (بنگرید به قاب ۱-۲).

قاب ۱-۲. شما کودک‌ربایی نمی‌کنید

کاربران و تولیدکنندگان رسانه‌ها هجوهای برای کمپین‌های ضد - سرقت ساخته‌اند که بیانگر شکست پیامی است که صنایع به امید گرفتن نتیجهٔ مطلوبشان آنها را راه‌انداخته‌اند. «دیوید» (۲۰۱۳) با اشاره به هجوهای که در پاسخ به کمپین‌های ضد - سرقت تهیه و در اینترنت به گردش درآمده است، نشان می‌دهد که کوشش برای نمایش عمل به اشتراک‌گذاری فایل‌ها به عنوان دزدی تا چه اندازه شکست خورده یا نتیجه معکوس داشته است: گل سرسبد این‌ها سرقت/نجم‌ن تصویر متحرک آمریکا است. کمپین «این یک جرم است»، که دستبرد ادبی را با دزدی ماشین، کیف‌دستی، یا تلویزیون مقایسه می‌کند (شما یک ماشین نخواهید دزدید)، با هجوهای در قالب هیجان‌های شدید تصنعی مواجه شد. همانند پاسخ کاربران، این هجوها در یکی از قسمت‌های مجموعهٔ طنز تلویزیونی «آی‌تی کرآود»^۳ و در قالب یک لوح فشردهٔ اضافی برای انیمیشن آمریکایی «فیوچراما»^۴ به منظور خندان کاربران استفاده شدند. اگر بینندگان قبلاً توسط این کمپین متهم به فعالیت جرم‌مانند نمی‌شدند، «آی‌تی کرآود» این قیاس را با تشدید گفته‌های دستوری (شما کیف‌قاپی نمی‌کنید، شما ماشین نمی‌دزدید، شما کودک‌ربایی نمی‌کنید، شما به یک پلیس شلیک نمی‌کنید، و غیره) به چالش نمی‌کشید و آنها را

←

۱. جک اسپارو (به انگلیسی: Jack Sparrow) از شخصیت‌های خیالی دزدان دریایی کارائیب است.

۲. پایرت بی (به انگلیسی: The Pirate Bay)، معروف‌ترین وب‌گاه اشتراک فایل در جهان است.

3. The IT Crowd

4. Futurama

مضحک و تصوره‌های دراماتیک نمی‌دانست، به گونه‌ای که مثلاً فردی که فایلی دانلود می‌کند مانند کسی باشد که کودکی را در کالسکه‌اش بدزد (بنگرید به شکل ۱-۲) و زمانی که پلیس در این دزدی دخالت می‌کند از کلاهش به عنوان کاسه توالست استفاده کنند. «فیوچراما» نیز این کمپین را با هجوهای مشابهی از طریق مخالفت سارقی به شکل ربات با گفته‌هایی هم‌چون «شما یک سفینه فضایی نمی‌دزدید» و «شما سر انسانی را نمی‌دزدید» به چالش کشید. روی فاصله گذاشتن میان حروف سرنام شعار این کمپین - یعنی *دانلود/غلب وحشتناک است*^۱ - تأکید شد (بنگرید به شکل ۲-۲) و این کار به تولیدکنندگان آثار نشان داد که مقایسه چنین سرقت‌هایی با دزدی‌های جدی نادرست است. (اگرچه احتمالاً آنها می‌خواستند بینندگان لوح‌های فشرده حاوی این هجوها را بخزند.) «سوتکوفسکی» هجوهای موجود در وب درباره کمپین‌های ضد - سرقت را بررسی کرده است، او به بررسی نمونه‌هایی در رسانه‌ها، مانند همان قسمت «آی‌تی کراد»، پرداخته و توضیح می‌دهد که هجوهای ضد - سرقت نشان از مقاومت در برابر کنترل متمرکز و کنترل شرکت‌ها بر فرهنگ عامه دارد (2014: 248). به اعتقاد او مشارکت گسترده در تولید و دست‌به‌دست کردن چنین هجوهای به معنای آن است که فریب افراد با واژه‌هایی مانند سرقت همواره توجه بسیاری در فضای اینترنت به خود جلب کرده است، چراکه این هجوها نشان می‌دهند مشتریان چگونه در مقابل دستکاری نگرش‌هایشان توسط شرکت‌ها مقاومت می‌کنند (2014: 254).



شکل ۱-۲



شکل ۲-۲

۳-۲-۶. همکاران و مشتریان مشروع

افزایش سهولت و سرعت نسخه‌برداری ناشی از دیجیتال‌سازی موجب عادی‌سازی نقض حق مؤلف در زندگی روزانه شده است و آنگونه که در توضیح‌های مرتبط با دیدگاه‌ها و ارتباطات صنایع فرهنگی در فصل سوم آمد، این امر منجر به مفهوم‌سازی‌های تازه‌ای دربارهٔ کاربران در کمپین‌های جدید شده است. ارتباط‌هایی میان صنعت و دولت برای پرداختن به مسأله کاربران شکل گرفته است تا از چارچوب‌ها و تعاریف جرم‌انگارانه برای پیشبرد گفتمان اهانت به کاربران اجتناب شود، تعاریفی که بر پایهٔ آنها دسترسی غیرقانونی به آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف شرم‌آور است. همچنین برای آموزش کاربران، آموزش‌هایی که برای یادگیری این که آنها چرا و چگونه باید رفتار مناسبی در این زمینه داشته باشند نیاز است، و اخیراً برای تقویت حس مسئولیت‌پذیری، که بر پایهٔ آن پدیدآوران و کاربران به یک‌اندازه در برابر موفقیت یا شکست صنایع فرهنگی مسئول هستند.

واژهٔ «مشتري» مفاد بحث را تا حدودی روشن می‌سازد چراکه بر پایهٔ آن کار کاربران نه مشارکت در مسائل سیاست‌گذاری، نه به چالش کشیدن قانون، و نه طرح

ایده‌هایشان درباره آثار نوآورانه و پاداش‌ها است. یک مشتری خوب یعنی کسی که با خریده‌ها و فعالیت‌های قانونی و مجاز از اقتصاد آثار نوآورانه پشتیبانی می‌کند. صنایع فرهنگی در پاسخ به چرایی انحراف کاربران از این مسیر اغلب نداشتن دانش مورد نیاز برای فهم (و رعایت) حق مؤلف را عامل کلیدی می‌دانند. کمپین‌های ضد — سرقت و برنامه‌های آموزشی طراحی شده در مدارس بر این فرض استوار است که شفافیت و دانش بیشتر درباره قانون حق مؤلف منجر به رفتار بهتر در این زمینه خواهد شد. در ادامه ما به بررسی این پرسش باز خواهیم گشت که فهم کاربران از حق مؤلف چیست.

۶-۲-۴. پدیدآوران تازه‌کار

این کتاب با این فرض آغاز شد که دیجیتال‌سازی، با توانمندسازی کاربران برای تولید و توزیع نسخه‌های تقریباً مشابه آثار تحت حمایت حق مؤلف موجب تغییر نقش و گفتمان‌های پیرامون حق مؤلف در بین طیفی از ذینفعان شده است. این عصر دیجیتال منادی فراهم کردن فرصت جدید دیگری برای کاربران نیز است: فرصت تولید و توزیع آثار نوآورانه خود آنها، که اغلب نتیجه استفاده از بسترهای قابل دستکاری و گاهی بازتولید آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف است. افزون بر این، فعالیت‌های تعاملی و مشارکتی بنیاد آن چیزی است که امروزه به عنوان «وب ۲» شناخته شده است. از این رو، هم زمان که کاربران به عنوان سارق یا همکار صنایع فرهنگی شناخته می‌شوند، ممکن است به شیوه‌ای متفاوت خود را در دسته پدیدآوران تازه‌کار طبقه‌بندی کنند و به تولید و به اشتراک‌گذاری محتوای برخلاف تشویق شوند: برای اطلاع‌رسانی درباره خود، آن‌چنان که «یوتیوب» این شعار را سر می‌دهد. پیدایش فناوری‌های تعاملی «وب ۲» که همکاری گسترده، مشارکت فرهنگی، و تولید محتوا را تشویق می‌کنند منجر به شکل‌گیری گفتمان جدیدی درباره کاربران به عنوان تولیدکنندگان مستقلی که حقوقشان را خودشان می‌پردازند شده است. تا سال ۲۰۰۶ فراگیری فناوری «وب ۲» بود که باعث شد نشریه «تایم» در یک اقدام کم‌سابقه «شما» — کاربران عادی رسانه‌ها که توان تولید پیدا کرده‌اند — را به

عنوان شخصیت سال انتخاب کند، به دلیل زمام‌داری رسانه‌های جهان، ساخت و تشکیل دموکراسی دیجیتال جدید، کار بدون توقع، و برای شکست منفعت جویان در بازی‌هایشان (Grossman, 2006).

خلاصه آن‌که کاربران در گفتمان‌های قانون‌گذاران، سیاست‌گذاران، و صنعتگران به شیوه‌های گوناگون و گاهی متناقض توصیف شده‌اند: به عنوان عامه، به عنوان سارق، به عنوان مشتریان مشروع، و به عنوان پدیدآورانی که خود تولید می‌کنند. آنها همچنین به عنوان افراد سردرگمی که نیاز به آموزش دارند نیز تعریف شده‌اند. اگر در گفتمان‌ها درباره کاربران این‌گونه بحث می‌شود، نتایج پژوهش‌ها پیرامون آن‌چه مردم واقعاً در ارتباط با آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف انجام می‌دهند و فهم و توجیه آنها درباره کارهایشان به چه شکل است؟

۳-۶. فعالیت‌های کاربران

بسیاری از پژوهشگران - در دانشگاه، بازار، و دولت - درگیر بررسی فعالیت‌های کاربران و برخورد آنها با آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف بوده‌اند، مانند پژوهش درباره میزان سرقت آثار نسبت به استفاده قانونی. طیف این پژوهش‌ها متفاوت و از مطالعه‌های گسترده، مثلاً پیمایش‌های کمی که در جست‌وجوی تصویری جامع از فعالیت‌های کاربران است گرفته تا مطالعه‌های محدودتر، مثلاً پروژه‌های کیفی که روی جزئیات جوامع و فعالیت‌های خاص تمرکز دارند را شامل می‌شوند. این بخش به دنبال بررسی طیفی از این رویکردها است تا فهم بهتری از آن‌چه کاربران در رابطه با حق مؤلف انجام می‌دهند و آن‌چه درباره‌اش فکر می‌کنند به دست دهد.

۳-۶-۱. استفاده مجاز و سرقت

پژوهش‌های قابل توجهی درباره فهم فعالیت‌ها و نگرش‌های کاربران اینترنت (و کسانی که کاربر آن نیستند) در مقیاس جهانی وجود دارد. «پیمایش جهانی اینترنت»^۱ که ۳۹ کشور جهان در آن مشارکت دارند و به دنبال بررسی تأثیر اجتماعی اینترنت

1. World Internet Survey

است، مسائل مربوط به دسترسی غیرقانونی فرامرزی به آثار تحت حمایت حق مؤلف را نیز در کانون توجه قرار داده است (برای دریافت تازه‌ترین گزارش این پیمایش بنگرید به: World Internet Project, 2013). از دیگر سو، پروژه «ریسرچ بی»^۱، که پاسخ‌های ۷۵۰۰۰ بازدیدکننده وبگاه «پایریت بی»^۲ به یک پیمایش را گردآوری کرده است، اختصاصاً کاربرانی را در کانون توجه قرار داده که از یکی از شناخته‌شده‌ترین وبگاه‌های اشتراک غیرقانونی آثار بازدید می‌کنند، حقایق بسیاری درباره کاربران شبکه‌های هم‌تا به هم‌تا برای ما آشکار می‌کند، اما چندان به جامعه کلی‌تر کاربران نمی‌پردازد (www.thesurveybay.com). اخیراً پیمایش‌های گسترده‌تری به دنبال بررسی نقش دسترسی غیرمجاز در فعالیت‌های کاربران در جامعه کلی‌تری بوده‌اند: برای مثال، پیمایش‌هایی که روی کاربران آلمانی، آمریکایی، و بریتانیایی انجام شده‌اند، دریافته‌اند که بسیاری از کاربران به هر دو روش مجاز و غیرمجاز به رسانه‌ها دسترسی دارند و آنهایی که از بسترهای غیرقانونی استفاده می‌کنند به اندازه آنهایی که کاربر شبکه‌های هم‌تا به هم‌تا نیستند و حتی بیشتر از آنها برای دسترسی قانونی به رسانه‌ها هزینه می‌کنند (Ofcom, 2012; Karaganis and Renkema, 2013).

در این میان صنعت‌گران نیز به بررسی رفتار کاربران پرداخته‌اند. برای نمونه، «انجمن حقوق هنرهای نمایشی»^۳ (پی.آر.اس.) و شرکت «گوگل» در سال ۲۰۱۲ یافته‌های پژوهشی پیرامون مدل‌های کسب‌وکار وبگاه‌های ناقض حق مؤلف منتشر کردند. در این گزارش آمده است که هرچند در گذشته داده‌های بسیاری — هم کمی و هم کیفی — از طریق پیمایش مشتریان درباره چرایی استفاده مردم از این وبگاه‌ها گردآوری شده است، جای تحلیل‌های داده — محور درباره این وبگاه‌ها که ظاهراً موجب تسهیل نقض حق مؤلف می‌شوند خالی است (3: 2012)؛ البته هنوز کاربران در کانون توجه‌اند و پژوهش‌ها بیشتر معطوف به آنها هستند، از چگونگی دسترسی به این وبگاه‌ها گرفته (مستقیم یا از طریق پیوندهای موجود در شبکه‌های اجتماعی و دیگر وبگاه‌ها) تا این که چگونه باید کاربران غیرعمدی، تصادفی، و عادی این‌گونه

1. Research Bay

2. Pirate Bay

3. Performing Rights Society (PRS)

وبگاه‌ها را از هم‌دیگر تمیز داد (PRS and Google, 2012). پژوهش‌هایی که با حمایت بخش صنعت انجام می‌شود، طبیعتاً در صدد هستند تا کاربران را به منظور بهبود اجرای قانون یا تشویق فعالیت‌های قانونی و سودآور بررسی کنند. سرقت به عنوان مسأله‌ای جهانی قلمداد می‌شود که در همه‌جا وجود دارد، اگرچه این امر در کشورهای گوناگون متفاوت است، اما علی‌رغم تلاش گروه‌های درگیر در این موضوع، در جای‌جای جهان رخ می‌دهد (بنگرید به قاب ۲-۲).

قاب ۲-۲. سرقت رسانه‌ای در سراسر جهان

مسأله سرقت همیشه به عنوان امری نیازمند قانون‌گذاری جهانی و سازوکارهایی برای اجرای قوانین در سطح بین‌المللی مطرح بوده است. با این وجود، شرایط کاربران رسانه‌ها و ارتباط آنها با رسانه‌های به سرقت رفته در کشورهای گوناگون متفاوت است. در گزارشی به ویراستاری «کاراگانیس»^۱ با عنوان *سرقت رسانه‌ای در اقتصادهای نوظهور*^۲ (۲۰۱۱) پژوهشگران به بررسی بافت سرقت در شماری از کشورها، شامل آفریقای جنوبی، روسیه، برزیل، مکزیک، بولیوی، و هند پرداختند.

با این‌که هر کدام از این کشورها از بافت ویژه‌ای - با موفقیت‌ها و چالش‌های گوناگون - برخوردار بودند، تحلیل این بررسی‌ها با هم‌دیگر تصویر پیچیده‌تری از ماهیت سرقت و موانع استفاده غیرقانونی نسبت به کاربرست مدل «یک راهکار برای حل همه مسائل» به دست داد. به نظر «کاراگانیس» گران‌قیمت بودن کالاهای رسانه‌ای، درآمدهای کم کاربران، و فناوری‌های دیجیتال ارزان کلیدی‌ترین عوامل سرقت رسانه‌ای در جهان هستند. به نظر او اگر سرقت در همه‌جای جهان وجود دارد، دلیلش آن است که شرایط در همه‌جا برای سرقت فراهم است (i: 2011). هیچ‌گاه آموزش و اجرای قانون نخواهد توانست مشکلات ناشی از فقدان دسترسی به‌صرفه برای بیشتر مردم را حل کند و در نظر گرفتن سرقت به عنوان عامل خسارت و ضرر و زیان جهانی چیزی نیست جز پنهان کردن تأثیرهای گوناگون آن بر اقتصادهای ملی. گزارش مذکور این مسأله را برجسته می‌کند که مزایای سرقت برای صنعت و مشتریان در هر مدلی از تأثیر اقتصادی نهایی یکسان است، و متعاقباً به اهمیت قلمداد سرقت به عنوان بخشی از اقتصاد به‌جای حمله به آن اشاره می‌کند (Karaganis, 2011: 13). در بازارهای در حال توسعه پولی که برای استفاده قانونی از محصولات رسانه‌ای خرج نمی‌شود (که اغلب به زیان شرکت‌های آمریکایی است)، خرج دیگر خدمات و محصولاتی می‌شود که به اقتصادهای محلی و ملی کمک

←



خواهد کرد: پولی که به این شیوه صرفه جویی می‌شود ممکن است بسیار مولدتر، به لحاظ اجتماعی ارزشمندتر، و کارآفرین‌تر از سرمایه‌گذاری در نرم‌افزار و محصولات رسانه‌ای باشد (Karaganis, 2011: 16).

این گزارش افزون بر بررسی بافت‌های اقتصادی و صنعتی سرقت‌خیز، دربردارندهٔ پیمایش‌ها، گروه‌های کانونی، و مصاحبه‌هایی با کاربران است. دیدگاه‌های افراطی کاربران گویای احساس آشکار کاربران دربارهٔ نابرابری‌هایی است که محرک کلیدی جنگ بر سر حق مؤلف است: هزینهٔ صرفه‌جویی شده ناشی از سرقت نه تنها محبوب همه بلکه آن‌گونه فهم شده که مؤثر در عدالت اقتصادی است، چیزی که هم‌خوان با برداشت شرکت‌های حریص آمریکایی و چندملیتی و هم‌خوان با ساختار گستردهٔ نابرابری پدیدهٔ جهانی شدن در بیشتر کشورهای در حال توسعه‌ای است که مشتریان در آن جا زندگی می‌کنند. کوشش برای اجرای قانون نیز به نوبهٔ خود با فشارهای ایالت متحده بر دولت‌های کشورهای گوناگون پیوند دارد و با بی‌تفاوتی یا عداوت بسیاری از کاربران مواجه شده است (Karaganis, 2011: 34). بررسی دیدگاه کاربران در این گزارش نشان‌دهندهٔ آن است که کاربران در سراسر جهان دیدگاه‌هایی کلیدی و زیرکانه برای مشارکت در گفتمان حق مؤلف دارند.

در مقابل کوشش‌های پشت‌پرده‌ای که برای ثبت، پیش‌بینی، و کنترل رفتار کاربران، دانشگاهیان نیز به دنبال فهم رفتار آنها از طریق بررسی‌های گوناگون در حوزه‌های متفاوت، از جمله جرم‌شناسی، حقوق، روانشناسی رفتاری، و مطالعات رسانه و ارتباطات بوده‌اند. با این‌که پژوهشگران در هر کدام از این حوزه‌ها مطالب ارزشمندی برای فهم بهتر کاربران منتشر کرده‌اند، به پرسش‌های پژوهشی خاصی در این زمینه هنوز پاسخ داده نشده است: نقض حق مؤلف را بالاخره باید جزء رفتارهای مجرمانه قلمداد کرد یا خیر؛ ارزیابی حقوقی رفتار کاربران چگونه است؛ فهم فرایند تصمیم‌گیری کاربران برای انتخاب نقض کردن/ نکردن حق مؤلف؛ در نظر گرفتن رفتار کاربران به عنوان یکی از جنبه‌های استفادهٔ گسترده از رسانه و فرهنگ رسانه‌ای. بخش بعدی به بررسی فعالیتی خواهد پرداخت که از علاقه‌مندی‌های خاص پژوهشگران حوزهٔ رسانه و ارتباطات بوده است و روی یکی از کشمکش‌های کلیدی پیرامون ارتباط خلاق کاربران با آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف تمرکز دارد.

۶-۳-۲. فعالیت‌های مبتکرانه نقض حق مؤلف

شماری از پژوهشگران به بررسی طیفی از فعالیت‌های مرتبطی پرداخته‌اند که مرز میان کاربران و پدیدآوران را از بین برده‌اند، که برخی از آنها موجب تصویب محدودیت‌های تازه‌ای در قانون حق مؤلف روی کارهای خلاقانه‌ای در حوزه هنرهای زیبا، همانند «کلاژ»^۱ شده‌اند (بنگرید به McLeod, 2005، و بحثی که در ادامه خواهد آمد از McLeod and Dicola, 2011)، و دیگر فعالیت‌هایی که مرتبط با آن چیزی است که در فصل چهارم در موردش بحث شد، مسائلی که درباره‌ی جدل بر سر بسترهای توزیع هم‌تا به هم‌تا (چه زمانی به اشتراک‌گذاری کاربران توزیع تلقی می‌شود) مطرح شد. تمامی کارهای ناقض حق مؤلف همانند نسخه‌برداری و به اشتراک‌گذاری مستقیم آثار تحت حمایت حق مؤلف معمولی نیستند که بتوان به راحتی درباره‌ی آنها قضاوت کرد. همان‌گونه که پیش‌تر گفته شد، تولیدکنندگان و افراد تازه‌کاری که در فرایند تولید آثار نوآورانه نقش دارند - که شاید کاربران عادی باشند - نیز در گفتمان حق مؤلف مطرح هستند. صنعت‌گران و پژوهشگران کوشش کرده‌اند این افراد و فعالیت‌های آنها را با اصطلاحاتی هم‌چون «پرو - امز»^۲ (حرفه‌ای - تازه‌کار) (Manovich, 2009)، تولیدکننده‌ها و تولید - استفاده‌کننده‌ها^۳ (Bruns, 2008)، همکار تولیدکننده (Potts et al., 2008)، محتوای تولیدشده توسط کاربر (van Dijck, 2009) نام‌گذاری کنند.

۱. یا کلاژ (به فرانسوی: Collage) روشی در تولید آثار تجسمی است که در آن مصالح و مواد مختلف (چون کاغذهای رنگی، مقوا، پارچه، ریسمن، بریده روزنامه، عکس و جز اینها) را بر سطح بوم، تخته یا مقوا با ترکیب توامان و مناسب می‌چسبانند. گاه با نقاشی و طراحی به تکمیل آن می‌پردازند. به اثری که از چسبانه کاری به دست می‌آید چسبانه می‌گویند. [۲] تکه چسبانی در اوایل سده بیستم به تکنیک محبوب هنرمندان نوگرا تبدیل شد. نقاشان کوبیست، دادائیست و سورئالیست این اسلوب را بکار می‌گرفتند. پابلو پیکاسو، نقاش کوبیست، اولین فردی بود که این روش را برای نقاشی (طبیعت بی‌جان با صندلی، ۱۹۱۲) بکار برد. هانری ماتیس، کازیمیر ماله‌ویچ، دیوید هاکنی و بسیاری دیگر نیز آثاری را با این اسلوب خلق کرده‌اند (برگرفته از واژه‌نامه آزاد در

<http://www.vajehyab.com/wiki/%DA%A9%D9%88%D9%84%D8%A7%DA%98-2>

2. Pro-ams (professional amateurs)

3. Prodsusage ("production" and "usage")

آن‌گونه که مراحل گوناگون تولید نمایان است، تولید نوآورانه افراد تازه‌کار می‌توان شکل‌های متفاوتی داشته باشد. پژوهشگران به بررسی این موضوع پرداخته‌اند که چگونه همکاری در تولید آثار نوآورانه رسانه‌ای شاید عامل مخرب تغییری است که اشتباهاً در فهم و نظریه‌های ما درباره کار و نیروی کار رخ داده است (بنگرید به Banks and Deuze, 2009: 419) و ما در فصل پنجم به بررسی برخی از دغدغه‌های مرتبط با کار که هم بر پدیدآوران تازه‌کار و هم پدیدآوران حرفه‌ای تأثیرگذار است پرداختیم. با این وجود، در این فصل ما اختصاصاً روی آن دسته از فعالیت‌هایی تمرکز خواهیم کرد که نقطه تلاقی تولید آثار نوآورانه و نقض حق مؤلف هستند.

کاربران ممکن است در بسیاری از فعالیت‌هایی مشارکت داشته باشند که با دلایلی می‌توان عنوان «ابتکاری» بر آنها نهاد و به شیوه‌های گوناگونی با حق مؤلف ارتباط پیدا می‌کنند. برای نمونه، کاربران ممکن است در توسعه نرم‌افزارهای متن باز مشارکت داشته باشند یا به واسطه وبگاه‌هایی همانند «ویکی‌پدیا» در تولید محتوای نوآورانه جمعی همکاری کنند. افزون بر این، ممکن است به عنوان همکار در تولید محصولات تجاری رسانه‌ای، همانند بازی‌های رایانه‌ای نقش داشته باشند، هم به صورت غیر قانونی و از طریق دستکاری آثار (اعمال تغییراتی که طراحان اثر نمی‌پسندند) و هم به صورت قانونی و به عنوان همکار مدعو برای تولید و توسعه بازی‌های رایانه‌ای؛ که هرکدام از این‌ها با پرسش‌های اخلاقی خاص خود مواجه‌اند: در مورد شغل‌هایی که برایشان حقوق پرداخت می‌شود این تهدید وجود دارد که مبادا با کار مجانی تازه‌کارها جایگزین شوند و شغل‌ها از بین بروند یا بازتعریف شوند. از طرف دیگر، درباره تازه‌کارها این پرسش وجود دارد که آیا دنبال کردن علایق از طریق تولید آثار نوآورانه فرصتی است که توسط شرکت‌های تجاری فراهم شده یا این شرکت‌ها می‌خواهند از علاقه کاربران سواستفاده کنند (Banks and Humphreys, 2008: 415).

فعالیت‌های دیگری نیز می‌توان مثال زد که مستقیماً با بحث نقض قانون حق مؤلف ارتباط دارند. برای نمونه، فرهنگ زیرنویسی [برای فیلم‌ها] و به

اشتراک‌گذاری آنها در پاسخ به توزیع با تأخیر برنامه‌های تلویزیونی در بازارهایی که انتظار زیادی باید برای تماشای برنامه‌ها کشید یا در جایی که این برنامه‌ها اصلاً پخش نمی‌شوند شایع شده است. آن گونه که «هو»^۱ به توضیح فرهنگ کاربران در چین پرداخته است، فعالیت‌هایی هم‌چون به اشتراک‌گذاری نسخه آثار اصلی و به اشتراک‌گذاری خود نسخه‌ها (به صورت فیزیکی یا از طریق «تورنت») به منظور زیرنویسی. او با اشاره به سبک زیرنویسی یکی از کاربران خاطرنشان می‌کند که کار او نمایش منحصر به فردش از تسلط او بر زبان برای بیان عشقش به درام است (2005: 177)، امری که زیرنویسی را نه به عنوان یک مهارت فنی ساده بلکه به عنوان کار خلاقانه کاربران جلوه می‌دهد. «هو» توجه خود را به گفته‌های یکی از کاربران زیرنویس معطوف می‌کند: «این نسخه تنها برای مبادله بین دوستان منتشر شده است. حق مؤلف این اثر برای «شبکه تلویزیونی فوجی»^۲ در ژاپن محفوظ است. افرادی که به صورت غیرقانونی و به هدف تجاری در صدد بازاریابی این محصول هستند باید در برابر پیامدهای احتمالی آن پاسخ‌گو باشند» (2005: 178). اگرچه تردیدی در خلاف بودن چنین فعالیت‌هایی نیست، فرهنگی که این گونه فعالیت‌ها را احاطه کرده با تصور معمولی که از سرقت وجود دارد بسیار فاصله دارد. افزون بر این، پژوهش‌هایی که روی فعالیت‌های مبتکرانه نقض حق مؤلف انجام شده‌اند نشان داده‌اند که انتشار چنین آثاری در برخی از موارد ممکن است به نفع صنایع فرهنگی باشد. برای نمونه، «اریکسون»^۳ و همکارانش در پژوهشی روی موسیقی — ویدیوهای تقلیدی طنز منتشر شده روی وبگاه «یوتیوب» دریافتند که این آثار به منافع اقتصادی صاحبان حق مؤلف آسیبی نرسانده‌اند: وجود چنین تقلیدهایی موجب استقبال بیشتری از موسیقی — ویدئوهای اصلی شده است (Erickson et al., 2013: 3). (اگر این تقلیدهای طنزآمیز معیارهای خاصی را رعایت کنند اغلب جزء استثناهای حق مؤلف قلمداد می‌شوند، هرچند در عمل تفسیر کاربران مجاز و غیرمجاز در کشورهای گوناگون متفاوت است (بنگرید به Erickson et al., 2013)).

1. Hu

2. Fuji TV station

3. Erickson

حتی با مواجهه با شواهد متناقض نیز صنایع و دلالتان فرهنگی، همانند بسترها و شرکت‌های برخط مانند «فیسبوک» و «گوگل» نسبت به تولید آثار نوآورانه کاربران تازه‌کار و حق‌مؤلف رویکردی محافظه‌کارانه دارند. این بسترها به جای اصلاح رفتار کاربران در زمینه برخورد با حق‌مؤلف که نشان از رشد و بلوغ فعالیت‌های خلاقانه کاربران است، به اعمال محدودیت‌های بیشتر روی فعالیت‌های خلاقانه کاربران روی آورده‌اند. «بورگس» سیاست در حال تغییر وبگاه «یوتیوب» در زمینه حق‌مؤلف را این‌گونه توصیف می‌کند:

در ویرایش‌های اولیه «یوتیوب» شاهد فراز و نشیب مجموعه‌ای از مدها و ژانرهای بسیار محبوبی از محتوای تولیدشده توسط کاربران بودیم که مملو از بازنشر محتوای رسانه‌های حرفه‌ای - شامل موسیقی - ویدیوهایی که در منازل ساخته می‌شدند و قطعه‌های طنز برداشته‌شده از مجموعه‌های تلویزیونی پربیننده - بود. آن روزهای قشنگ که علاقه‌مندان خوانندگان نوجوان به آسانی می‌توانستند قطعه‌ای از یک موسیقی را بردارند و روی عکس‌های خواننده مورد علاقه‌شان بگذارند، به لطف فناوری‌های حفاظتی حق‌مؤلف «یوتیوب» و حذف خودکار آنها، پس از کوتاه مدتی به پایان رسید (Burgess, 2013: 56).

کاربران می‌توانند جلو بیایند و درباره مشارکت‌شان در تولید آثار نوآورانه در فضای برخط بگویند و موانع سر راهشان را بیان کنند تا نظرشان درباره مسائل حق‌مؤلف را فهمید. تجربه تولید آثار نوآورانه توسط کاربران تازه‌کار به ما می‌آموزد که کاربران هویت‌های متفاوت، اهداف گوناگون، و مدل‌های متفاوتی در تعامل با آثار تحت حمایت حق‌مؤلف دارند و در نتیجه نمی‌توان همه آنها مثل پنداشت و آن‌گونه که بخش صنعت می‌خواهد یک نسخه برای همه آنها پیچید.

مثال‌های که از تجارب جهانی در بالا گفته شد به اهمیت بافت‌های فرهنگی در فهم نقش حق‌مؤلف در عصر دیجیتال‌سازی، به ویژه در رابطه با فعالیت‌ها و دیدگاه‌های کاربران، نیز اشاره دارد. با روند افزایشی پیشنهاد و تصویب سیاست‌های حق‌مؤلف در سطح جهان که شاهدش هستیم، تفاوت‌های میان فعالیت‌ها و

دیدگاه‌های کاربران در بافت‌های گوناگون فرهنگی فرصت گسترش امکان سیاست‌گذاری‌های بیشتر را فراهم می‌کند. با این‌که ما از طریق فعالیت‌های قانونی و غیرقانونی کاربران چیزهای زیادی می‌توانیم دربارهٔ آنها بیاموزیم، اما برای فهم این‌که کاربران واقعاً دربارهٔ مسائل حق مؤلف چه فکر می‌کنند و چگونه با آنها تعامل دارند، نیازمند بررسی تصورات، دیدگاه‌ها، و گفتمان‌شان در این زمینه هستیم: بخش بعدی تمام آنچه را که ما دربارهٔ دیدگاه‌های کاربران می‌دانیم یک‌کاسه کرده است.

۴-۶. دیدگاه‌ها و گفتمان کاربران

علیرغم کوشش پژوهشگران در نقد ویژگی‌هایی که کاربران را افرادی مجرم و منحرف جلوه می‌دهند که باید اصلاح شوند و مشتریان ناآگاهی که دانش کافی ندارند، صنایع فرهنگی و سیاست‌گذاران با دیدگاه‌های قدرتمند و مطلق خود آنها را در زمرهٔ ناقضان قانون حق مؤلف قرار می‌دهند. این دیدگاه‌ها در طول تاریخ بر قانون حق مؤلف تأثیرگذار بوده است، و در نظر گرفتن اشتراک‌گذاری فایل‌ها به عنوان نمودی از مدل‌های آزادانه‌تر توزیع آثار یا پنداشتن سارقان به عنوان مشارکت‌کنندگان متفکری که می‌توانند نقشی در گفتمان گسترده‌تر دربارهٔ تناسب و قوانین و مقررات حق مؤلف داشته باشند را دشوار کرده است.

حتی اگر فضایی هم برای نگاه به کاربران به شکلی متفاوت فراهم شده است، دولت مردان و صنعت‌گران همچنان بر اصل قرار دادن رفتار خوب در مقابل رفتار بد پافشاری کرده‌اند: همیشه سعی شده کاربران به دو دستهٔ قانون‌مدار یا خلافکار، اخلاقی یا غیراخلاقی، یا هواداران خوب یا بد تقسیم بندی شوند، و با عباراتی هم چون سرقت و منافع عامه‌ابزاری شده برای تعریف استفادهٔ خوب یا بد. هرچند شاید همه یا هرکدام از تعاریفی که از کاربران ارائه شده در مورد کاربران خاصی در شرایط به‌خصوصی درست باشد، اما در این تعاریف پیچیدگی‌های انکارناپذیر رفتار و نگرش کاربران نادیده گرفته شده است یا شامل فرض‌هایی می‌شوند که بی‌اساسند

و بر پایه داده‌های تجربی طرح نشده‌اند. برای ارائه تصویر دقیق‌تری از این که کاربران از حق مؤلف چه می‌دانند و چگونگی ارتباط آنها با این مفهوم، کاربران رسانه‌ها، همانند اشتراک‌گذاری‌هایی که توسط «گاراوی» پیمایش شده‌اند، باید کنش‌گران اجتماعی آگاهی قلمداد شوند که می‌توانند دانش ما را از شرایط حاکم بر رفتارشان افزایش دهند (566: 2012). پژوهش‌هایی که روی نگرش خود کاربران انجام شده‌اند این قضاوت‌های رایج و ویژگی‌های سخیف درباره آنها را به چالش کشیده‌اند، و شرح مفصل‌تری از رفتار گوناگون کاربران و دلایل و توجیه آن برای به اشتراک‌گذاری فایل‌ها نقل می‌کنند (Kinnally et al., 2008; Cenite et al., 2009; Caraway, 2012; Edwards et al., 2013b).

۶-۴-۱. کاربران درباره حق مؤلف چه می‌دانند؟

تا کنون چندین پیمایش روی عموم کاربران در رابطه با بررسی پنداشتن آنها به عنوان افرادی با دانش اندک نسبت به حق مؤلف و ناتوان در تمایز بین دسترسی قانونی و غیرقانونی به آثار تحت حمایت حق مؤلف و استفاده مجاز و غیرمجاز از آنها به انجام رسیده است. یافته‌هایی وجود دارد که از مؤید این پنداشت هستند: برای مثال، «مؤسسه ارتباطات بریتانیا»^۱ (یا آفکام) در پژوهشی مقایسه‌ای که در سال ۲۰۱۲ روی تخلف‌های حق مؤلف برخط انجام داد به این نتیجه رسید که ۴۴ درصد از کاربران بالای ۱۲ سال اظهار کرده‌اند که درباره این که چه چیزی قانونی است و چه چیزی برخط نیست «تقریباً مطمئن نیستند» یا «اصلاً مطمئن نیستند» (Ofcom, 2012). پیمایش دیگری هم که در سال ۲۰۱۲ روی استفاده از محتوای دیجیتال در آلمان انجام و منتشر شد به این نتیجه رسید که هرچند آگاهی از غیرقانونی بودن اشتراک‌گذاری هم‌تا به هم‌تا به مرور زمان بیشتر می‌شود، اما کاربران کم سن و کاربران بسترهای غیرمجاز احتمالاً بیشتر باور می‌کنند که بسترها و فعالیت‌های غیرمجاز قانونی هستند (GfK, 2012). گزارش «کاراگانیس» و «رنکما» با عنوان

1. Office of Communications (Ofcom)

فرهنگ عامه، که بر پایه پیمایشی روی کاربران آمریکایی و آلمانی تهیه شده است نیز به ناتوانی کاربران در تشخیص دقیق بستر های مجاز از بستر های غیرمجاز اشاره دارد و اظهار می کنند که پیمایش مسأله پخش برخط دشوار است، به این دلیل که به آسانی نمی توان خدمات قانونی را از خدمات غیرمجاز تشخیص داد (26: 2013). چنین یافته هایی در پژوهش های کیفی نیز به دست آمده است که رویکردی که در ادامه از آن بیشتر خواهیم گفت.

به نظر می رسد دلیل سرگردان بودن کاربران در مواجهه با حق مؤلف گیج کننده بودن این مفهوم است. یکی از دلایل این امر زبان قانون و سیاست گذاری است که نیازمند دانش و آگاهی از اصطلاحات تخصصی است. دلیل دیگر این است که کاربران به ندرت در تاریخ، هدف، و جزئیات حق مؤلف دخالت داده شده اند که به نوبه خود موجب شده تا در کمپین های مرتبط با کاربران، معمولاً و به سادگی رفتار مشتریان را به اعمال مجرمانه یا تهدیدهای مالی برای صنایع فرهنگی پیوند دهند (بنگرید به فصل سوم) و خبری از کاربران در دیگر زمینه های گفتمان عمومی نباشد. آن گونه که «فریث» و «مارشال» می گویند، به طور معمول حق مؤلف یکی از موضوع های سیاسی و مورد علاقه عامه نیست. به ندرت درباره آن در روزنامه ها یا بحث های سیاسی سخن می گویند، و این خود بیانگر آن است که منطق قوانین حق مؤلف چیست و چرا مسائل موجود در آنها بیشتر به نفع لایبگرهای شرکتی تمام می شود (4: 2004).

به هر حال، استثناهایی هم در گرایش حق مؤلف به تضمین منافع شرکت ها وجود دارد، آنگاه که حق مؤلف در قانون توجه اخبار و رسانه ها و سرفصل های آموزشی قرار می گیرد، فرصت های کم نظیری برای کاربران جهت رویارویی و شاید اعمال نظر آنها در مسائل کلیدی فراهم می شود. در این شرایط، شاید کاربران در خلال بحث و جدل ها، رسیدگی به دعاوی حقوقی، مرور سیاست ها، و نهادهای رسمی آموزشی چیزهایی درباره حق مؤلف بیاموزند.

۶-۱-۱. حق مؤلف و گروه «بیتلز»: یادگیری در خلال بحث و جدل

اگر یک نهاد تبلیغاتی بخواهد در آگهی‌های تجاری خود از یک آهنگ از قبل ساخته شده استفاده کنند، باید مجوز استفاده از این آهنگ را از مالک حق مؤلف آن دریافت کند. امروزه در بسیاری از آگهی‌های تجاری از چنین آهنگ‌هایی که توسط هنرمندان سرشناس و ناشناس اجرا شده است استفاده می‌شود، اما در دهه ۱۹۸۰ این کار چندان رایج نبود و برخی از این موارد بحث داغ محافل عمومی بودند. آن گونه که «کلین» (۲۰۰۹) توضیح می‌دهد، در خلال یکی از آگهی‌های تجاری شرکت «نایکی»^۱ در سال ۱۹۸۷ که در آن از آهنگ «انقلاب»^۲ – اثری از گروه «بیتلز»^۳ – استفاده شده بود، مردم با جوانب گوناگون قانون حق مؤلف آمریکا آشنا شدند، چون یکی از اعضای در قید حیات این گروه به استفاده «نایکی» از این آهنگ اعتراض کرده بود. بسیاری از هواداران گروه «بیتلز» از این که خود گروه کنترل روی دادن مجوز این آهنگ نداشته‌اند تعجب کردند. همانند بیشتر موسیقی‌هایی که توسط شرکت‌های بزرگ ضبط صدا تولید می‌شوند، مالک این آهنگ نیز شرکتی بود که پشتیبانی مالی آن را عهده دار شده بود (در مورد این اثر خاص، شرکت «کپیتول – امی»^۴ بود). و حق آهنگ‌سازی این اثر – که در اصل به آهنگ‌ساز(ان) تعلق دارد – توسط «مایکل جکسون»^۵ خریداری شده بود که پیش‌تر توسط یکی از دوستانش به نام «پاول مک‌کارتنی»^۶ به سرمایه‌گذاری در صنعت نشر موسیقی ترغیب شده بود. استفاده «نایکی» از آهنگ «انقلاب» قانونی بود، اما به مذاق هواداران این گروه خوش نیامد زیرا آنها تصور می‌کردند از نظر اخلاقی این گروه باید حق جلوگیری از چنین استفاده‌هایی را داشته باشند (و آن‌گونه که در فصل دوم گفته شد، دیگر کشورها به شیوه‌هایی گوناگونی با حق معنوی برخورد می‌کنند). این نمونه موجب برجسته شدن تناقض میان تصورات عمومی مردم و حق معنوی شد، و این تناقض در خلال بحث و جدل‌ها پیرامون این آگهی تجاری و نظام واقعی حق مؤلف موسیقی – که بر پایه آن ممکن است پدیدآور کنترل روی مجوز دادن/ ندادن اثر نداشته باشد – آشکار شد.

1. Nike

4. Capitol-EMI

2. Revolution

5. Michael Jackson

3. Beatles

6. Paul McCartney

حدود دو دهه پس از این ماجرا گروه «بیتلز» دوباره در کانون توجه محافل عمومی پیرامون استفاده از آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف قرار گرفتند، اگرچه این بار بحث درباره استفاده مجاز از آثار بود. «مک لئود» و «دیکولا» (۲۰۱۱) نگاهی به سابقه گلچین در بازار موسیقی «پاپ»، پرونده های حقوقی مرتبط با این زمینه و چگونگی تأثیر آنها بر قانون حق مؤلف انداخته اند. از نظر آنها نظام کنونی حق مؤلف ناکارآمد است و مانع بروز خلاقیت می شود: آنها معتقدند برخی از آلبوم های موسیقی «هیپ هاپ» کلاسیک به دلیل موانع حق مؤلف امروزه هرگز نمی توانستند ساخته شوند. یکی از مثال هایی که آنها تجزیه و تحلیل می کنند «آلبوم گری»^۱ سال ۲۰۰۴ «دنجر ماوس»^۲، ترکیبی از «آلبوم بلک»^۳ از «جی زی»^۴ و «آلبوم وایت»^۵ از گروه «بیتلز» است که بدون کسب مجوز این دو آلبوم ساخته شد. علی رغم حکم قضایی شرکت «امی» برای منع و توقیف «آلبوم گری»، این آلبوم در سراسر جهان هم محبوب شد و هم بسیار مورد تحسین و تمجید قرار گرفت. «مک لئود» و «دیکولا» در ادامه خاطرنشان می کنند که شرکت «امی» به این واقعیت واکنش نشان می دهد که فناوری های دیجیتالی به ایجاد تعادل در حوزه موسیقی میان هنرمندان مستقل و ماشین صنایع فرهنگی کمک می کنند (McLeod and Dicola, 2011: 177) و این که واکنش این صنایع ریاکارانه است، و پشتیبانی نظامی که در گذشته به خوبی به این صنایع خدمت می کرده بیش از حد معمول بوده است. بررسی این مورد نشان می دهد که مردم به شیوه دیگری به ترکیب موسیقی نگاه می کنند و آن را کاری نوآورانه می دانند (همانند مونتاز یا کلاژ صدا)، رویکردی که اساساً پیش تر در موسیقی «پاپ» سابقه داشته و سابقه آن نیز به استفاده خود گروه «بیتلز» از صدا و آثار ضبط شده خود بر می گردد.

۶-۴-۱. آنها در برابر قانون ایستادگی کردند: یادگیری در خلال رسیدگی به پرونده های قضایی

پوشش مطبوعاتی و جنجال رسانه ای پیرامون پرونده های قضایی پرصروصدا علیه

1. The Grey Album
4. Jay-Z

2. Dangermouse
5. White Album

3. Black Album

صاحبان وبگاه‌هایی که به اشتراک‌گذاری هم‌تا به هم‌تای آثار را تسهیل می‌بخشند نیز می‌تواند یکی از کانال‌های آشنایی کاربران با جزئیات قانون حق مؤلف باشد. در فصل پیش به شماری از پرونده‌هایی پرداختیم که در ارتباط با چنین بسترها و فعالیت‌هایی بودند که حق مؤلف را نقض می‌کردند، اما در آغاز و پایان دهه ۲۰۰۰ میلادی دو پرونده قضایی طرح شدند که از نظر پوشش مطبوعاتی و رأی دادگاه دارای اهمیت بسیار هستند. پرونده شرکت «آی‌اند‌ام ریکوردز»^۱ در مقابل شرکت «نپستر»، که در دسامبر ۱۹۹۹ طرح و در فوریه ۲۰۰۱ بسته شد، از قدیمی‌ترین پرونده‌های حقوقی مرتبط با حق مؤلف و دائلود هم‌تا به هم‌تا است. همان‌گونه که در فصل چهارم تشریح شد، این پرونده پای «انجمن صنعت صوت آمریکا» (یا «ریا») را نیز به میان کشاند که مخالف سرسخت نمایندگان شرکت «نپستر» بودند که می‌گفتند کارشان جزو استفاده منصفانه قلمداد می‌شود و در نهایت این «ریا» بود که برنده این پرونده اعلام شد. برای بسیاری از کاربرانی که از طریق بسترهای هم‌تا به هم‌تا به رسانه‌ها دسترسی داشتند، این پرونده فصل الخطابی برای غیرقانونی بودن کار آنها از نظر دادگاه بود، حتی علی‌رغم این که نگاه منفی هم نسبت به به اشتراک‌گذاری فایل وجود نداشت. شایان ذکر است که کنسرسیومی متشکل از ۱۸ استاد حوزه حق مؤلف به نتیجه دادگاه اعتراض کردند و ابراز نگرانی کردند از این که رویکرد دادگاه ناحیه به مسائل از این دست، اگر توسط دادگاه‌های دیگر نیز در پیش گرفته شود، حتماً مانع گسترش فناوری‌های کارآمدی خواهد شد که می‌توانند ارزش اینترنت را هم برای کاربران و هم برای صاحبان حق مؤلف افزایش دهند (Litman et al., 2000). به عبارت دیگر، اساتید پشتیبانی قانون حق مؤلف از مدل‌های کسب و کار نباید پیدایش و گسترش مدل‌های تازه را به خطر بیاندازد. دخالت این اساتید در ماجرا نشان داد که این تنها کاربران عادی نیستند که از شرکت «نپستر» حمایت می‌کنند، بلکه متخصصان این حوزه هم از «نپستر» پشتیبانی می‌کنند.

1. A&M Records, Inc.

در سال ۲۰۰۹ محاکمه «پایرت بی» در سوئد موجب طرح دوباره بحث هایی شد که در پرونده «نپستر» مطرح شده بود، پلتفرمی که می توان آن را به جانشین کاربرانی عادی که فایل به اشتراک گذاری می کنند تشبیه کرد. مدافعان این پرونده در نهایت به دلیل آماده کردن بستری برای نقض قانون حق مؤلف گناه کار شناخته شدند. پس از این پرونده نیز نقدهایی نسبت به نقش قانون حق مؤلف در نوآوری مطرح شد، و همراه با این شماری از هنرمندان نیز به این نقدها واکنش نشان دادند: برای مثال، واکنش «پاول مک کارتنی» به رأی دادگاه این گونه بود: «اگر سوار اتوبوس می شوید باید پول بدهید؛ و به نظرم این منصفانه است، شما باید پول بلیتتان را بدهید... هرکسی که کار خوبی انجام می دهد، به ویژه اگر واقعاً خوش شانس باشید و اثر هنری ارزشمندی ارائه کنید و اثرتان مشهور شود، باید پاداش کارتان را بگیرید» (نقل در McKenzie and Cochrane, 2009). با صدور این رأی در پرونده مذکور یک بار دیگر رویکرد قانون نسبت به مسائل برای همگان آشکار شد، هرچند از این طریق کاربران با فرض ها و استدلال های کلیدی در رسیدگی به یک پرونده قضایی بیشتر آشنا شدند. پاسخ پرسش هایشان را درباره کاربرد اصطلاحی همانند سارق برای اموال غیر فیزیکی گرفتند؛ نگرانی آنها درباره ادعای آزار پدیدآوران افزایش یافت؛ و مصمم تر شدند که تمام فعالیت های همتا به همتا مشابه هم نیستند. دانستن این که این بسترها می توانند جایی برای دسترسی به آثار نایاب، آثار موجود در بازار سیاه، و جایی برای جایگزینی آثار خریداری شده در قالب آنالوگ باشند چالشی است برای این رویکرد قانونی که قائل به تفاوت میان این دو محیط نیست. حتی برای کاربرانی که از رأی این پرونده راضی بودند، مجازات صاحبان این پلتفرم و کاربران غیرمنصفانه و از حد معمول بیشتر بود: هرکدام از نمایندگان «پایرت بی» به حبس و پرداخت یک میلیون دلار جریمه محکوم شدند، «ریا» نیز پس از موفقیت در پرونده «نپستر» دیگر کوششی برای طرح دعوا علیه مردم عادی و حبس پدر بزرگ ها و بچه ها نکرد.

۶-۴-۱. بازنگری قانون حق مؤلف: یادگیری در خلال نقد و بررسی سیاست‌ها

نقد و بررسی و تغییر قانون حق مؤلف نیز توجه پوشش مطبوعاتی را به خود جلب می‌کند و می‌تواند مسائل منسوخ و متناقض قانون را برای کاربران آشکار سازد که اغلب مسائلی هستند که پیشنهاد تغییر آنها مطرح می‌شود. کاربرانی که این اخبار را دنبال می‌کنند ممکن است متوجه شوند که تغییر قانون حق مؤلف پس از انجام پژوهش‌هایی که با پشتیبانی حکومت انجام می‌شود، گاهی در تضاد با پیشنهادها مطرح در این پژوهش‌ها است، یا کاربران فکر می‌کنند که اعمال پیشنهادها کم‌تر جنجالی بیش از اعمال پیشنهادها بسیار بحث‌برانگیزتر به طول می‌انجامد.

همان‌طور که در فصل بعدی خواهیم گفت، طی دهه گذشته روی قانون حق مؤلف انگلستان بررسی‌ها و پژوهش‌هایی با پشتیبانی حکومت انجام شده‌اند که تازه‌ترین آنها اثری با عنوان «فرصت‌های دیجیتال»^۱ است (Hargreaves, 2011). در این گزارش تصریح شده که نظام جدید حق مؤلف انگلستان به قدری مفصل و پیچیده است که جزئیات آن به آسانی می‌تواند موجب سردرگمی کاربران و پدیدآوران مستقلی شود که وابسته به مؤسسه خاصی نیستند یا آموزش‌های لازم را در این زمینه ندیده‌اند.

پیشنهادها مطرح شده در این گزارش، که اشاره می‌کند باید بازنگری‌هایی در قانون به نفع مشتریان صورت پذیرد، مورد پذیرش کمیته‌ها و شوراهای مرتبط دولت و مقام‌های رسمی دولتی قرار گرفته است، و این مسأله در واکنش‌های منتشره آنها مشهود است. در ژوئن ۲۰۱۴، سه سال پس از انتشار این گزارش، پیشنهاد قانونی کردن حمایت از آثار در قالب لوح فشرده و کتاب الکترونیکی در قانون اعمال شد (سردرگمی بیشتر: شماری از کاربران دریافتند که فعالیت‌های روزمره‌شان قانونی نبوده است). (Arthur, 2014).

از دیگر سو، تنها مدت زمان کوتاهی پس از انتشار گزارش، تغییر دیگری در قانون حق مؤلف رخ داد که با محتوای این گزارش مغایرت داشت و نشانه آن بود که

تغییر قانون حق مؤلف نتیجه رقابت بر سر منافع است. این پژوهش، با تأیید نتیجه بررسی قانون حق مؤلف انگلستان در سال ۲۰۰۶، به این نتیجه رسیده بود که دلیلی برای افزایش دوره حمایت از حقوق صاحبان آثار صوتی وجود ندارد و پیشنهاد برای گسترش این حقوق باید بر پایه توجیه های اقتصادی باشد، با این وجود افزایش دوره حق مؤلف پس از مدت زمان کوتاهی تصویب شد.

۴-۱-۴-۶. حق مؤلف در کلاس درس: یادگیری از طریق نهادهای رسمی آموزشی

با پررنگ شدن نقش حق مؤلف در زندگی روزمره کاربران در عصر دیجیتال، این مفهوم در برنامه های درسی آموزشی هم حضور پیدا کرده است. از آنجا که برنامه های آموزشی با حمایت صنایع فرهنگی طراحی می شوند یا توسط نهادهایی اجرا می شوند که در پیوند با این صنایع هستند، گرایش به حفظ منافع این صنایع و تضمین اهداف آنها در برنامه های آموزشی کاملاً مشهود است. «یار» (۲۰۰۸) به بررسی کمپین های آموزشی مرتبط با مالکیت فکری پرداخته است که به واسطه «انجمن حق مؤلف آمریکا»، «انجمن صنعت نرم افزار و اطلاعات»، «سازمان اتحاد تجارت نرم افزار»، «انجمن سینمایی آمریکا»، و «وزارت آموزش و پرورش دولت استرالای غربی» شکل گرفته اند، تا محورهای رایج بحث مطرح در این کمپین ها را شناسایی کند.

او محورهای شناسایی شده را در چهار روایت کلیدی دسته بندی می کند، که چیز تازه ای برای خوانندگان این کتاب نیست. نخستین روایت «مالکیت به عنوان یک حق طبیعی» است، و در این دسته «یار» به گرایش برنامه های آموزشی برای آموزش مسأله حق مالکیت فردی در بافت حق مؤلف به عنوان یک حق طبیعی و انکارناپذیر اشاره دارد. روایت دوم «تعادل میان ملموس و ناملموس» است، و اشاره او در این دسته به روش برنامه های آموزشی برای مواجهه با مالکیت فکری همانند مالکیت فیزیکی و نادیده گرفتن تفاوت های آشکار میان این دو مالکیت است (برای مثال، این که یک کالای ناملموس به سرقت رفته می تواند توسط دیگران استفاده شود).

«خلاقیت فردی» روایت چهارم است. بر این پایه، برنامه‌های آموزشی بر اصل «رمانتیک» پدیدآوران مستقل تأکید دارند، و مرکزیت استخدام پدیدآوران توسط شرکت‌های بزرگ (همانند قراردادهای مختصر یا مفصلی که در این زمینه وجود دارد) را در خلق بسیاری از آثار نوآورانه و تحت حمایت قانون حق مؤلف نادیده می‌گیرند. و چهارمی هم روایت «خسارت» است که تأکیدش بر این امر است که نقض حقوق پدیدآوران مستقل به آثار خسارت وارد می‌کند و از بین رفتن مشوق‌ها و پاداش‌ها نیز منجر به خسارت وارد کردن به صنایع فرهنگی خواهد شد، در حالی که شواهد موجود مخالف این را می‌گویند.

در هر صورت، آنچه دانش‌آموزانی که سر این کلاس‌ها می‌نشینند نمی‌آموزند دیدگاه‌های بدیلی است که در این زمینه وجود دارند. آن گونه که «یار» خاطرنشان می‌کند، «اگر دیدگاهی انتقادی نسبت به این موضوع اتخاذ کنیم، یکی باید بگوید که در این میان خبری از اشاره به بحث برانگیزی و چالش‌پذیری خود مفهوم مالکیت فکری یا توجه به دیدگاه‌های متفاوت پیرامون چگونگی سازماندهی دسترسی به کالاهای فرهنگی نیست (619: 2008). بحث‌برانگیزی مالکیت فکری نشان‌دهنده آن است که شانس برای تشویق کاربران به مشارکت در گفتمان حق مؤلف نبوده است، گرچه بدون تردید در اصل مباحث این درس‌ها محل پرسش سؤال‌هایی کلیدی است. مرور این نمونه‌ها به ما می‌آموزد که یادگیری درباره حق مؤلف - در خلال بحث و جدل‌ها، پرونده‌های قضایی، بازنگری سیاست‌ها، و نهادهای رسمی آموزشی - به آسانی نمی‌تواند شکاف دانشی کاربران را پر کند، دانشی که لزوماً به رفتار قانون‌مدارانه منجر خواهد شد. در عوض، کاربران وارد دنیایی از مباحث مبهم می‌شوند درباره این که چرا قانون حق مؤلف این گونه است، قانون حق مؤلف به چه کسانی خدمت می‌کند و چه قدر با هنجارهای اجتماعی متناسب است یا نیست. افزون بر این، این مثال‌ها نشان‌دهنده آن هستند که اطلاعات اندکی درباره حق مؤلف برای کاربران دسترس‌پذیر است و آنها نیز در همین حد درباره حق مؤلف می‌دانند: در

فصل هفتم ما به این موضوع خواهیم پرداخت که کاربران با وجود شرایط نامساعدشان چگونه در برابر سیاست‌های خاصی واکنش نشان می‌دهند و در فصل هشتم ما دوباره بحث امکان آموزش را به عنوان راهکاری سازنده پیش خواهیم کشید و دربارهٔ ویژگی‌های یک رویکرد کارآمد آموزشی سخن خواهیم گفت که شاید نتیجه‌بخش باشد.

در مجموع، شاید اگر بگوییم بسیاری از کاربران همانند نمایندگان صنعت و حکومت فهم یا کج‌فهمی اندکی دربارهٔ نظام رسمی حق مؤلف و مسائل مرتبطش دارند، بی‌راه نگفته‌ایم. و هنوز حتی کاربرانی که در اعتراض به مفاد قانون حق مؤلف تردید دارند و آنهایی که دربارهٔ شرایط استفادهٔ قانونی از آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف سردرگم هستند، می‌خواهند و می‌توانند رویکرد صنعت نسبت به سرقت را به چالش بکشند و دربارهٔ مسائل مرتبط با صنایع فرهنگی و حق مؤلف به بحث بنشینند.

۶-۴-۲. کاربران دربارهٔ حق مؤلف چه برای گفتن دارند؟

بررسی‌هایی که روی کاربران رسانه‌ها انجام شده، به ویژه آنهایی که با پشتیبانی مالی صنایع فرهنگی یا برای مشاوره به سیاست‌گذاران به انجام رسیده‌اند، اغلب ماهیتی کمی دارند. همان‌گونه که «فردمن» می‌گوید، «فرایند سیاست‌گذاری همواره به داده‌های کمی و شواهد آماری نسبتاً بسیار اهمیت داده است» (2008: 101). با این‌که پیمایش‌های مذکور در این اثر دربردارندهٔ آمارهایی کاربردی جهت کسب آگاهی از آن کارهایی است که کاربران انجام می‌دهند، اما پرسش‌های چند جوابی و پاسخ‌های کوتاه در شناسایی چرایی انجام این کارها ناکام هستند. بنابراین اهمیت صرف به پیمایش‌های گسترده منجر به نادیده گرفتن داده‌های غنی و تصویری پیچیده در این زمینه می‌شود که از تنها از طریق رویکردهای کیفی – همانند پیمایش‌های باز پاسخ، گروه‌های کانونی، یا مصاحبه با افراد – قابل دستیابی هستند. رویکردهای کیفی می‌توانند مشوق مشارکت کاربران به عنوان شهروندانی با دیدگاه‌های ارزشمند، و

شهروندانی با نگرش‌ها و دلایل منحصر به فردشان دربارهٔ حق مؤلف شود، چیزی که داده‌های کمی به آسانی نمی‌توانند فراهم کنند. اعتقاد به این‌که کاربران می‌توانند دیدگاه‌های ارزشمند و مشارکت مفیدی در گفتمان سیاست‌گذاری گسترده داشته باشند، پایهٔ پژوهش و گروه‌های قانونی بوده که توسط «ادواردز» و همکارانش به انجام رسیده است (2013b) (بنگرید به قاب ۲-۳).

قاب ۲-۳. پیوند با حق مؤلف: دیدگاه کاربران

اگر فضایی برای کاربران فراهم کنیم تا دیدگاه‌هایشان را بگویند، می‌توانیم به بررسی و نقد فرض‌هایی پردازیم که موجب شکل‌گیری ویژگی‌های کاربران در نگاه و مباحث دیگر گروه‌ها، همانند صاحبان حق مؤلف یا سیاست‌گذاران می‌شوند. «ادواردز»^۱ و همکارانش (2013b) گروه‌هایی قانونی در انگلستان برگزار کردند و یافته‌هایشان نشان می‌دهد که کاربران رسانه‌ها پیچیده، متفاوت، و ناسازگار، و در عین حال بدبین و بسیار منطقی هستند.

کاربران رفتارها و دیدگاه‌های پیچیده‌ای نسبت به آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف از خود نشان می‌دهند، که اغلب حاکی از الگوهای استفادهٔ هم قانونی و هم غیرقانونی است: یک دانشجو توضیح می‌دهد که «زمانی که فیلمی منتشر می‌شود، اگر واقعاً خوب باشد، می‌روم و آن را در سینما تماشا می‌کنم. سپس، نمی‌دانم پس از چند هفته شما می‌توانید نسخه نسبتاً با کیفیتی از این فیلم را از اینترنت غیرقانونی دانلود کنید. و خوب اگر این کار را بکنم می‌توانم آن فیلم را در منزل تماشا کنم. و پس از گذشت چند ماه می‌توانم لوح فشردهٔ آن را یک پوند بخرم.»

به نظر می‌رسد کاربران دربارهٔ برخی از ساختارهای صنایع نیز آگاهی دارند، و این امر روی دیدگاه آنها پیرامون حق مؤلف نیز تأثیرگذار خواهد بود: برخی از کاربران نسبت به این مسأله بدگمان هستند که بسیاری از پدیدآوران سهم قابل توجهی از درآمدهای حاصل از فروش آثار تحت حمایت حق مؤلف دریافت نمی‌کنند (همانند هنرمندان تازه‌کاری که وابسته به تبلیغ شرکت‌های بزرگ رسانه‌ای هستند) و از دیگر سو بیشتر مردم بر این باورند که درآمدهای نامتعارفی از فروش برخی از آثار کسب می‌شود. بازنشسته‌ای توضیح می‌دهد که «به نظر من پشتیبانی از صاحبان حق مؤلف برای کسب درآمد تا یک حد مشخص خوب است. منظورم تا حدی است که شاید شما بگویید، می‌دانید. من فکر می‌کنم تا حدی که جهان به اندازهٔ کافی برای اثر فکری شما پول پرداخت کرده است، و اکنون وقت آن است که بگویید سپاسگزارم جهان، و دیگر کنار بکشید.»

←



کاربران شبکه‌های همتا به همتا برای توجیه کارشان دلایل منطقی و خاصی بر شمرده‌اند، از باور به این که کارشان (بسته به میزان درآمد، وضعیت اشتغال، یا سن و سالشان) موقتی است گرفته تا پذیرش هنجارهای اجتماعی تازه‌ای که مخالفتی با قانون‌شکنی به این شیوه ندارد: عضوی از افراد حاضر در جلسه با مادران توضیح می‌دهد که «می‌فهمم که چرا افراد برای درست کردن این چیزها وقت می‌گذارند و می‌دانم که باید در مقابل به آنها پول پرداخت شود، اما اگر من یک کتاب چاپی یا یک لوح فشرده بخرم، نمی‌خواهید آن را دوبار برای یکی‌دو هفته به دوستان امانت دهید. ... خوب به محض این که آن را بخرم، فکر می‌کنم اکنون مال من است و هرکار دلم بخواهد با آن می‌کنم.»

کاربران عادی آگاهیشان از نقش قدرت در صنایع فرهنگی را دستمایه‌ای برای مخالفت با ادعای خسارت دیدن هنرمندان به واسطه سرقت آثار هنری کرده‌اند، و به این نکته به درستی اشاره می‌کنند که بسیاری از اقدامات روزمره شرکت‌های تولید آثار صوتی - برای مثال، سهمی که آنها از درآمدهای حاصل از فروش به هنرمندان می‌دهند - می‌تواند به هنرمندان صدمه بزند. در عین حال، شاید کاربران اصول اساسی حق مؤلف را به عنوان چیزی که ریشه در عقل سلیم دارد بپذیرند: برای مثال، آنها بر این باورند یا احساس می‌کنند که اصول اساسی حق مؤلف انگیزه‌ای برای خلق آثار نوآورانه و دستمزدی برای پاداش کار خلاقانه فراهم می‌کنند. در نهایت، عجیب نیست که دیدگاه کاربران درباره حق مؤلف بر پایه ارتباط حق مؤلف با زندگی روزمره‌شان شکل گیرد، و از این طریق است که می‌توان به شکاف میان قانون و رفتارهای روزمره مردم پی برد.

«مارشال»^۱ و «فریث»^۲ عواقب قابل پیش‌بینی قانونی که هم‌خوان با زندگی روزمره مردم نیست را شرح می‌دهند: «اخیراً شاهد گسستگی شدیدی میان قانون و رفتارهای اجتماعی که ظاهراً قانون باید رهبری کند هستیم. ... اگر قانون حق مؤلف در تضاد با درک مردم است، اگر در تضاد با باورهای مردم پیرامون ماهیت آزمند شرکت‌های تولیدکننده آثار صوتی است، پس پیروی از آن به خواست مردم نیست»

1. Marshall

2. Frith

(213: 2004). همین اواخر، «هارگریوز»^۱ در گزارش «فرصت‌های دیجیتال» عنوان کرده که «زمانی که میلیون‌ها شهروند با انتقال ساده یک فایل موسیقی از دستگاهی به دستگاه دیگر قانون حق مؤلف را در زندگی روزمره‌شان نقض می‌کنند، آشکار است که رژیم حق مؤلف سازگار با عصر دیجیتال نیست. مردم درباره این که چه کاری قانونی و کدام غیرقانونی است سردرگم شده‌اند، و خطر آن وجود دارد که قانون بدنام و بی‌اعتبار شود» (5: 2011).

اگر ما می‌بینیم که در زندگی روزمره و عادی فرهنگی‌مان مرتکب سرقت می‌شویم، همانند «مارشال» که به سارقان موسیقی اشاره می‌کند (۲۰۰۴)، باید بپذیریم قواعد، الگوها، و دلایلی که ناظر رفتارهای اجتماعی ما هستند نیازمند بررسی‌های بیشترند، نه تنظیم قانون و مقررات. آن‌چه در دیدگاه بسیاری از صنعتگران و سیاست‌گذاران نادیده گرفته شده این است که رفتار کاربران با آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف از اصول و منطقی پیروی می‌کند که مشابه آن چیزی نیست که در قانون آمده است. برای مثال، کاربران می‌فهمند چه زمانی حق پدیدآوران در مقابل آن‌چه که خلق کرده‌اند به خوبی ادا شده است و چه اثری باید به رایگان در دسترس کاربران نهایی قرار گیرد، و دانستن این مسائل ممکن است منجر به انجام اعمال غیرقانونی شود (بنگرید به قاب ۲-۴).

قاب ۲-۴. موردکاوی یک فعال اینترنتی به نام «آرون سوارتز»

تفاوت میان کاربران عادی و کاربران فعال بسیار ظریف است، و بسیاری از کاربران محکوم به عمل‌گرایی شده‌اند و تغییر شرایط را طلب می‌کنند و دلیل این‌ها تجربه‌های برخاسته از آنهاست. افزون بر این، اینترنت گردهمایی کاربران هم‌فکر را بیش از پیش آسان کرده که می‌تواند منجر به انقلابی با عواقب باورناپذیر شود. «سل» درباره تصویب «قانون منع سرقت برخاسته»^۲ یا «سوپا» و «قانون جلوگیری از تهدیدهای واقعی در دنیای مجازی برای خلاقیت اقتصادی و تاراج دارایی‌های فکری»^۳ یا «پیپا» در سال ۲۰۱۲ این‌گونه توضیح می‌دهد: «با

←

1. Hargreaves
2. Stop Online Piracy Act (SOPA)
3. PROTECT IP Act (Preventing Real Online Threats to Economic Creativity and Theft of Intellectual Property Act, or PIPA)

آن که مالکان خصوصی حق مؤلف در ایالات متحده قدرتمندانه نظام مالکیت فکری جهان را شکل داده‌اند (خواسته‌هایشان را در سطح جهان ارائه و پیاده کرده‌اند)، اما این بار شبکه‌ای فراملی متشکل از کاربران اینترنت بر تغییر برآوردهای مالکیت فکری در داخل ایالات متحده تأثیرگذار بودند» (68: 2013). یکی از مخالفان این لوایح و مهرهٔ کلیدی در کمپین مخالف این لوایح «آرون سوارتز»^۱ بود که خودکشی او در سال ۲۰۱۳ مثال غم‌انگیزی است از عواقب ناخواستهٔ جرم پنداشتن نقض حق مؤلف بدون توجه به بافت و شرایط.

در سال ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱ «سوارتز» که حامی همیشگی دسترسی آزاد بود، شمار زیادی از مقاله‌های علمی کتابخانهٔ دیجیتال «جی‌استور»^۲ دانلود کرده بود و مقامات ایالتی از او شکایت کرده بودند که «سوارتز» قصد داشته این مدارک را از طریق بسترهای همتا به همتا به صورت غیرقانونی در اختیار کاربران قرار دهد (دسترسی خود «سوارتز» به این مقاله‌ها قانونی بوده، چون از دانشگاه محل تحصیلش به این پایگاه دسترسی داشته است). «سوارتز» ۲۶ ساله پس از آگاهی از افزایش جرم‌هایش و ترس از مجازات سنگینی همانند ۳۵ سال حبس خودکشی کرد. بسیاری از مردم تصور کردند که دادگاه می‌خواست «سوارتز» درس عبرتی برای دیگران باشد و احساس کردند که جرم‌های «سوارتز» برای اقدامی که ریشه در باور به دسترسی آزاد و نه منافع شخصی دارد کاملاً ناعادلانه و بیش از حد معمول است. مرگ «سوارتز» موجب ارائهٔ یک لایحهٔ پیشنهادی (موسوم به «قانون آرون») شد که مقیاس «قانون جرائم و سواستفاده‌های رایانه‌ای» و کاربست آن را در فعالیت‌های روزمرهٔ مردم محدود می‌کرد. این مثال به بررسی‌های ما دربارهٔ گفتمان حق مؤلف مرتبط است، چراکه این گفتمان متشکل است از دلایل و توجیه‌های گروه‌های رقیب و بسترهای نابرابر برای برآوردن صدا و اعلام نظر: کاربران عادی، همانند فعالانی که از طرف خودشان صحبت می‌کنند شانس کمی برای بیان دیدگاه‌ها و تأثیرگذاری بر سیاست‌گذاران دارند و به همین دلیل مجبور به توسل به روش‌های دیگری می‌شوند. از آنجا که این روش‌های بدیل اغلب با پیگردهای کیفری و قانونی مواجه می‌شوند نشان می‌دهد آنهایی که قدرت در اختیار دارند چگونه احتمال هرگونه اندیشهٔ سازنده‌ای را در نطفه خفه می‌کنند.

افزون بر این، در روزهای آغازین راه افتادن پدیدهٔ به اشتراک‌گذاری فایل «ویدیانثان» (۲۰۰۱) از این پدیده بسیار شادمان شد و شبکه‌های همتا به همتا و انقلاب «ام.پی.تری» (یکی از قالب‌های فایل‌های صوتی) را «شور و شوقی منطقی» عنوان کرد و نمودی از این که شهروندان کنترل صنایع موسیقایی — که آغازگر

1. Aaron Swartz

2. JSTOR

گفتمان‌های مرتبط با حق مؤلف هستند - بر این آثار را به چالش کشیده‌اند. اگرچه برخی از پیش‌بینی‌های «ویدپانثان» امروزه چندان منطقی نیست (برای مثال، به نظر او مردم به این دلیل آثار رسانه‌ای را می‌خرند چون انتشارهای رسمی مناسبت‌تر و دارای کیفیتی بهتر هستند)، اما توصیف او از ویژگی‌های چنین فعالیت‌هایی به سان «شور و شوقی منطقی» جایگاه کاربران را در این میان تثبیت کرد. اما چه کسی می‌تواند نماینده‌ای باشد برای آن‌که صدای تمام کاربران را به گوش‌ها برساند؟ گروه‌های سیاسی و عملگرای بسیاری، از قبیل «حزب دزدان دریایی»^۱، «بنیاد پیشگامان الکترونیک»، «گروه حقوق آزاد»^۲ بریتانیا، و «کریتو کامنز» نهادهایی هستند که واجد شرایط لازم در این زمینه‌اند که بتوانند نماینده صدای کاربران باشند و منابع دسترس‌پذیری برای کاربران باشند و صدای آنها را در این زمینه‌ها بشنوند. «لیندگرن»^۳ (۲۰۱۳) به منظور پی بردن به دیدگاه‌ها و حرف حساب کنش‌گران موافق و مخالف سرقت آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف، به تجزیه و تحلیل گفتمان‌های ضدسرقت مطرح در بلاگ‌ها در کشور سوئد پرداخته است. با این‌که مشکل بتوان بلاگ‌نویسان ضدسرقت را نماینده تمامی کاربران دانست، اما دست‌کم بیانگر منافع افرادی هستند که به اشتراک‌گذاری فایل مشغولند و کارشان نشان‌دهنده آن است که چگونه «کارآفرینی اخلاقی ممکن است نه تنها توسط کنش‌گران سستی هم‌چون سیاست‌مداران، آموزگاران، نهادهای خبری، یا واعظان کلیساها و نمایندگان نظام‌های حقوقی، بلکه توسط سازمان‌های مردم‌نهاد برخط، خرده‌فرهنگ‌های توده‌ای، یا افراد آشنا به امور دیجیتال اجرا شود» (۲۰۱۳: ۳).

در فصل بعدی به بررسی مفصل‌تر نگرش و نقش برخی از این «گروه‌های رسمی»^۴ خواهیم پرداخت. فعلاً گفتن این نکته خالی از فایده نیست که عمل‌گرایی موفقیت‌هایی در ایستادگی در برابر سیاست‌های خاصی همانند «سوپا» و «پیپا» داشته است، اما این موضوع متفاوت از بحث کاربرانی (عملگرا یا منفعل) است که تأثیری

1. Pirate Party

2. Open Rights Group

3. Lindgren

4. Organized groups

سازنده بر فرایند سیاست‌گذاری داشته‌اند. همان‌گونه که در فصل بعدی خواهیم گفت، در آنچه که «روزانوالن»^۱ (۲۰۰۸) آن را «مردم‌سالاری مخالفت»^۲ (به جای «مردم‌سالاری پیشنهاد»)^۳ می‌خواند با محدودیت‌های جدی مواجه هستیم، آن‌جا که شهروندان عادی به جای آن‌که توانایی ارائه پیشنهاد و راهکارهای بدیل داشته باشند، تنها می‌توانند به انتخابی که نهادهای قدرت پیش پایشان گذاشته‌اند «نه» بگویند.

۵-۶. خبری از هم‌فکری هست؟

توجه این فصل معطوف به شکاف بین کاربران، آن‌گونه که در گفتمان‌ها و کمپین‌های صنایع فرهنگی و سیاست‌های حکومت تصور شده‌اند و واقعیت پیچیده تجربه کاربران نهایی از حق مؤلف در عصر دیجیتال بود، آنجا که ایده‌های سارقان آثار و مردم عادی با کارهای روزمره مواجه می‌شوند. همان‌گونه که در بخش پژوهش‌های مرتبط با کاربران نشان دادیم، اهمیت شناسایی این‌که کاربران از حق مؤلف چه می‌دانند و چه نمی‌دانند موجب ورود طیف گسترده‌ای از پژوهشگران با دیدگاه‌ها و اهداف گوناگون شده است. در هر صورت، با این‌که برخی گفته‌اند ناسازگاری میان کارهای کاربران و قانون حق مؤلف نیاز به اصلاحات قانونی را به وجود آورده است، اما کماکان تأکید بر اصلاح رفتار کاربران از طریق فشارهای قانونی، کمپین‌های صنعتی، و آموزش‌های ویژه است. سازمان‌هایی مانند «بنیاد پیشگامان الکترونیک» جایگزین‌هایی برای کمپین‌های آموزشی سنتی پیشنهاد کرده‌اند - برنامه‌های آموزش حق مؤلف این سازمان‌ها به حفظ تعادلی که به گفته «یار» (۲۰۰۸) در کمپین‌های آموزشی کلیدی دیده نمی‌شود کمک خواهد کرد - اما متأسفانه این سازمان‌ها دسترسی و بودجه‌ای را ندارند که در اختیار صنایع فرهنگی قدرتمند است و از آن در کلاس‌های درس و خارج از آنها استفاده می‌کنند.

کمپین‌های مشتریان و کمپین‌های آموزشی مرتبط با حق مؤلف تعاملی بودن قوانین و اخلاق رعایت از این قوانین را در کانون توجه قرار داده‌اند، و انتظار دارند

1. Rosanvallon

2. Democracy of rejection

3. Democracy of proposition

کاربران از این قوانین پیروی کنند. تعامل شفاف‌تر در تاریخ حق مؤلف و ادعاهایی که منجر به اصلاح سیاست‌ها یا به چالش کشیدن آنها شده‌اند بهتر می‌توانستند جایگاه کاربران را به عنوان مشاوران صنعتگران و سیاست‌گذاران برای طرح نقشه راه پیش‌رو تعیین کنند. معلمان و اساتید اغلب روی آموزش سواد رسانه‌ای تمرکز کرده‌اند تا به مردم تحلیل انتقادی تولید، توزیع، و دریافت آثار رسانه‌ای را بیاموزند: در فصل هشتم به بررسی امکانات و محدودیت‌های رویکردی آموزشی به سیاست‌های رسانه‌ای خواهیم پرداخت.

تمرکز این بخش بر نگرش مشتریان به عنوان چیزی بود، که می‌تواند در گفتمان حق مؤلف تأثیرگذار باشد. اما این مسأله که از طریق ترغیب مردم آگاه و فرایندهای شفاف‌تر سیاست‌گذاری - آنجا که منافع و ارزش‌های تمام گروه‌های ذینفع عادلانه مطرح و رعایت شود - می‌توان به بهبود شرایط کمک کرد، نشان‌دهنده آن است که منافع عامه در قلب قانون‌گذاری حق مؤلف قرار دارد. اکنون باید دید که آیا سیاست‌گذاران می‌توانند و می‌خواهند دیدگاه کاربران را در فرایند سیاست‌گذاری مد نظر قرار دهند یا نه. در فصل بعدی توجهمان را دوباره معطوف به سیاست‌گذاری خواهیم کرد که وظیفه‌شان حفظ تعادل میان منافع گروه‌ها و دیدگاه‌های گوناگونی است که در گفتمان حق مؤلف مطرح هستند.



سیاست‌گذاری حق مؤلف: سیاست‌گذاری حق مؤلف چگونه منافع گروه‌های گوناگون را حفظ می‌کند (یا حفظ نمی‌کند)

۷-۱. مقدمه

هیچ چیز ذاتی و مطلق درباره حق مؤلف یا شکل خاصی که حق مؤلف به خود می‌گیرد وجود ندارد. اگرچه در سال‌های اخیر قوانین حق مؤلف در سراسر جهان هم‌راستا و هماهنگ بوده‌اند، اما اگر نگاهی تاریخی به این قوانین بیاندازیم خواهیم دید که کشورهای گوناگون تصمیم‌های متفاوتی پیرامون حمایت از آثار فرهنگی گرفته‌اند، البته اگر اساساً در این زمینه تصمیمی گرفته باشند. برای فهم قانون کنونی حق مؤلف و تغییراتی که به احتمال در آینده خواهد داشت، باید به بررسی فرایندهایی بپردازیم که تصمیم‌های مرتبط با حق مؤلف از برآوردهای آنها است. در این فصل بر فرایندهای سیاست‌گذاری حق مؤلف تمرکز خواهیم کرد و به ارزیابی این مسأله خواهیم پرداخت که این سیاست‌گذاری تا چه اندازه حافظ منافع و ارزش‌های گروه‌های گوناگونی است که در این اثر درباره‌شان بحث شد.

فرایند آرمانی تصمیم‌گیری پیرامون سیاست حق مؤلف، فرایندی مردم‌سالارانه است. در این اثر ما طرفدار گونه خاصی از تصمیم‌گیری مردم‌سالارانه هستیم که به آن

«مردم‌سالاری شورایی»^۱ می‌گویند. از این منظر، تمامی گروه‌های متأثر از سیاست‌های حق مؤلف باید فرصت مشارکت در تعیین چیرستی آن را داشته باشند. تصمیم‌ها باید برآیند یک بحث آزاد عمومی باشند - که در آن‌جا تمامی گزینه‌ها و دیدگاه‌ها طرح شوند و مشارکت‌کنندگان در بحث به‌جای استفاده از ابزارهای نفوذ و قدرت، به دنبال قانع کردن دیگر گروه‌ها از طریق بحث و گفت‌وگو باشند - و هدف باید طراحی سیاستی باشد که دربردارنده منافع همه یا دست‌کم ترکیب منصفانه‌ای از منافع و ارزش‌های گروه‌های گوناگون باشد (Habermas, 1997; Mansbridge et al., 2010). در هر صورت، همان‌گونه که در این فصل خواهیم گفت، در فرایند سیاست‌گذاری حق مؤلف این آرمان‌ها در نظر گرفته نمی‌شوند. شرکت‌های بزرگ فعال در صنایع فرهنگی در صدد هستند تا با منابع مالی موقعیتشان بر این فرایندها تسلط داشته باشند تا تأثیر بیشتری بر تصمیم‌های سیاستی بگذارند. نابرابری قدرت در فرایند سیاست‌گذاری هم در سطح ملی و هم سطح جهانی مشهود است، چون کشورهای خواهان سیاست‌های بیشتر و سخت‌گیرانه‌تر حق مؤلف مانند ایالات متحده و اعضای اتحادیه اروپا، توانسته‌اند به‌واسطه معاهده‌های گوناگون بین‌المللی سیاست‌هایشان را جهانی سازند و به کشورهای دیگر صادر کنند.

اگرچه فرایند سیاست‌گذاری حق مؤلف ناعادلانه است و به نفع گروه‌های تجاری خاصی پیش می‌رود، اما نمی‌تواند محدود به این فشارهای اقتصادی شود. سیاست‌گذاران تا حدی استقلال دارند و همیشه می‌توانند سیاست‌های متفاوتی اتخاذ کنند (Hay, 2002; Marsh, 2002; Hesmondhalgh, 2005). بحث پیرامون چگونگی تفسیر سیاست‌گذاران از مشکلات سیاستی و راهکارها و گفتمان‌های بدیلی که نشان‌دهنده منافع و ارزش‌های گوناگون است، در این زمینه می‌تواند دارای اهمیت باشد و بر سیاست‌ها تأثیر بگذارد. استقلال نسبی سیاست‌گذاران حتی ممکن است فراتر از این هم برود: آنجا که شرکت‌های گوناگون در بخش‌های متفاوت (برای مثال، صاحبان

۱. به انگلیسی Deliberative democracy، گونه‌ای از مردم‌سالاری است که استدلالات و گفت‌وگو در کانون تصمیم‌گیری آن قرار دارد.

حق‌مؤلف در صنایع فرهنگی و شرکت‌های فناوری) ممکن است به تضاد منافع برخوردند و بنابراین دیدگاه‌ها و دلایل گوناگونی به سیاست‌گذاران ارائه کنند تا در رجحان یکی بر دیگری مختار باشند. علی‌رغم این‌که کاربران به طور معمول در فرایند سیاست‌گذاری دخالتی ندارند، ممکن است گاهی در این فرایند درگیر شوند و گفتمان رایج را به چالش بکشند. در این فصل مثال‌هایی از اعتراض‌های مردم نسبت به سیاست‌های معمول حق‌مؤلف بازگو خواهیم کرد. فصل را با این نتیجه‌گیری به پایان خواهیم رساند که چالش کلیدی یافتن راهی برای حصول اطمینان از کانونی و طبیعی بودن مشارکت مردم در فرایند سیاست‌گذاری حق‌مؤلف است.

۷-۲. قدرت و فرایند سیاست‌گذاری

گاهی گفته می‌شود که شیوه سیاست‌گذاری سیاست‌گذاران مناسب بوده است. در چنین شرایطی، فرایند سیاست‌گذاری کاملاً بر عهده متخصصانی گذاشته شده است که باید تصمیم‌ها و سیاست‌هایشان را باید بر پایه تحلیل «واقعیت‌ها» و «شواهد» استوار سازند، به جای آن‌که درگیر ملاحظات سیاسی شوند. بی‌شک، نقش شواهد در فرایند سیاست‌گذاری کلیدی است و باید پررنگ باشد، و سیاست‌گذاری خوب نیازمند استفاده از تخصص‌های مرتبط است. با این وجود، سیاست‌گذاری در شرایطی رخ خواهد داد که در آنجا شمار منافع و ارزش‌های رقیب کم نیست، و به طور معمول موجب نارضایتی گروه‌هایی خواهد شد که با بررسی بیشتر واقعیت‌ها به آسانی قابل حل و فصل نیست. به عبارت دیگر، فرایند سیاست‌گذاری نباید سیاسی باشد، اما در عمل گاهی این‌گونه است (Freedman, 2008).

از این رو، آن‌گونه که در بین مردم شایع شده، سیاست‌گذاری فرایندی سیاسی است که باید در بین ارزش‌ها و منافع رقیب گروه‌های گوناگون دست به تصمیم‌گیری بزند. اما ما مشخصاً چگونه درباره این فرایند ممکن است فکر کنیم؟ در نظام‌های مردم‌سالارانه نیابتی لیبرال، نمایندگان منتخب نقشی کلیدی در فرایند سیاست‌گذاری بازی می‌کنند. مردم نمایندگان سیاسی خود را برای این انتخاب

می‌کنند که این نمایندگان بتوانند حافظ منافعشان باشند. در یک گفتمان رسمی‌تر، حکومت‌ها دربارهٔ سیاست‌های کشورشان تصمیم‌گیری می‌کنند، و قوانین تازه‌ای تصویب می‌کنند که می‌توانند حاوی دستورهای برای اکثریت نمایندگان باشند و منجر به توافق‌هایی بین‌المللی با کشورهای دیگر شوند. هرچند کانون توجه سیاست‌گذاری سطح ملی است، اما نمایندگان سیاسی ممکن است در سطح محلی هم فعال باشند، و منطقه‌ای همانند «اتحادیهٔ اروپا» این سیاست‌گذاری ممکن است منطقه‌ای و فراملی هم باشد. همان‌طور که در بخش بعدی این فصل بحث خواهیم کرد، قراردادهای تجاری دوجانبه و چندجانبه میان کشورها، و عضویت در سازمان‌های جهانی همانند «سازمان تجارت جهانی» و «سازمان ملل متحد» نیز جنبهٔ مهمی از سیاست‌گذاری حق مؤلف هستند (بنگرید به قاب ۳-۱).

قاب ۳-۱. حق مؤلف و مؤسسه‌های جهانی و فراملی

سیاست‌گذاران، حکومت‌ها، و مسئولان ملی در فرایند سیاست‌گذاری و اجرای مقررات حق مؤلف نقشی کلیدی دارند. سطح ملی سطحی است که به طور معمول مردم ارتباط روشن‌تری با سیاست‌گذاری حق مؤلف دارند. با این وجود، سازمان‌ها و مجامع جهانی و فراملی مهمی هم وجود دارند که بر سیاست‌گذاران ملی تأثیرگذار هستند.

«اتحادیهٔ اروپا» (http://europa.eu/index_en.htm) اتحادیه‌ای اقتصادی و سیاسی متشکل از ۲۸ کشور اروپایی است و مثالی جالب از حاکمیت منطقه‌ای و فراملی بر حکومت‌های ملی است. سیاست‌ها توسط «کمیسیون اروپا»، «شورای وزیران اروپا» (که نمایندهٔ حکومت‌هایشان هستند)، و «پارلمان اروپا» (که اعضای آن توسط شهروندان اروپایی انتخاب می‌شوند) طراحی و تدوین می‌شوند، هرچند «کمیسیون اروپا» ممکن است به منظور گردآوری اطلاعات بیشتر برای تدوین یک سیاست از افراد دیگر نیز مشورت بگیرد. «اتحادیهٔ اروپا» روی استانداردهای سیاست‌های حق مؤلف در بین کشورهای عضو اقداماتی انجام داده است، و این اتحادیه معمولاً نمایندهٔ اعضایش در گفت‌وگوهای تجاری در «سازمان تجارت جهانی» (وتو) و «سازمان جهانی مالکیت فکری» (وایپو) است.

«سازمان تجارت جهانی» (وتو) (www.wto.org) سازمانی بین‌المللی و فراملی برای گفت‌وگو بر سر قراردادهای تجاری است، که نتیجهٔ گفت‌وگوهای چندین کشور دربارهٔ تجارت آزاد در یک جمع کوچک‌تر بود. این سازمان در سال ۱۹۹۵ بنیان‌گذاری شده است و ۱۵۹ کشور از سراسر جهان به عضویت آن درآمده‌اند. «وتو» مدیریت و نظارت بر «معاهدهٔ جوانب تجاری

→ حقوق مالکیت فکری^۱ (یا به اختصار «معاهده تریپس») را نیز عهده‌دار است، که در ادامه از آن بیشتر خواهیم گفت.

«سازمان جهانی مالکیت فکری» (یا «وایپو») (www.wipo.int/portal/en/index.html) نهادی وابسته به «سازمان ملل متحد» است که اختصاصاً روی حق مؤلف و دیگر جوانب مالکیت فکری تمرکز کرده است. این سازمان در سال ۱۹۶۷ تأسیس شد و در حال حاضر ۱۸۷ کشور به عضویت آن درآمده‌اند. «وایپو» روی چندین معاهده بین‌المللی نظارت دارد، معاهده‌هایی همچون «برن» که هدفش حمایت از آثار ادبی و هنری است.

علی‌رغم مرکزیت فرایند سیاست‌گذاری، نمایندگان منتخب مردم به تنهایی و در خلوت سیاست‌گذاری نمی‌کنند، و از همین روی برای فهم درست و کامل فرایند سیاست‌گذاری دیدمان باید فراتر از نقش نمایندگان باشد. طیف گسترده‌ای از افرادی که داخل دولت و مرتبط با دولت کار می‌کنند در فرایند سیاست‌گذاری درگیر هستند، از مشاوران سیاست‌گذاری و مقامات دولتی گرفته تا نهادهای تنظیم مقررات که به اجرای سیاست‌ها می‌پردازند. در این میان، گروه‌های متعددی خارج از دولت (همانند شرکت‌های خصوصی، اتحادیه‌های تجاری، پژوهشگران و دانشگاهیان، کانون‌های تفکر، مشتریان و گروه‌های فعال، و غیره) در تلاش برای تأثیرگذاری بر سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیری درباره سیاست‌ها خارج از زمان انتخابات هستند. بنابراین، باید شبکه گسترده‌تری از گروه‌هایی را بررسی کنیم که در یک زمینه خاص روی تصمیم‌گیری‌ها تأثیرگذار هستند (یا سعی می‌کنند تأثیرگذار باشند).

پرسش کلیدی برای تحلیل‌گر سیاست‌گذاری درباره قدرت نسبی گروه‌ها در این شبکه‌های سیاست‌گذاری و جایی است که قدرت به طور مساوی میان این گروه‌ها تقسیم می‌شود. از راه‌های رایج برای تفکر پیرامون این امر «کثرت‌گرایی» است، رویکردی که اغلب به دانشمند علوم سیاسی «دال»^۲ (۱۹۶۵) منسوب می‌شود (برای آگاهی جامع از نظریه‌های گوناگون فرایند سیاست‌گذاری بنگرید به M. Hill, 2013 و John, 2013). «دال» (۱۹۶۱) در پاسخ به نویسندگان پیش از خود همانند «رایت

1. Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS)

2. Dahl

مایلز^۱ (۱۹۵۶) که معتقد بود «نخبگان قدرت» بر سیاست و جامعه غلبه دارند، یادآور می‌شود که نظام سیاسی در ایالات متحده کثرت‌گرایی بود، چون تمام گروه‌های جامعه توان تأثیرگذاری بر مسائل و برآیندهای گوناگون را داشتند. با این‌که فرض رویکرد کثرت‌گرایی این نیست که توان تمامی گروه‌ها در تمامی جوانب یکسان نیست، اما این رویکرد بر این اصل استوار است که قدرت به طور گسترده میان گروه‌های گوناگون جامعه توزیع شده است و بنابراین فرایند سیاست‌گذاری باز و رقابتی است. هیچ گروه خاصی بر فرایند سیاست‌گذاری غلبه ندارد و هر گروهی می‌تواند فرایند تصمیم‌گیری اثر بگذارد، اگر این گروه‌ها به‌خوبی سازماندهی و برانگیخته شده باشند.

می‌توانیم قابلیت‌های کثرت‌گرایی را ارزیابی کنیم و ببینیم که آیا این یک نظریهٔ هنجاری است (که می‌گوید فرایند سیاست‌گذاری چگونه باید باشد) یا یک نظریهٔ توصیفی (که می‌گوید فرایند سیاست‌گذاری چگونه است) (M. Hill, 2013: 28). کثرت‌گرایی به عنوان یک نظریهٔ هنجاری جالب توجه است. کثرت‌گرایی منافع و ارزش‌های گوناگون در جامعه و این‌که تمامی گروه‌ها باید شانس تأثیرگذاری بر تصمیم‌های سیاستی داشته باشند را به رسمیت می‌شناسد. با این‌که در این رویکرد تمامی گروه‌ها شاید بتوانند بر تصمیم‌ها تأثیرگذار باشند، اما دیدگاه‌هایشان مطلق و ناسازگار با دیگر گروه‌ها قلمداد می‌شود، و بنابراین به نظر می‌رسد دستیابی به یک توافق همه‌جانبه بر سر منافع عامه از طریق فرایند سیاست‌گذاری قدری دشوار است (Knops, 2007). در ادامه ما به دیدگاهی بدیل اشاره می‌کنیم، یعنی به توضیح نگاه شورایی به سیاست‌گذاری مردم‌سالارانه خواهیم پرداخت، که دست‌کم امکان دستیابی به یک توافق کلی بر سر منافع عامه از طریق آن وجود دارد، هرچند دستیابی به چنین توافقی دشوار است و اگر توافقی هم شکل گیرد ابطال‌پذیر است.

اما نگاه توصیفی به کثرت‌گرایی در فرایند سیاست‌گذاری چگونه؟ در ظاهر فرایند سیاست‌گذاری کثرت‌گرا به نظر می‌رسد. گروه‌های گوناگون به هدف تأثیرگذاری بر

1. C. Wright Mills

تصمیم‌ها و سیاست‌ها در این فرایند مشارکت می‌کنند. حکومت‌ها و نهادهای تنظیم مقررات با ایجاد فضای مشورتی که از طریق آن بتوانند دیدگاه‌های عموم مردم را گردآوری کنند، به تشویق و ترغیب مردم برای شرکت در این فرایند می‌پردازند. برای نمونه، در انگلستان برخی از اصلاحات حکومت روی قانون حق‌مؤلف در سال‌های اخیر انجام شده است؛ از کلیدی‌ترین این اصلاحات «بررسی گاور روی مالکیت فکری»^۱ در سال ۲۰۰۶ و «فرصت‌های دیجیتال: بررسی مالکیت فکری و پیشرفت»^۲ در سال ۲۰۱۱ است که توسط «هارگریوز»^۳ راهبری شد. هر دوی این اصلاحات پاسخ‌هایی مهم از طرف صنایع، انجمن‌های تجاری، مشتریان، کمپین‌ها، و افراد مستقل در پی داشتند: به پنل «گاورز» بیش از ۵۰۰ دیدگاه و پنل «هارگریوز» نزدیک به ۳۰۰ دیدگاه ارسال شد. «کمیسیون اروپا» گزارش داد که مشاوره و گفت‌وگوهای اخیر روی قوانین حق‌مؤلف در «اتحادیه اروپا» با مشارکت گسترده‌ای روبه‌رو بوده است، به طوری که بیش از ۹۵۰۰ دیدگاه در پاسخ به درخواست مشورت و به طور کلی بیش از ۱۱۰۰۰ پیام، هم پرسش و هم پیشنهاد، به رایانامه‌ای که توسط کمیسیون به این امر اختصاص یافته بود ارسال شد (European Commission, 2014: 3). این بازخوردها از طیف گسترده‌ای از ذینفعان و بسیاری از افراد که می‌توان آنها را کاربر/ مصرف‌کننده نهایی قلمداد کرد دریافت شدند (European Commission, 2014: 5). با این وجود، مشارکت گروه‌های گوناگون در هم‌فکری‌هایی همانند این به معنای تقسیم مساوی قدرت میان این گروه‌ها یا حتی گستردگی قدرت میان آنها نیست. اگر بخواهیم با دید انتقادی شدیدتری به این مسأله نگاه کنیم، باید اذعان کنیم که رویکرد کثرت‌گرایی موفق نبوده است، چرا که مسیری را هموار کرده که به واسطه آن گروه‌های اجتماعی مشخصی - و به ویژه شرکت‌های خصوصی بزرگ - در فرایند سیاست‌گذاری توان بیشتر و جایگاه غالب‌تری نسبت به سایر گروه‌ها داشته‌اند (Marsh, 2002; Hesmondhalgh, 2005; Freedman, 2008; Freedman, 2010). اگر رویکرد کثرت‌گرایی بر سر هنجاری بودن و تعیین چگونگی فرایند سیاست‌گذاری چندان مُصِر نباشد،

1. The Gowers Review of Intellectual Property

2. Digital Opportunity: A Review of Intellectual Property and Growth

3. Hargreaves

نقدهایی متوجه آن است که این رویکرد خوش‌بینانه به مسأله نگاه می‌کند و تنها چگونگی این فرایند را توصیف می‌کند. افزون بر این، اسلاف رویکرد کثرت‌گرایی، همانند «دال»، تا حدی به محدودیت‌ها و نقاط ضعف این رویکرد پی برده‌اند و در آثار بعدی خود کمی از مواضع خود عقب‌نشینی کرده‌اند (M. Hill, 2013: 36).

شرکت‌های خصوصی به شیوه‌های گوناگون از منابع اقتصادی خود برای تأثیرگذاری بر سیاست‌گذاری استفاده می‌کنند. نخست این که آنها می‌توانند لابی‌گرها، شرکت‌های مشاوره، و متخصصان حقوقی و سیاست‌گذاری استخدام کنند تا به جایشان در طراحی و تدوین سیاست‌ها کمک کنند و روی تصمیم‌های سیاست‌گذاران تأثیرگذار باشند. آن گونه که در فصل سوم گفته شد، پیوند میان سیاست‌گذاران و شرکت‌ها می‌تواند روی دیگری هم داشته باشد، آنجا که مقامات رسمی حکومتی وارد لابی‌گری‌های بخش صنعت می‌شوند (Sell, 2013: 73-4). دوم آن که شرکت‌ها می‌توانند در بخش پژوهش سرمایه‌گذاری کنند تا به واسطه این پژوهش‌ها شواهد کافی جهت پشتیبانی از موضعشان به دست آید. سیاست‌گذاران اغلب به تخصص‌ها و داده‌های پژوهشی شرکت‌ها اعتماد می‌کنند و ممکن است به داده‌های حقیقی و بدون سوگیری دسترسی پیدا نکنند. همان گونه که «هارگریوز» به تازگی درباره اصلاحات اخیرش بر سیاست‌های حق مؤلف اظهار نظر کرده است، «بسیاری از داده‌های لازم برای آگاهی از شواهد تجربی درباره حق مؤلف و برنامه‌ریزی آن در دسترس نیست و در اختیار بخش خصوصی است. این داده‌ها اغلب در قالب شواهد پشتیبان موضع لابی‌گرها («لابی‌نامیکس»)^۱ به حوزه عمومی راه می‌یابند، نه به عنوان مشاوره‌های پژوهشی معتبر مستقل (Hargreaves, 2011: 18). سرانجام، شرکت‌ها ممکن است پشتیبان مالی احزاب و کمپین‌ها باشند یا از نمایندگان سیاسی حمایت کنند که به احتمال حافظ منافع آنها هستند. همان طور که «سل» شرایط موجود در ایالات متحده را توصیف می‌کند، به دلیل هزینه‌های بسیار راه‌اندازی کمپین‌های سیاسی در ایالات متحده، کاندیدها چاره‌ای جز تکیه بر هدایای چشمگیر برای کمک به موفقیت آنها ندارند. جیب‌های

1. Lobbynomics

پرپول بخش مربوط به مالکیت فکری، همانند صنعت نرم افزار، صنایع داروسازی، فیلم و سینما، و موسیقی موجب موفقیت این کاندیداها در دستیابی به یک موقعیت سیاسی می‌شود (Sell, 2013: 72). برای شرکت‌ها هزینه کردن روی اهرم‌های تأثیرگذار بر سیاست‌گذاری همانند سرمایه‌گذاری مالی است، که هم‌چون هر سرمایه‌گذاری دیگری به هدف کسب درآمدهای اقتصادی انجام می‌شود. همان‌گونه که «کروچ»^۱ اشاره می‌کند، شرکت‌ها می‌توانند پول‌های هنگفتی برای لابی‌گری خرج کنند، نه فقط به این دلیل که توان اقتصادی این کار را دارند، بلکه به این دلیل که موفقیت در لابی‌گری سود بیشتری در کسب‌وکار نصیب آنها خواهد کرد: هزینه لابی‌گری نوعی سرمایه‌گذاری است (Crouch, 2004: 17-18).

تأثیر شرکت‌ها بر فرایند سیاست‌گذاری محدود به لابی‌گری و سرمایه‌گذاری‌های سیاسی نمی‌شود. همان‌طور که در نظریه‌های انتقادی‌تر حکومت و سیاست تأکید شده است، فشارهای اقتصادی می‌توانند تأثیرهای ساختاری‌تری بر فرایند سیاست‌گذاری در جوامع سرمایه‌داری بگذارند (Marsh, 2002: 22-6). گرچه «لیندبلاد»^۲ (1977, 1982) در آغاز یکی از مدافعان رویکرد کثرت‌گرایی بود، اما بعدها به نقد رویکرد کثرت‌گرایی در زمینه تأثیر فشارهای اقتصادی برخاست، و اذعان کرد که تأثیر شرکت‌ها بر فرایند سیاست‌گذاری بسیار بیشتر از سایر گروه‌ها است، و این نابرابری به دلیل توان اقتصادی این شرکت‌ها در جامعه است. دست‌کم در جوامع سرمایه‌داری، موفقیت اقتصادی و استخدام و بازار اشتغال تا حد زیادی وابسته به فعالیت شرکت‌های خصوصی است. اگر فرض بگیریم که موفقیت در انتخابات اغلب وابسته به توان اقتصادی است («این اقتصاد است، نادان»^۳، شعاری که مدیر کمپین

1. Crouch 2. Lindblom

۳. در کارزار انتخابات ریاست جمهوری آمریکا در سال ۱۹۹۲ که بیل کلینتون نامزد دموکرات در برابر جرج بوش پدر قرار داشت، استراتژیست انتخاباتی کلینتون عبارت معروف شده «It's the economy, stupid» را به کار برد، یعنی «این اقتصاد است، نادان» و توانست به پیروزی کلینتون کمک زیادی کند. هدف از این شعار آن بود که از رکود اقتصادی حاکم شده بر آمریکا استفاده شود و به رئیس‌جمهور وقت جرج بوش گوشزد شود مردم آمریکا از عملکرد اقتصادی وی به شدت ناراضی هستند (برگرفته از وبگاه روزنامه اقتصاد در پیوند <http://tejarat.donya-e-eqtesad.com/fa/packagestories/details?service=policy&story=1f9fde65-e4b6-4757-8111-32599852d7dd>).

انتخاباتی رئیس جمهوری سابق ایالات متحده «بیل کلinton» به کار برد)، بنابراین حکومت‌ها وابسته به این شرکت‌ها هستند و بسیار مشتاق هستند که این شرکت‌ها را به طرف خود بکشانند و تداوم این سرمایه‌گذاری‌ها را تضمین کنند، که البته قابل درک است. در نتیجه، از نظر «لیندبلاد»، حکومت‌ها در سیاست‌ها و تصمیم‌هایشان امتیازهایی برای حفظ منافع اقتصادی این شرکت‌ها در نظر خواهند گرفت. «لیندبلاد» با این جمع‌بندی بحث خود را به پایان می‌رساند که بنابراین نظام اقتصادی زندانی برای سیاست‌گذاران است که در آن نشانی از کثرت‌گرایی دیده نمی‌شود: برای طیف گسترده‌ای از مسائل سیاسی/اقتصادی این زندان سیاست‌گذاری را به دام می‌اندازد و کوشش‌های ما را برای بهبود نهادهایمان متوقف می‌کند (Lindblom, 1982: 329).

دخالت شرکت‌های خصوصی در فرایند سیاست‌گذاری شاید در تصمیم‌های سیاستی خاصی مشهود باشد، اما اثرات این دخالت‌ها چندان مشهود نیست و دشوار بتوان آنها را توضیح داد. «باچراچ» و «باراتز» (۱۹۶۲) نقدی بر کثرت‌گرایی وارد کردند که بسیار مشهور شد، انتقاد آنها این بود که رویکرد کثرت‌گرایی در تشخیص چگونگی به‌کارگیری قدرت توسط افراد و نهادها برای کنترل امور ناتوان است. برای فهم کامل دخالت اهرم‌های فشار در فرایند سیاست‌گذاری، در درجه نخست ما باید به این نکته توجه کنیم که چگونه یک موضوع مشخص در متن سند سیاستی وارد یا کنار گذاشته می‌شود. برای مثال، نقض قانون حق مؤلف در محیط برخط یا دستبرد آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف به مسأله مهمی تبدیل شده‌اند که نیازمند توجه سیاست‌گذاران هستند (در راستای خواسته شرکت‌های مالک حقوق آثار)، در حالی که ماهیت غیرمنصفانه قراردادهای و توزیع درآمدها در ساختارهای صنایع فرهنگی چندان مسأله مهمی قلمداد نمی‌شود. به نظر «فریدمن»، تحلیل‌گران سیاست‌گذاری باید هشیار باشند، نه تنها در زمینه دخالت گروه‌ها در فرایند سیاست‌گذاری بلکه در زمینه سکوت در برابر مسأله‌ای خاص، نه تنها در زمینه شفافیت سیاست‌ها بلکه در زمینه/بها در آنها، و نه تنها در زمینه تصمیم گرفتن بلکه در زمینه تصمیم نگرفتن (Freedman, 2010: 347). شرکت‌های رسانه‌ای ممکن است از طریق پوشش رسانه‌ای

و کمپین‌های مردمی نیز بخواهند به گونه‌ای بر متن اسناد سیاستی و خط‌مشی‌ها تأثیرگذار باشند (بنگرید به فصل ۳ و فصل ۶). در مجموع، پوشش رسانه‌ای می‌تواند عامل ساختاری دیگری باشد که در شکل‌گیری تصمیم‌های سیاستی تأثیرگذار است. «فریدمن» توضیح می‌دهد که «از تأثیرهای عمیق بر تصمیم‌های حکومت‌ها جهت پیگیری یا چشم‌پوشی از پیشنهادهایی خاص در زمینه سیاست‌گذاری احتمالاً واکنش افراد بانفوذ و قدرتمند در رسانه‌ها - یک نظام چانه‌زنی کاملاً غیرمتمرکز و رقابتی و به‌شدت سختگیر در تأیید سیاست‌ها - است (2008: 89).

به نظر می‌رسد تأثیرگذاری کسب‌وکارهای خصوصی بر فرایند سیاست‌گذاری، هرچه هست، در سال‌های اخیر افزایش پیدا کرده است. همان‌طور که در فصل سوم بحث شد، صنایع فرهنگی یک دست نیستند و مجموعه بزرگی از شرکت‌های کوچک را در بر دارد، اما در میان آنها تمایل روشنی برای مالکیت دیده می‌شود تا از این طریق تمرکز بیشتری کسب کنند و شرکت‌ها نیز بزرگ‌تر شوند و در مقیاس جهانی کار کنند (Baker, 2007). در عین حال سازمان‌هایی که به طور سنتی در تعادل قدرت شرکت‌ها نقش داشته‌اند، سازمان‌هایی هم‌چون اتحادیه‌های تجاری، یا نهادهای مردمی همانند شبکه‌های پخش خدمات عمومی، در بسیاری از کشورها قدرتش نسبتاً رو به کاهش است (M. Hill, 2013: 36). در نتیجه قدرت شرکت‌ها در فرایند سیاست‌گذاری افزایش یافته است. «کروچ» (۲۰۱۴، ۲۰۱۱، ۲۰۱۳) حتی پا را فراتر از این می‌گذارد و می‌گوید امروزه برخی از شرکت‌ها به‌جای آن‌که در فرایند سیاست‌گذاری تنها دست به لابی‌گری بزنند، وارد این فرایند شده و به «افراد خودی» تبدیل شده‌اند. او می‌نویسد که: در اصل «لابی» جایی خارج از اتاق تصمیم‌گیری است، جایی که آنهایی که در فرایندهای رسمی حکومتی درگیر نیستند می‌توانند بر آنهایی که درگیر هستند تأثیر بگذارند تا خواسته‌هایشان عملی شود. حال نکته قابل توجه این است که این شرکت‌ها امروزه داخل این اتاق حضور دارند (Crouch, 2013: 221). «فریدمن» (۲۰۰۸) نیز در پژوهش خود درباره فرایند سیاست‌گذاری

پیرامون رسانه‌ها در انگلستان و ایالات متحده به نتیجه‌ی مشابهی دست پیدا می‌کند. او دریافت که قدرت تصمیم‌گیری در اختیار اقلیت کوچک و هم‌عقیده‌ای است، که اعضای این گروه را نمایندگان شرکت‌های رسانه و سیاست‌گذاران تشکیل می‌دهند. با این که گروه‌های گوناگون کوشش می‌کنند تا بر سیاست‌های مربوط به رسانه‌ها تأثیرگذار باشند، اما فرایند سیاست‌گذاری در این زمینه فرسنگ‌ها با رویکرد کثرت‌گرایی و مردم‌سالاری فاصله دارد. همان‌طور که او جمع‌بندی می‌کند، «زمانی که جدال و مخالف در فرایند تدوین سیاست‌ها بالا می‌گیرد، شرایط مورد نظر دو گروه مخالف و تصمیم‌مشروطشان در ابزار سیاستی خاصی نهایی می‌شود، نه توسط اعضای متفاوت شبکه‌ی سیاست‌گذاری، بلکه توسط اقلیت کوچک تصمیم‌گیرنده» (Freedman, 2008: 88).

از این رو، دلایلی وجود دارد که موجب اثرگذاری بیشتر شرکت‌های بزرگ نسبت به سایر گروه‌ها در فرایند سیاست‌گذاری می‌شود. با این وجود، این شرکت‌ها تماماً بر فرایند سیاست‌گذاری غلبه ندارند. به نظر «هسموندالد» سیاست‌گذاری کاملاً در چنگ گروه‌های ثروتمند و قدرتمند نیست. نهادها و فرایندهای سیاسی تا حدی مستقل هستند (97: 2005). پرهیز از دیدگاه خام جبرگرایی اقتصادی که سیاست را در اقتصاد ترجمه می‌کند نباید کم اهمیت پنداشته شود (Hay, 2002; Marsh, 2002). نخست آن‌که شرکت‌های فعال در زمینه‌های گوناگون هم‌گرا نیستند و ممکن است دارای منافع متضاد باشند (Marsh, 2002: 33). همان‌گونه که در فصل‌های پیشین گفته شد، کسب و کارهای متفاوت مرتبط با حق مؤلف با هم دیگر تراحم منافع دارند و در برابر حق مؤلف دیدگاه‌ها و موضع‌های متفاوتی اتخاذ می‌کنند. از این رو، ممکن است سیاست‌گذاران با گزینه‌های متفاوتی روی میز حتی در محدوده «زندان بازار» مواجه شوند (Lindblom, 1982). دوم آن‌که اگرچه عرصه بازی ممکن است غیرمنصفانه‌تر از آن چیزی باشد که رویکرد کثرت‌گرایی توصیه می‌کند، اما گروه‌های کم‌قدرت‌تری که نماینده منافع و ارزش‌های دیگری غیر از منافع و ارزش‌های این

شرکت‌ها هستند گاهی می‌توانند بر فرایند سیاست‌گذاری تأثیرگذار باشند، به‌ویژه زمانی که آنها می‌توانند افکار عمومی را با خود همراه سازند. در ادامه مثال‌هایی از بسیج عموم مردم در جهت به چالش کشاندن موارد خاصی از سیاست‌های حق‌مؤلف خواهیم آورد. در نظام‌های سیاسی مردم‌سالارانه که متضمن مسئولیت‌پذیری هستند، نیاز به جذب پشتیبانی عموم مردم برای پیروزی در انتخابات و انتخاب دوباره (یا برعکس، تهدید کنار گذاشته نشدن از قدرت) از دغدغه‌های کلیدی نمایندگان سیاسی است. خوشبختانه، ساز و کار انتخابات به نمایندگان سیاسی این قدرت و اجازه را می‌دهد که تغییراتی اساسی در زمینه سیاست‌گذاری ایجاد کنند. در نتیجه، مسأله‌سومی که هنوز بر سر آن بحث و جدل است آن است که سیاست‌گذاران چگونه مشکلات و راهکارهای سیاستی را تفسیر و این سیاست‌ها را برای عموم توجیه می‌کنند (Fairclough, 2013; Edwards et al., 2014). اختلاف میان دیدگاه‌های رقیب بخش مهمی از فرایند سیاست‌گذاری است. سیاست‌گذاران ممکن است — یا امیدواریم — همیشه طرف دیدگاه‌های خوب را بگیرند.

در بخش بعدی، با توضیح چگونگی تفسیر روند اخیر بین‌المللی شدن یا جهانی شدن سیاست‌های حق‌مؤلف این موضوع را شفاف‌تر می‌سازیم. آن‌گونه که خواهیم گفت، به تازگی شماری از سازمان‌ها و معاهده‌های جهانی موجب هم‌گرایی بیشتری در سیاست‌های حق‌مؤلف میان کشورهای گوناگون شده‌اند. می‌توانیم این تغییر و تحولات را به عنوان نمودی از افزایش قدرت قدرت‌های اقتصادی جهانی و کاهش توان حکومت‌های ملی برای تصمیم‌گیری‌های متفاوت و مستقل در زمینه سیاست‌های حق‌مؤلف قلمداد کنیم. با این وجود، هم‌گرایی سیاست‌ها لزوماً به معنای این نیست که حکومت‌ها دارای استقلال یا قدرت سیاسی نیستند. همان‌طور که در بخش بعدی خواهیم گفت، جهانی شدن سیاست‌های حق‌مؤلف چیزی بود که توسط حکومت‌های غربی ترویج و پیگیری شد و می‌توان آن را به عنوان پروژه‌ای سیاسی همانند پروژه‌های اقتصادی آنها در نظر گرفت. امکان تفاسیر دیگر همیشه وجود داشته است و جدال بر

سر سیاست‌ها و گفتمان حق مؤلف همیشه مشهود بوده است. به نظر «هی»، «اعتقاد به قضا و قدر و ناتوانی تغییر شرایط در تضاد با سیاست هستند» (67: 2007). دیدگاه ما درباره چگونگی قانون و سیاست‌های حق مؤلف هرچه باشد، یادآوری این نکته مهم است که قانون و سیاست‌های حق مؤلف چیزی است که سیاست آن را تعیین می‌کند — و بنابراین می‌توانند به واسطه سیاست تغییر کنند. فرایند سیاست‌گذاری را نمی‌توان دقیقاً همانند سیاست پنداشت، اما برآیندهایش نیز کاملاً از پیش تعیین شده نیست.

۷-۳. اهمیت روزافزون حق مؤلف

قانون حق مؤلف در اصل یک مسأله ملی و تصمیم‌گیری درباره آن بر عهده حکومت‌های ملی بود. نگاهی تاریخی به این امر به ما نشان می‌دهد که کشورهای گوناگون مواضع متفاوتی در برابر این که چه حقوقی به صاحبان آثار فرهنگی تعلق گیرد — اگر اصلاً حقوقی در نظر گرفته می‌شده — اتخاذ کرده‌اند. با این وجود، با گذشت زمان ما شاهد استانداردسازی و جهانی شدن حق مؤلف پیرامون الزامات حداقلی مشخصی بوده‌ایم. ایالات متحده و دیگر حکومت‌های غربی با تشویق و فشار شرکت‌های صاحب حقوق در صنایع فرهنگی ابزارهایی نه تنها برای تقویت سیاست‌های ملی حق مؤلف خود بلکه برای ترویج و صدور قوانین حق مؤلف غربی به دیگر کشورها ایجاد کرده‌اند.

تدوین مقررات بین‌المللی پیرامون حق مؤلف در اوایل قرن نوزدهم آغاز شد، زمانی که تبادل کالاهای فرهنگی فراتر از مرزها موجب ضرورت ایجاد توافق‌هایی در بین برخی از کشورها شد. «معاهده برن برای حمایت از آثار ادبی و هنری» در سال ۱۸۸۶ تدوین شد و در آغاز توسط ده کشور به امضا رسید: بلژیک، فرانسه، آلمان، ایتالی، لیبریا، اسپانیا، سوئد، تونس، و انگلستان (Burger, 1988). اصل کلیدی این معاهده تبعیض زدایی بود: آنهایی که این معاهده را امضا کرده بودند باید حقوق صاحبان آثار را در دیگر کشورهای عضو معاهده همانند حقوق صاحبان آثار در کشور خود رعایت می‌کردند و حقوق مشابهی برای این آثار در نظر می‌گرفتند. در

عین حال، دست حکومت‌های ملی در تعیین سیاست‌های حق‌مؤلف کشورشان در راستای منافع و ارزش‌های خود تا حدی باز بود. از دیدگاه «سل»، کشورهای عضو در زمینه تصویب قوانین هم‌راستا با سطح توسعه اقتصادی‌شان و مزیت رقابتی آنها هم در خلاقیت و هم در تقلید تا حد زیادی مستقل بودند (12: 2003). برای مدیریت و نظارت بر معاهده «برن» یک دفتر بین‌المللی (با نام «اداره بین‌المللی برای حمایت از مالکیت فکری» یا «بیرپی»)^۱ راه‌اندازی شد، که بعدها در سال ۱۹۶۷ به «سازمان جهانی مالکیت فکری» (یا «وایپو») تبدیل شد. معاهده «برن» در طول زمان با تغییرات و اصلاحاتی همراه بوده است، یکی از این اصلاحات حداقل دوره حمایت از حقوق آثار بود که در سال ۱۹۰۸ با توافق اعضای معاهده ۵۰ سال پس از فوت پدیدآور در نظر گرفته شد. از آن زمان تا کنون کشورهای زیادی این معاهده را امضا کرده‌اند و امروزه بیش از هر زمان دیگری عضو دارد، که نشان‌دهنده آن است که حق‌مؤلف چگونه به یک پدیده جهانی تبدیل می‌شود.

موضوع مهم‌تر آن‌که ایالات متحده در آغاز حق‌مؤلف بین‌المللی را به رسمیت نمی‌شناخت. این کشور از جمله کشورهایی که در آغاز معاهده «برن» را امضا کردند نبود و تا سال ۱۹۸۸ از امضای این معاهده خودداری کرد. با این وجود، از دهه ۱۹۸۰ به بعد سیاست ایالات متحده در این زمینه با تغییرات عمده‌ای مواجه شد و این کشور کلیدی‌ترین پشتیبان حق‌مؤلف بین‌المللی تبدیل شد. اما چه چیز می‌تواند این تغییر رویکرد را توضیح دهد؟ به نظر «سل» (۲۰۰۳؛ هم‌چنین بنگرید به Drahos and Braithwaite, 2002)، دلیل تغییر در سیاست این کشور را باید در پشت پرده تغییرات گسترده وقت مرتبط با جهانی شدن اقتصاد، فناوری‌های نوین، و رشد یک گفتمان نئولیبرال که بر بازار آزاد و مقررات‌زدایی تأکید می‌کرد جست‌وجو کرد. در این بافت ساختاری، گروهی از شرکت‌های صاحب حقوق آثار تحت حمایت قانون حق‌مؤلف توانستند در جهت تغییر سیاست‌های بین‌المللی حق‌مؤلف با موفقیت دست به لابی‌گری در ایالات متحده و حکومت‌های غربی بزنند. این شرکت‌ها

1. United International Bureaux for the Protection of Intellectual Property or BIRPI

مالکیت فکری را به تجارت جهانی پیوند زدند و حکومت‌های غربی را متقاعد کردند که حمایت از مالکیت فکری در فضای اقتصاد جهانی رقابتی جدید و در مواجهه با تغییرات فناورانه یک التزام است (Sell, 2003: 44). این گفتمان بر اهمیت اقتصادی صنایع فرهنگی (و همچنین حق مؤلف) برای کشورهای غربی به عنوان یک مزیت رقابتی جهت تجارت در فضای به شدت رقابتی اقتصاد جهانی تأکید می‌کرد (بنگرید به فصل ۳). در نتیجه حق مؤلف بر اسناد سیاستی ملی فشار آورد، و در عین حال در سطح بین‌المللی حکومت‌های غربی هم‌گام با شرکت‌های صاحب حقوق آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف در جهت به رسمیت شناختن حق مؤلف و حمایت بهتر از حق مؤلف در دیگر کشورها فعالیت می‌کردند.

«معاهده جوانب تجاری حقوق مالکیت فکری» (یا به اختصار «معاهده تریپس») که در سال ۱۹۹۴ توسط «وتو» تدوین و منتشر شد، از معاهده‌های کلیدی در زمینه گسترش دامنه حق مؤلف در سطح بین‌المللی بود. بر پایه «تریپس» اعضای «وتو» ملزم به اجرای حق مؤلف و مجازات موارد نقض این قانون هستند. در این میان، این حکومت‌ها می‌توانستند بر دولت‌هایی که از سیاست خاصی سرپیچی می‌کردند تحریم‌های اقتصادی اعمال کنند، به عنوان اهرم فشاری که آنها را به پیروی از مقررات مجبور کند. انعطاف‌پذیری معاهده «تریپس» به اندازه معاهده «برن» نبود، چون دست کشورها را برای تصمیم‌گیری‌های ملی به اندازه «برن» باز نگذاشته بود، و نشانی از حرکت به سوی استانداردسازی گسترده‌تر در سیاست‌گذاری بین‌المللی حق مؤلف بود (Sell, 2003). شرکت‌های بزرگ صاحب حقوق آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف نقش مهمی در شکل‌گیری معاهده «تریپس»، و لابی‌گری در این زمینه داشتند. این شرکت‌ها با تشکیل گروهی به نام «کمیته مالکیت فکری»^۱ («آی.پی.سی.») وارد اتاق سیاست‌گذاری «تریپس» شدند. آن گونه که «می» می‌نویسد، «آی.پی.سی.» با آگاهی از این امر که عموم مردم به قانون حقوق مالکیت فکری به عنوان قانونی با ماهیت تخصصی نگاه می‌کنند، با طرح این فرض که تیم‌های مذاکره‌کننده به پشتیبانی دانش

1. Intellectual Property Committee (IPC)

فنی جامعی در این باره نیاز دارند، از فرصت پیش آمده استفاده کرد. بنابراین، در اصل «آی.پی.سی.» پیش‌نویس معاهده «تریپس» را تهیه کرد، در حالی که تیم‌های مذاکره‌کننده در عمل متن معاهده را با اصلاحات جزئی و در نظر گرفتن امتیازهایی برای مذاکره‌کنندگان کشورهای در حال توسعه تصویب کرد (2007: 28-9). دخالت زیاد عوامل و نمایندگان شرکت‌های بزرگ در تنظیم پیش‌نویس سیاست‌ها محدود به «تریپس» نمی‌شود و مسأله‌ای عادی و رایج در این عرصه است.

فهم چرایی حمایت ایالات متحده و دیگر کشورهای توسعه‌یافته از «تریپس» و دیگر معاهده‌های بین‌المللی مشابه چندان دشوار نیست. آن‌گونه که «بویل»^۱ می‌نویسند، ایالات متحده در عرصه حق‌مؤلف بین‌المللی موضع محکم‌تری گرفته است - هرچند این امر چندان هم عجیب نیست، چون این کشور طی سال‌های اخیر از واردکننده صرف به صادرکننده صرف آثار تحت حمایت قانون حق‌مؤلف تبدیل شده است، جهشی که بر اهمیت تضمین حمایت از پدیدآوران آمریکایی، خارج از مرزهای این کشور افزوده است (2008: 1802). موضع کشورهای در حال توسعه نسبت به حق‌مؤلف پیچیده‌تر است. نظام‌های حق‌مؤلف بسیاری از این کشورها به شکل پیچیده‌ای تحت تأثیر میراث استعماری ذاتی در نظام‌های حقوقی و هم‌چنین هنجارهای خاص هر کشور بوده است. برای برخی از این کشورها پیروی از معاهده‌های بین‌المللی به معنای عبور از خط قرمز مجموعه‌ای از الگوها و ترجیح منافع صاحبان حقوق آثار تحت حمایت قانون حق‌مؤلف بر دسترسی کاربران است (Armstrong et al., 2010). البته پیروی از «تریپس» در عمل همیشه آن قدرها هم که به نظر می‌رسد دقیق و کامل نیست. اجرای این معاهده اغلب ضعیف انجام می‌شود و بافت‌های محلی تفاسیر خاص خود را از قانون دارند و این معاهده با مقاومت‌هایی از طرف برخی از کشورها روبه‌رو شده است (بنگرید به قاب ۳-۲). هنوز روشن نیست که آیا کشورهای در حال توسعه، کشورهایی که میزان واردات آثار تحت

1. Boyle

حمایت قانون حق مؤلف در آنها بیش از میزان صادرات این آثار است، به این معاهده‌های بین‌المللی رغبتی دارند یا نه. افزون بر این، کشورهای در حال توسعه و مشاوران حقوقی آنها به صورت جسته‌گریخته به دنبال پیوند مالکیت فکری به حقوق بشر و توسعه بوده‌اند، به جای آن که بخواهند مالکیت فکری را به بازار و تجارت مرتبط سازند (Hamelink, 1994). گفتمان تجارت به دنبال غلبه بازیگران بازار بر امور است، در حالی که گفتمان‌های حقوق بشر و توسعه در درجه نخست درباره پیشرفت ملت‌ها سخن می‌گویند (Boateng, 2011). به علاوه، آن میراث استعماری که آثار فرهنگی بومی همانند موسیقی یا اجراهای هنری را بدون اذعان به اصل و ریشه‌های این آثار و بدون پرداخت دستمزد پدیدآورانشان به استثمار کشیده است، موجب تشدید توزیع نامتوازن قدرت در بین کشورهای توسعه‌یافته و کمتر توسعه‌یافته در نظام حق مؤلف جهانی شده است. با این وجود، مسأله اصلی درباره گسستگی میان «تریپس» و رغبت کشورهای در حال توسعه برای پیروی از این معاهده پابرجا است. همان‌گونه که در فصل دوم اشاره کردیم، «هسموندالگ» (۲۰۰۸) به این معاهده‌ها به عنوان گونه‌ای «امپریالیسم فرهنگی» نگاه می‌کند که از جانب کشورهای غربی بر کشورهای در حال توسعه تحمیل می‌شود.

قاب ۳-۲. تانزانیا و کنیا: موسیقی، تاریخ، و حق مؤلف

با این که نقدهای به جایی متوجه شیوه «تریپس» برای سود رساندن به کشورهای خاص و مزایای ناچیز برای دیگر اعضای «وتو» است، اما بر پایه پژوهش‌های انجام شده چشم‌انداز هماهنگ‌سازی مطرح در این معاهده راه دور و درازی در پیش دارد، و این امر با تشکیل نظام‌های حقوقی متفاوت در بافت‌های ملی گوناگون همراه است. «پرولو» و «آیزنبرگ» (۲۰۱۴) پژوهشی روی تفاسیر گوناگون ظاهراً هماهنگ‌شده قانون حق مؤلف در شرق آفریقا انجام داده‌اند؛ اگرچه تانزانیا و کنیا موظف به رعایت الزامات مشابهی در معاهده «تریپس» هستند، در عمل رعایت این الزامات متفاوت بوده است.

جالب آن که تحلیل آنها نشان می‌دهد که اجرای سیاست‌های حقوقی موسیقی چگونه تحت تأثیر تفاوت‌های تاریخی میان دو کشور در زمینه‌های زیر قرار گرفته است: (۱) سیاست‌های زبانی و آموزشی؛ (۲) فرهنگ دیوان سالاری؛ (۳) ساختار اتحادیه‌های موسیقایی و



سازمان‌های گردآورنده آثار؛ و (۴) رویکرد دولت نسبت به موسیقی به عنوان یک فرهنگ ملی (Perullo and Eisenberg, 2014: 149). برای مثال، تجاری‌سازی موسیقی در کنیا به صورت رسمی‌تری پیاده‌سازی شده است، کشوری که در آن مدل صنعت موسیقی از مدل‌های آمریکایی و اروپایی که از دهه ۱۹۶۰ وجود داشته‌اند الگوبرداری شده است. وجود این صنعت تجاری موسیقی در کنیا که مسأله دستبرد آثار می‌تواند تهدیدی برایش قلمداد شود موجب شده تا حقوق‌دانان و صنعت‌گران فعال در صنعت موسیقی رویکرد جدی‌تری نسبت به نقض قانون حق مؤلف اتخاذ کنند. با این وجود، در تانزانیا موانع زبانی موجب شکاف میان آنهایی که به قانون حق مؤلف توجه می‌کنند و آنهایی که به اقتصاد موسیقی محلی فکر می‌کنند شده است: قانون حق مؤلف به زبان انگلیسی منتشر شده و اغلب به این زبان درباره‌اش بحث و گفت‌وگو می‌شود، اما اکثر تانزانیایی‌ها به زبان سواحلی صحبت می‌کنند. افزون بر این، اندیشه موسیقی به عنوان مالی که حق مؤلف وابسته به آن است با تاریخ و بافت سیاست‌های سوسیالیستی تانزانیا که مخالف مالکیت خصوصی است در تضاد است.

«پرولو» و «آیزنبرگ» توضیح می‌دهند که چگونه کوشش برای هماهنگ‌سازی مقررات حق مؤلف از طریق «تریپس» و برخی از سازمان‌های محلی به اندازه کافی جدی نبوده است که توجه و علاقه این کشور را نسبت به این معاهده و مفاهیم حقوق، مالکیت، و موسیقی برانگیزاند. به جای آن، محیط‌های خاصی که از این قوانین پیروی می‌کنند، معنای این قوانین را طبق تجربه‌های مشخص زنده افرادی که می‌توانند بیشترین کنترل را بر این قوانین داشته باشند تفسیر کرده‌اند (2014: 149).

اما چرا در قبال رعایت اصول حق مؤلف توسط این کشورها به آنها وعده دسترسی به بازار محصولات کشاورزی را بدون هیچ تبعیضی داده است (May, 2007). نامتوازن بودن قدرت در بین کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه مخصوصاً در این توافق‌نامه‌ها دوجانبه مشهود است، آنجا که کشورهای در حال توسعه با کشورهای دیگر ارتباطی ندارند و نمی‌توانند با کشورهای هم‌تراز خود ائتلافی تشکیل دهند (Yu, 2012, 2013).

از دهه ۲۰۰۰ میلادی به بعد، ایالات متحده، اتحادیه اروپا، و دیگر کشورها به واسطه توافق‌نامه‌های تجاری دوجانبه مجموعه الزامات تازه‌ای به «تریپس» پیوست کرده‌اند. توافق‌نامه‌هایی که در آنها منافع کشورهای در حال توسعه حتی کمتر هم شده

است. همان‌گونه که «یو»^۱ نتیجه می‌گیرد، به دلیل مفاد مالکیت فکری این «توافق‌نامه‌های پیوست تریپس» کذایی، معمولاً حمایت از آثار بسیار سفت‌وسخت‌تر از الزامات معاهده «تریپس» و سایر معاهده‌های بین‌المللی مرتبط با مالکیت فکری است، بیم آن می‌رود که در این توافق‌نامه‌ها نیازهای محلی، منافع ملی، قابلیت‌های فنی، ظرفیت‌های سازمانی و شرایط بهداشت عمومی بسیاری از کشورهای کم‌تر توسعه‌یافته را نادیده گرفته شود (2: 2013). افزون بر این، کوشش‌هایی برای تدوین توافق‌نامه‌های چندجانبه نیز شده است، از جمله این کوشش‌ها می‌توان به «معاهده ضد تجارت جعلی»^۲ (یا «اکتا») و «شراکت ترنس - پسفیک»^۳ (یا «تی.تی.پی.») اشاره کرد. مذاکره برای تدوین «اکتا» از سال ۲۰۰۷ در بین شماری از کشورها با هدف دستیابی به حمایت‌های سفت‌وسخت‌تر حق مؤلف بین‌المللی آغاز شد و تا سال ۲۰۱۰ ادامه داشت. با این وجود، همان‌طور که در ادامه نیز توضیح خواهیم داد، از جهات بسیاری نقدهایی متوجه این معاهده است، از جمله از جهت ماهیت مبهم و انحصاری فرایند تصمیم‌گیری در آن و هم‌چنین از جهت مجازات‌های پیشنهادی‌اش برای مقابله با نقض قانون حق مؤلف (Levine, 2012). با بالا گرفتن اعتراض‌های مردم، برخی از حکومت‌ها، در رأس آنها اتحادیه اروپا، تصمیم گرفتند از این معاهده خارج شوند.

افزون بر جهانی‌سازی اصول کلیدی حق مؤلف، شرکت‌های صاحب حقوق آثار تحت حمایت این قانون به دنبال تقویت حقوق خود به شیوه‌های دیگری نیز بوده‌اند. همان‌طور که در فصل دوم گفته شد، ریشه قانون حق مؤلف را باید در قانون انگلیسی «آن» در سال ۱۷۰۹ میلادی جست‌وجو کرد. طبق قانون «آن» حق مؤلف تا ۱۴ سال از آثار حمایت می‌کرد و این زمان می‌توانست تا ۱۴ سال دیگر نیز تمدید شود. اما از آن زمان تا کنون حکومت به مرور این طول این دوره را بسیار افزایش داده است. هم‌چنین گفتیم که معاهده «برن» حداقل استانداردهایی برای حمایت از آثار مشخص کرد. در سال ۱۹۹۳ اتحادیه اروپا تصمیم گرفت دوره حمایت از آثار را تا ۲۰ سال

1. Yu

2. Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA)

3. Trans-Pacific Partnership (TPP)

بیش از دوره ای که در معاهده «برن» مشخص شده بود افزایش دهد، بنابراین دوره حمایت از آثار برای اعضای این اتحادیه تا ۷۰ سال پس از فوت پدیدآوران است. سپس ایالات متحده نیز به منظور هماهنگ کردن خود با اتحادیه اروپا دوره حق مؤلف را در «قانون گسترش دوره حق مؤلف»^۱ مصوب سال ۱۹۹۸ دقیقاً ۲۰ سال افزایش داد. در عین حال، دوره حق مؤلف برای آثار با پدیدآورنده تنالگانی در این کشور حتی بیش از اتحادیه اروپا و ۹۵ سال پس از انتشار اثر یا ۱۲۰ سال پس از خلق اثر است (بسته به این که کدام یک از این دوره‌ها زودتر تمام می‌شوند). قانون تازه گسترش دوره حق مؤلف هم درباره آثار فرهنگی موجود اجرا می‌شد و هم برای آثاری که تازه پدید می‌آمدند. این واقعیت که قانون درباره آثاری که قبلاً پدید آمده‌اند نیز اجرا می‌شد خط بطلانی کشید بر این ادعا که گسترش دوره حق مؤلف برای تشویق تولید محصولات فرهنگی جدید بوده است. در ادامه، شرکت‌ها به لابی‌گری برای گسترش بیشتر دوره حق مؤلف ادامه دادند، اگرچه به نظر می‌رسد موافقان چندانی در این زمینه ندارند (بنگرید به قاب ۳-۳).

قاب ۳-۳. سیاست‌گذاری مبتنی بر شواهد؟ دوره حق مؤلف در آثار صوتی و حقوق پدیدآوران

در سال ۲۰۱۱ اتحادیه اروپا با افزایش دوره حق مؤلف از ۵۰ سال به ۷۰ سال برای آثار صوتی و حقوق پدیدآوران موافقت کرد. روشن بود که این افزایش به لحاظ اقتصادی به نفع صاحبان حقوق آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف است، اما بسیاری از تحلیل‌گران معتقد بودند که دوره طولانی حق مؤلف از جهات دیگری موجب محدودیت دسترسی به آثار فرهنگی و محدودیت حوزه عمومی می‌شود (Lessig, 2004a; Toynbee, 2004). نقد و بررسی‌هایی هم که به پشتیبانی حکومت روی قانون حق مؤلف نوشته شده‌اند افزایش دوره حق مؤلف را زیر سؤال برده‌اند. برای مثال، «گاورز»^۲ (۲۰۰۶) به این نتیجه می‌رسد که افزایش دوره حق مؤلف به بیش از ۵۰ سال هیچ توجیهی ندارد و عامه از آن سودی نمی‌برند. او این‌گونه شرح می‌دهد:

در این پژوهش به این نتیجه رسیدیم که بحث افزایش دوره حق مؤلف هیچ توجیه متقاعدکننده‌ای ندارد. شواهد نشان می‌دهند که افزایش دوره حمایت از آثار صوتی

←

یا حقوق هنرمندان موجب افزایش رغبت افراد برای سرمایه گذاری در این زمینه نمی شود، به افزایش آثار تولید یا منتشر شده کمکی نمی کند، و تأثیری منفی بر مشتریان و صنعت خواهد گذاشت. افزون بر این، با افزایش دوره حمایت، پدیدآوران آینده مجبور خواهند بود مدت زمان بیشتری صبر کنند تا بر پایه آثار گذشته آثارشان را پدید آورند و آنهایی که می خواهند آثار تحت حمایت اما فراموش شده را بازنشر کنند تا مدت ها نخواهند توانست این کار را انجام دهند (Gowers, 2006: 56).

«هاریوز» نیز در سال ۲۰۱۱ در نقد و بررسی خود روی قانون حق مؤلف نوشت: شواهد اقتصادی نشان می دهند آسیب های اقتصادی افزایش دوره حق مؤلف بیش از آن چه که اکنون هست بیشتر از تأثیر تشویقی آن خواهد بود. کاملاً روشن است که افزایش این دوره برای آثار کنونی نمی تواند تأثیر تشویقی روی پدید آمدن آثاری داشته باشد که پیش تر پدید آمده اند یا پدیدآوران آنها فوت کرده اند (Hargreaves, 2011: 19). اما علی رغم این تحلیل و مشاوره ها، اتحادیه اروپا در سال ۲۰۱۱ مصوب کرد که طول دوره حق مؤلف برای آثار صوتی و حقوق پدیدآوران به ۷۰ سال افزایش یابد و حکومت انگلستان نیز در سال ۲۰۱۳ قانون مشابهی تصویب کرد. این مثال نشان می دهد که سیاست گذاران در تصمیم گیری های خود لزوماً به تحلیل ها و پیشنهادهای حاصل از نقد و بررسی سیاست ها توجهی ندارند.

شرکت ها افزون بر لابی گری برای افزایش دوره حق مؤلف، کمپین هایی نیز برای حمایت های قانونی بیشتر و اجرای قانون در محیط برخط راه اندازی کرده اند. حکومت ها، به واسطه «وایپو»، در دهه ۱۹۹۰ معاهده های مهمی به منظور تضمین کاربست حق مؤلف در محیط اینترنت و ابزارهایی برای پشتیبانی از اجرای قانون در این محیط امضا کرده اند (Yu, 2013). هم چنین، همان طور که در فصل چهارم و ششم گفتیم، صاحبان حقوق آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف اقدامات قانونی گوناگونی علیه افراد و واسطه هایی صورت گرفته است که به نقض قانون حق مؤلف در محیط برخط متهم شده اند. به تازگی، شرکت های صاحب حقوق آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف به بهانه این تهدید که دستبرد آثار دامن گیر صنایع فرهنگی می شود کوشیده اند سیاست گذاران را متقاعد کنند تا اقدامات بیشتری برای جلوگیری از به اشتراک گذاری و دانلود غیرقانونی فایل ها در محیط برخط انجام دهند. به ویژه، آنها لابی گری هایی برای

تدوین سیاست‌هایی کرده‌اند که فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی را ملزم به کمک به جلوگیری از نقض حق‌مؤلف خواهند کرد، و این امر فراهم‌کنندگان اینترنت را از «مجرای صرف بودن» به نهادهای تنظیم مقرراتی تبدیل خواهد کرد که رفتار کاربران را پایش می‌کنند و روی آنها نظارت دارند (بنگرید به فصل ۴).

در کشورهای گوناگون، این شرکت‌ها با حکومت‌ها لابی کرده‌اند تا سیاست‌هایی برای «واکنش گام‌به‌گام»^۱ تدوین کنند، که فراهم‌کنندگان اینترنت را ملزم به بکارگیری ابزارهایی فنی جهت مسدود کردن دسترسی کاربران می‌کند که هشدارهای مرتبط با نقض قانون حق‌مؤلف را نادیده گرفته‌اند. در فرانسه، قانون «هادوپی»^۲ (Haute Autorité pour la diffusion des oeuvres et la protection des droits sur internet) یا قانون بهبود توزیع و حمایت از آثار نوآورانه در فضای اینترنت) در سال ۲۰۰۹ به تصویب رسید و شامل ماده‌هایی می‌شود که فراهم‌کنندگان اینترنت را ملزم به دادن هشدار به ناقضان قانون حق‌مؤلف و مسدود کردن دسترسی آنها به اینترنت در صورت تکرار تخلف می‌کند. در ضمن، «قانون اقتصاد دیجیتال»^۳ نیز در سال ۲۰۱۰ در انگلستان به تصویب رسید که مواد مشابهی در بر داشت (Digital Economy Act 2010, section 10) (Corrigan, 2011). سیاست‌های بیشتری نیز برای اجرای حق‌مؤلف در محیط برخط و جلوگیری از نقض قانون در این محیط در کشورهای دیگر طراحی و تدوین شده‌اند. با این وجود، این سیاست‌ها هم جنجال‌برانگیز بوده و با مقاومت‌هایی مواجه شده‌اند. در سال ۲۰۱۲، دو لایحه که به دنبال جلوگیری از نقض قانون حق‌مؤلف در ایالات متحده بودند به تصویب نرسیدند («منع دستبرد برخط»^۴ و «قانون پراتکت آی.پی.»)، همان‌طور که پیش‌تر گفتیم «اکتا» نیز در اتحادیه اروپا تصویب نشد - این موارد را در بخش بعدی بیشتر شرح خواهیم داد. در ضمن، ماده‌های جنجال‌برانگیزی که اجازه انسداد دسترسی کاربران به اینترنت را در قانون «هادوپی» می‌داد در سال ۲۰۱۳ از متن این قانون حذف شدند (اما ممکن

1. Graduated-response

2. HADOPI

3. Digital Economy Act

4. Stop Online Piracy

است کاربران هم‌چنان مجبور به پرداخت جریمه‌هایی باشند (Andy, 2013). همان‌طور که در فصل چهارم اشاره کردیم، نقش فراهم‌کنندگان اینترنت در انگلستان و هم‌چنین کمپین‌های این کشور در «قانون اقتصاد دیجیتال» بسیار حساس بود، به همین دلیل اجرای این قانون در انگلستان تا سال ۲۰۱۴ به تعویق افتاد.

اولویت منافع و گفتمان‌هایی خاص در فرایند سیاست‌گذاری به معنای آن است که منافع و گفتمان‌های دیگر در حاشیه باقی خواهند ماند. بنابراین، آن‌گونه که پیش‌تر گفتیم به نظر می‌رسد با این شرایط در گفتمان‌های جهانی درباره حق مؤلف توجه به تجارت آزاد اهمیت دسترسی به دانش یا حقوق بشر را به حاشیه رانده است. در ضمن، در سطح ملی نیز حتی تغییرات بسیار کوچک در قانون حق مؤلف که شاید به نفع گروه‌هایی غیر از صاحبان حقوق آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف باشد به کندی اتفاق می‌افتد. هم‌چنان که پیش‌تر گفتیم، قوانین بسیار سخت‌گیرانه حق مؤلف می‌تواند تهدیدی برای ابتکار پدیدآوران تازه‌کار باشد. هنوز هم تمام تقلیدهای طنزآمیز از آثار تحت حمایت قانون، ویدیوهای خانگی، و آثاری که از ترکیب آثار دیگر پدید آمده‌اند از مصادیق نقض حق مؤلف به شمار می‌آیند. همان‌طور که «هسموندالد» اشاره می‌کند، «حق مؤلف، که باید موجب رشد ابتکار شود، تقریباً به ابزار ناخوشایندی جهت محدود کردن این ابتکار بدل شده است» (2013: 163). استثناهایی که در قانون حق مؤلف انگلستان برای استفاده از آثار تحت حمایت حق مؤلف وجود دارد، در مقایسه با نظام «استفاده منصفانه» در قانون حق مؤلف ایالات متحده، که انعطاف‌پذیری بیشتری برای استفاده از آثار فراهم می‌کند، بسیار محدود هستند. بررسی اخیر «هارگریوز» (Hargreaves, 2011) با اشاره به این مسأله، پیشنهاد می‌کند که به منظور رعایت منافع کاربران و دیگر سازمان‌هایی که می‌خواهند از آثار تحت حمایت حق مؤلف استفاده کنند، به انعطاف بیشتری در قانون برای استفاده از آثار نیازمندیم. با این که این پیشنهاد با مخالفت شدیدی مواجه شد، اما سرانجام حکومت انگلستان سه سال پس از انتشار این گزارش، در سال

۲۰۱۴ تغییراتی در این زمینه اعمال کرد، تغییراتی همانند استثناهایی برای اجازه ساختن کاریکاتور، تقلیدهای طنزآمیز، یا «پاستیج»^۱ (تقلیدهای خنده‌دار). برخی‌ها این توجهی به این تغییرات نکرده‌اند و آنها را موجه نمی‌دانند، به این دلیل که معتقدند این تغییرات با لابی‌گری‌های شرکت‌های مرتبط با فناوری - به‌ویژه شرکت «گوگل» - اعمال شده‌اند. در زمان آغاز به کار بررسی‌های «هارگریوز»، نخست‌وزیر وقت انگلستان گفت که بنیان‌گذاران «گوگل» ... فکر می‌کنند که نظام حق‌مؤلف ما به‌اندازه نظام حق‌مؤلف ایالات متحده با فناوری‌ها و اقدامات جدید هم‌ساز نیست. آنها در ایالات متحده چیزی به نام «استفاده منصفانه» دارند که از نظر برخی‌ها فضای بیشتری به شرکت‌ها برای تولید محصولات و خدمات جدید می‌دهد (Cameron, quoted in Hargreaves, 2011: 44). در واکنش به بررسی‌های «هارگریوز»، کمیته‌ای متشکل از اعضای پارلمان در انگلستان که پیگیر سیاست‌های مرتبط با رسانه است، گزارش داد که شکایت‌های بسیاری پیرامون قدرت و تأثیر «گوگل» در داخل حکومت و حریم سیاست‌گذاری به دست ما رسیده است (Culture, Media and Sport Select Committee, 2013: paragraph 52). اعضای این کمیته گفتند که درباره تدوین سیاست‌هایی که شاید دست‌کم بخشی از آنها متأثر از نفوذ شرکت‌های مرتبط با فناوری (به‌ویژه «گوگل») باشد عمیقاً نگرانیم، که اگر به سادگی از کنار این مسأله بگذریم شاید موجب پدید آمدن خسارت‌های جبران‌ناپذیری در بخش تولید آثار نوآورانه شود که کامیابی آینده انگلستان به آن بستگی دارد (Culture, Media and Sport Select Committee, 2013: paragraph 55). این مثال نشان می‌دهد که چگونه شرکت‌های خصوصی با هم‌دیگر تضاد منافع دارند و چگونه نقش و صدای شرکت‌های مرتبط با فناوری و واسطه‌های اینترنت در سیاست‌گذاری حق‌مؤلف پررنگ‌تر شده است، مسأله‌ای که در بخش بعدی درباره‌اش بیشتر خواهیم گفت.

1. Pastiche

۷-۴. مردم سالارانه کردن سیاست گذاری حق مؤلف؟

با آن که در سال های اخیر کوشش شرکت های صاحب حقوق آثار تحت حمایت قانون و حکومت ها برای تقویت حق مؤلف نتیجه بخش بوده است، اما گسترش این سیاست ها بدون مخالفت نبوده است. سازمان ها و کمپنن هایی بوده اند که به نمایندگی از دیگر گروه هایی که در این کتاب درباره شان سخن گفتیم (همانند واسطه ها، پدیدآوران خلاق، و کاربران) مسیر پیش روی سیاست گذاری حق مؤلف را زیر سؤال برده اند. در ضمن، همان طور که پیش تر در فصل ششم گفتیم، خود کاربران نیز نه تنها با کارهای روزمره شان (با نقض مکرر قانون حق مؤلف در محیط برخط)، بلکه با پیوستن به جریان های اعتراضی عمومی اخیر علیه سیاست های خاصی در قانون حق مؤلف، در برابر اجرای قوانین مقاومت نشان داده اند. اعتراض های اخیر علیه قانون «سوپا» و «پیپا»^۱ در ایالات متحده و علیه «اکتا» در سطح بین المللی مثال های مهمی از این دست مقاومت ها هستند.

شاید اگر کاربرد و پیوند حق مؤلف در فعالیت های رسانه ای مردم را بپذیریم، آسان تر می توانیم مشارکت بیشتر عامه در فرایند سیاست گذاری حق مؤلف را درک کنیم. به طور کلی، هنوز مشارکت عامه مردم در این فرایند ناچیز است. «دراوس» و «بریت ویت» (۲۰۰۲) با کمک نظریه «آلسون» درباره اقدام جمعی به توضیح این مسأله پرداختند که چرا آرایش سیاسی شرکت های صاحب حقوق آثار تحت حمایت قانون برای دفاع و گسترش منافع خود بهتر و بیشتر از اعضای جامعه است. به نظر آنها منافع گوناگون و پراکنده عموم مردم در فرایند سیاست گذاری به این دلیل طرح نادیده گرفته می شود که چون هزینه ای که افراد باید برای تشکیل گروه های بزرگ بپردازند بسیار بیشتر از سودی است که در نهایت به تک تک افراد می رسد، این امر به معنای آن است که «منافع تولیدکنندگان» (برای مثال، شرکت ها) بسیار سازمان یافته تر از «منافع مصرف کنندگان» (برای مثال، کاربران رسانه ها) است (Drahos and Braithwaite, 2002: 193). هزینه - سودمندی فرایندهای سیاست گذاری امر مهمی است، اما بیم آن می رود

1. PROTECT IP Act (PIPA)

که اقدامات جمعی در علایق و منافع شخصی خلاصه شوند و به این سطح تقلیل یابند. ارزش‌های مشترک و مفهوم عدالت نیز می‌توانند موجب ترغیب و تشویق مردم برای مشارکت در سیاست‌گذاری شوند و شاید بسیج عامه مردم از طریق طرح و آگاهی‌رسانی گفتمان‌های دیگری غیر از گفتمان‌های رایج در فضاها اجتماعی که موجب آگاهی بیشتر مردم و نقد گفتمان‌های غالب می‌شوند امکان‌پذیر باشد.

در این شرایط، اعتراض‌های عمومی اخیر علیه سیاست‌های حق مؤلف کلیدی بوده‌اند. همان‌گونه که پیش‌تر گفته شد، «سوپا» و «پیپا» سیاست‌های تازه‌ای در نظام قانون‌گذاری ایالات متحده در سال ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۲ بودند که به منظور تقویت حمایت‌های قانونی حق مؤلف و جلوگیری از نقض قانون توسط وبگاه‌های راه‌اندازی شده در کشورهای دیگری غیر از ایالات متحده طرح و تدوین شدند. بر پایه این لایحه‌ها از «نظام نام دامنه‌های اینترنتی»^۱ برای جلوگیری از دسترسی کاربران به وبگاه‌های ناقض قانون و توقف پشتیبانی شرکت‌های مالی و تبلیغاتی از آنها استفاده می‌شد، که امری جنجال‌برانگیز بود. شرکت‌های صاحب حقوق آثار تحت حمایت قانون (همانند «کامکست»^۲، «نیوز کورپوریشن»^۳، «تایم وارنر»^۴، و «ویاکام»^۵) و انجمن‌های صنعتی (همانند «ام.پی.ای.ای.» و «ریا») به حمایت از «سوپا» و «پیپا» پرداختند (Sell, 2013: 71). در حالی که این لوایح از جانب گروه‌های دیگری، از قبیل شرکت‌های مرتبط با فناوری و واسطه‌ها (همانند «فیس‌بوک»، «گوگل»، و «یاهو») و کمپین‌ها (همانند «بنیاد پیشگامان الکترونیک» و «اتحادیه آزادی‌های شهروندی آمریکا»^۶) با مخالفت روبه‌رو شد (Sell, 2013: 72). نکته قابل توجه آن‌که با طرح «سوپا» و «پیپا» به عنوان گونه‌ای از ممیزی اینترنتی، که تهدیدی برای آزادی بیان بودند، آنهایی که مخالف این لوایح بودند توانستند صدای بیشتری در اعتراض به این لایحه‌ها با خود همراه سازند. در روز دوشنبه، ۱۸ ژانویه ۲۰۱۲، شماری از وبگاه‌ها به نشانه اعتراض به این لایحه‌ها فعالیت خود را متوقف کردند، «ویکی‌پدیا» از

1. Internet's Domain Name System
4. Time Warner

2. Comcast
5. Viacom

3. News Corporation
6. American Civil Liberties Union

وبگاه هایی بود که به این اعتراض پیوست و در آن روز در صفحه خانگی خود نوشت: «کنگره ایالات متحده در حال بررسی قانونی است که می تواند تهدیدی جدی برای دسترسی آزاد و رایگان به اینترنت باشد» (E. Lee, 2013: 17) (بنگرید به شکل ۳-۱). تاکتیک های دیگری نیز برای مقابله با این لایحه ها به کار گرفته شدند، تاکتیک هایی هم چون نافرمانی مدنی دیجیتال یا «هکتیویسم»^۱: یعنی حملات محروم سازی از خدمت، که در آن کاربران با ارسال درخواست های فراوان برای سرورهای یک وبگاه اضافه بار تولید می کنند و آن را از کار می اندازند، این تاکتیک علیه وبگاه سازمان هایی به کار گرفته شد که از این لایحه ها حمایت می کردند. شمار زیادی از اعضای جامعه نیز به این کمپین پیوستند، تومارهای اعتراضی امضا کردند و با نمایندگان منتخب خود در این باره گفت و گو کردند (برای مثال، بین ۴/۵ تا ۷ میلیون نفر طوماری را که توسط «گوگل» تهیه شده بود امضا کردند) (Sell, 2013: 77). آن گونه که «لی» توضیح می دهد، نتیجه این اقدامات بزرگ ترین اعتراض برخط در تاریخ بود (2013: 17). «سوپا» و «پیپا» با رویارویی با این اعتراض ها کنار گذاشته شدند یا بررسی آنها دست کم فعلاً به تعویق افتاده است.



شکل ۳-۱

1 Hacktivism

از کمپین اعتراضی علیه «سوپا» و «پیپا» چندان نگذشته بود که معاهده تازه ای درباره حق مؤلف در سطح بین‌المللی مطرح شد («اکتا») که با اعتراض عمومی مشابهی مواجه شد، اما این بار در اروپا. «اکتا» معاهده‌ای بین‌المللی بود برای تضمین حمایت قانونی بیشتر از آثار تحت حمایت حق مؤلف. استرالیا، کانادا، کره، ژاپن، موراکو، نیوزیلند، سنگاپور، و ایالات متحده کشورهایی بودند که در سال ۲۰۱۱ این معاهده را امضا کردند. در ابتدا اتحادیه اروپا نیز به نمایندگی کشورهای عضو از این معاهده حمایت کرد، اما بعدها با بالا گرفتن اعتراض عمومی از امضای آن خودداری کرد (Levine, 2012). «اکتا» ثابت کرد که بحث و جدل تنها بر سر تصویب مقرراتی برای جلوگیری از نقض قانون حق مؤلف نیست، بلکه عدم شفافیت و هم‌فکری نیز می‌تواند دلیل پدید آمدن مناقشه باشد. افزون بر این، به نظر می‌رسد ماهیت مبهم فرایند تصمیم‌گیری منجر به سردرگمی مردم درباره مقررات این‌گونه معاهده‌ها است، که برخی از آنها در ویرایش نهایی معاهده اصلاح شدند (Levine, 2014; Yu, 2014). گذشته از این مسأله، در نگارش نخستین پیش‌نویس‌های این معاهده تنها حکومت‌ها و شرکت‌های خصوصی خاصی نقش داشتند. «قادر عارف»^۱، سخنگوی پارلمان اروپا در خصوص «اکتا»، پس از این که معاهده در سال ۲۰۱۲ به امضا رسید از سمت خود کناره‌گیری کرد، و اظهار کرد که «من تمام فرایند تدوین و امضای این معاهده را محکوم می‌کنم: بدون هم‌فکری جامعه مدنی انجام شده، از همان ابتدای گفت‌وگوها فاقد شفافیت بوده، بدون هیچ توضیحی چندین بار امضای آن به تعویق افتاده، و به پیشنهاد‌های پارلمان توجهی نداشته است، پیشنهادهایی که بارها در مجمع عمومی ما تشریح شده‌اند. در عین حال، اعتراض‌های عمومی نیز نسبت به این معاهده آغاز شد و در هفتم ژوئن ۲۰۱۲ بالا گرفت، گزارش‌ها حاکی از آن است که این اعتراض‌ها با تظاهراتی در ۱۰۰ شهر در سراسر اروپا همراه بوده است (Matthews and Žiková, 2013). پس از «معاهده لیسبون»^۲ (از توافق‌نامه‌های

1. Kader Arif

2. Treaty of Lisbon

مهمی که شامل اصلاحاتی در قانون اساسی اتحادیه اروپا می‌شود)، توافق‌نامه‌های تجاری همانند «اکتا» باید به تأیید اعضای پارلمان اروپا برسد تا تصویب شود. طوماری اعتراضی با ۲/۸ میلیون امضا به پارلمان اروپا ارسال شد، و خواستار این بود که «نباید از دسترسی آزاد و رایگان به اینترنت جلوگیری شود» (Baraliuc et al., 93: 2013). متعاقباً، بر پایه رأی‌گیری جولای ۲۰۱۲، پارلمان اروپا از امضای معاهده «اکتا» خودداری کرد. تنها ۳۹ نفر از نمایندگان این پارلمان به نفع «اکتا» رأی دادند، در حالی که ۴۷۸ نماینده با آن مخالفت کردند (با ۱۶۵ رأی ممتنع).

چه چیز می‌تواند پیروزی جریان‌های اعتراضی و شکست اقدامات صاحبان حقوق آثار تحت حمایت حق مؤلف برای تضمین منافع خود در قوانین را توضیح دهد؟ نخست، همان‌گونه که پیش‌تر گفتیم، مخالفان دو لایحه «سوپا» و «پیپا» هم شرکت‌ها بودند و هم اعضای عادی جامعه. واسطه‌های اینترنتی بزرگی همانند «آمازون»، «ای‌بی»، «فیس‌بوک»، «گوگل»، و «یاهو» در میان جریان‌های اعتراضی نسبت به این لایحه‌ها بودند. اگرچه این شرکت‌ها در شرح گفتمان خود شاید بر ارزش آزادی بیان و آزادی اطلاعات تأکید می‌کردند، اما با اعتراض به این لایحه‌ها به فکر تضمین منافع اقتصادی خود نیز بودند (درست مانند شرکت‌هایی که از این لایحه‌ها حمایت می‌کردند) و برای دستیابی به هدفشان حاضر بودند از منابعی که در اختیار دارند هزینه کنند (درست همانند کاری که شرکت‌های حامی لایحه‌ها انجام دادند). همان‌طور که «سل» می‌گوید، «گوگل» جریان‌های مهمی در «واشنگتن دی. سی.» راه‌اندازی کرد و ۵/۹ میلیون دلار در راه لابی‌گری در این زمینه هزینه کرد، هزینه‌ای که بسیار بیشتر از دیگر شرکت‌های رایانه‌ای و اینترنتی هم‌سطح «گوگل» بود (Marsh, 2002). همان‌طور که پیش‌تر گفتیم و در فصل چهارم هم بحث شد، اشتباه بزرگی است که تصور کنیم تمام شرکت‌ها همگن هستند و همه آنها پیام مشترکی برای سیاست‌گذاران دارند (Marsh, 2002). تضاد منافع در بین شرکت‌های صاحب حقوق آثار تحت حمایت حق مؤلف از یک سو (که موافق «سوپا» و «پیپا» بودند) و واسطه‌ها

و شرکت‌های مرتبط با فناوری از سوی دیگر (که مخالف این لایحه‌ها بودند) در توضیح پیامدهای سیاست‌گذاری بسیار کلیدی است.

به هر حال، هرچند مشارکت شرکت‌های مرتبط با فناوری و واسطه‌ها در جریان‌های اعتراضی نسبت به «سوپا»، «پیپا»، و «اکتا» کلیدی بود، اما این به تنهایی نمی‌تواند موفقیت کمپین‌های مخالف را توضیح دهد. همان‌طور که دیگر تحلیل‌گران می‌گویند، مشتریان و گروه‌های شهروندان و مشارکت چشم‌گیر اعضای جامعه در این کمپین‌ها نقش مهمی در تأثیرگذاری بر تصمیم‌نمایندگان سیاسی داشت (E. Lee, 2013; Sell, 2013). بنابراین، اشتباه است اگر تصور کنیم که «سوپا» و «اکتا» جنگ منافع شرکت‌ها بود. بی‌شک اینترنت عاملی کلیدی در کمک به تسهیل اعتراض‌های عمومی بود. رسانه‌های اجتماعی و وب با تسهیل یافتن افراد با علایق و عقاید مشترک و سازماندهی کمپین‌ها و شبکه‌های پراکنده به حل مشکل اقدام جمعی — که پیش‌تر درباره‌اش بحث شد — کمک شایانی کردند (هزینه‌های راه‌اندازی و سازماندهی این کمپین‌ها برای افراد در مقابل مزایای آن بسیار ناچیز بود) (Bimber, 2012). اما افزون بر این، گفتمانی که موجب افزایش آگاهی عمومی نسبت به سیاست‌ها شد و آنها را به عنوان تهدیدی برای ارزش‌ها و حقوق بنیادین جامعه — به‌ویژه آزادی بیان مردم در محیط برخط — مطرح کرد نیز نقش مهمی در بسیج مردم برای مشارکت در این جریان‌ها داشت (Sell, 2013).

اعتراض نسبت به «سوپا»، «پیپا»، و «اکتا» به خوبی نشان می‌دهد که قدرت عموم مردم برای تأثیرگذاری بر فرایند سیاست‌گذاری حق‌مؤلف تا چه اندازه است. با این وجود، این اعتراض‌ها از یک جنبه بسیار مهم با محدودیت‌هایی روبه‌رو هستند. مخالفت با یک سیاست نامطلوب و جلوگیری از اجرای آن چیز متفاوتی از مشارکت در طراحی و تدوین سیاست‌های مطلوب است. قدرت مقاومت در برابر تصمیم‌های سیاسی نمودی منفی دارد، و همان چیزی است که «روزانوالن» آن را «مردم‌سالاری مخالفت» می‌نامد و آن را در برابر «مردم‌سالاری پیشنهاد» قرار می‌دهد (2008: 15). به

نظر «کلدرای»^۱، فقط شانس شهروندان برای بیان رضایتشان از حکومت نیست که نادیده گرفته شده، بلکه به شیوه‌ای برای بهره‌مندی از دیدگاه شهروندان در فرایند سیاست‌گذاری نیز توجهی نشده است (Couldry, 2010: 143). اما در درجه نخست چگونه می‌توان به عموم مردم فرصت بیشتری برای تأثیرگذاری بر طرح و تدوین سیاست‌های مرتبط با حق مؤلف داد؟

همان‌گونه که در بالا گفته شد، در نظریه‌های بنیادین نظام‌های مردم‌سالارانه نیابتی لیبرال، نمایندگان منتخب پیوند مهمی میان عموم مردم و فرایندهای سیاست‌گذاری هستند. با این وجود، جناح‌های سیاسی همیشه به دنبال طرح گفتمان‌های بدیل مطلوب مردم در فرایند سیاست‌گذاری پیرامون حق مؤلف نیستند. از استثناهای مهم و شاید برجسته این جریان «حزب دزدان دریایی» است، که در سال ۲۰۰۶ در کشور سوئد شکل گرفت و متعاقباً در بسیاری دیگر از کشورها راه اندازی شد (Burkart, 2014). «حزب دزدان دریایی» کمپین‌هایی برای اصلاح قانون حق مؤلف (اصلاحاتی همانند کاهش دوره حق مؤلف) و برای حقوق افراد (حقوقی همانند آزادی بیان و احترام به حق محرمانگی افراد در محیط برخط) راه‌اندازی کرده است. این حزب در جذب حمایت‌های انتخاباتی نیز موفق بوده است: برای مثال، عملکرد حزب در سوئد برای انتخابات پارلمان اروپا در سال ۲۰۰۹ بسیار خوب بود و ۷/۱ درصد آرا را به دست آورد (Erlingsson and Persson, 2011). این حزب نقش مهمی نیز در سازماندهی کمپین ضد «اکتا» - که پیش‌تر بحث شد - بازی کرد. معلوم نیست که آیا حزب‌های دزدان دریایی در کشورهای گوناگون دوباره بتوانند موفقیت‌هایی از این دست کسب کنند یا نه، اما فعالیت‌های آنها تا به امروز نشان می‌دهد زمانی که نماینده مردم هستند از گفتمان‌ها و سیاست‌های بدیلی برای قانون‌گذاری حق مؤلف پشتیبانی می‌کنند (Burkart, 2014).

رأی به نمایندگان منتخب تنها شیوه مردم برای تأثیر بر فرایند سیاست‌گذاری نیست. همان‌طور که پیش‌تر گفتیم، حکومت‌ها نیز، آنجا که نیاز به مشارکت عموم

1. Couldry

مردم در طراحی و تدوین سیاست‌ها دارند، نظرسنجی‌ها و بررسی‌هایی — خارج از بازه زمانی انتخابات — در این زمینه انجام می‌دهند. حتی اگر اعضای جامعه مستقیماً در فرایند سیاست‌گذاری مشارکت نداشته باشند، سازمان‌ها و گروه‌های حافظ منافع آنها (و منافع گروه‌های دیگری همانند پدیدآوران خلاق) ممکن است در این فرایند مشارکت کنند. این گروه‌ها می‌توانند پیوندی میان عموم مردم و فرایند سیاست‌گذاری برقرار کنند و گفتمان‌های بدیلی مطرح کنند که دیدگاه‌ها و مواضع غالب در این فرایند را به چالش بکشند (بنگرید به قاب ۳-۴).

قاب ۳-۴. گفتمان حق مؤلف و جریان‌های منتقد

«ادواردز» و همکارانش (۲۰۱۴) به کاوش نقش گفتمان در فرایند سیاست‌گذاری از طریق بررسی پاسخ گروه‌های گوناگون به نظرسنجی‌های حکومت در انگلستان پرداختند. آنها این مسأله را بررسی کردند که چگونه صاحبان حقوق آثار تحت حمایت حق مؤلف در راستای دستیابی به منافع خود به شکلی راهبردی از گفتمان استفاده می‌کنند، و این که چگونه گفتمان‌های بدیل و مخالف از طرف دیگر گروه‌ها ممکن است مطرح شوند. آنها با استناد به نظریه جامعه‌شناسی سرمایه‌داری «بولتانسکی»^۱ و «چیاپلو»^۲ (۲۰۰۵ [۱۹۹۹]) و جامعه‌شناسی توجیه «بولتانسکی» و «تیونوت»^۳ (۲۰۰۶ [۱۹۹۱]) تأکید می‌کنند که در بحث‌های سیاستی عوامل درگیر معمولاً باید اصول توجیهی کلی — چه چیز خوب است، چه چیز درست است، و چه چیز حقیقت دارد — را در نظر داشته باشند که مطالبه گسترده‌تری برای حقانیت جامعه نسبت به منافع به خصوص آنها است. چنین مطالبه‌های توجیه‌آمیزی جای مخالفت و نقد را باز می‌گذارد، چون ممکن است گروه‌های دیگری تفسیر این اصول و شواهد پشتیبان آنها را قبول نداشته باشند.

اما شرکت‌های صاحب حقوق آثار تحت حمایت حق مؤلف نیز برای آن که نقشی در بررسی‌ها و اصلاحات قانون حق مؤلف توسط حکومت داشته باشند، گزارش‌هایی تهیه می‌کنند که در آنها سخت‌گیرانه از نظام حق مؤلف موجود دفاع می‌کنند. آنها در دفاع از نظام موجود، حق مؤلف را با رویکردی ابزاری بررسی می‌کنند، که بر پایه آن حق مؤلف ابزاری ضروری برای تسهیل و حمایت از تولید آثار فرهنگی است. افزون بر این، خلاقیت را نیز به نظام حق مؤلف گره می‌زنند، با این توجیه که تنها مشوق و انگیزه بروز خلاقیت پاداش‌های مالی است. در کنار این گفتمان‌های کلی بازارمحور، در گزارش‌های این گروه به طور خاص منافع اقتصادی ملی نیز در

←

دفاع از نظام حق مؤلف طرح می‌شود. از دیدگاه آنها، «صنایع خلاق» کنش‌گرانی کلیدی قلمداد می‌شوند که می‌توانند موفقیت و پیشروی انگلستان را در عرصه اقتصاد جهانی تسهیل کنند. این صنایع برای نشان دادن دانش و تخصص خود درباره حق مؤلف و صنعت، سراسر گزارش‌هایشان را پر می‌کنند از آمار و عدد و رقم. برای مثال، در گزارشی که «بی.پی.آی.» برای بررسی «هارگریوز» درباره مالکیت فکری و پیشرفت (Hargreaves, 2011) در سال ۲۰۱۱ ارسال کرد گفته شده بود که بالغ بر ۱۰۰ هزار نفر در صنعت موسیقی مشغول به کار هستند و گردش مالی این صنعت روی هم‌رفته چیزی نزدیک به چهار میلیارد پوند است (BPI, 2011: 16). از مسائل مهم مورد بحث صنایع فرهنگی برای توجیه اجتناب‌ناپذیر بودن قانون حق مؤلف همین ارزش اقتصادی است که در این صنایع وجود دارد: این ارزش اقتصادی بنیاد (UK Music, 2011: n.p.)، سنگ‌بنا (FAST, 2011: 5)، یا اعتبار (BPI, 2011: 14) یک صنعت خلاق سالم و مناسب است. اگرچه این گزارش‌ها بیشتر روی نگاه ابزاری به حق مؤلف تأکید می‌کنند، اما شرکت‌های صاحب حقوق آثار تحت حمایت قانون گاهی از مفاهیم اساسی‌تری نیز برای توجیه حق مؤلف به عنوان نظامی ارزشمند و پاداشی که حق مسلم پدیدآوران است استفاده می‌کنند. برای نمونه، شرکت «یو.کی. میوزیک»^۱ به این نکته اشاره می‌کند که «اجرای قانون حق مؤلف برای برقراری برابری و عدالت نیز لازم است». زمانی که حق پدیدآوران مستقل، آوازخوانان و نوازندگان، و شرکت‌های صاحب حقوق آثار تحت حمایت قانون پایمال می‌شود، باید نظام عادلانه در اختیار داشته باشند تا حقوق خود را احقاق کنند (UK Music, 2011: n.p.). از این منظر، حق مؤلف نظامی مشروع است، چراکه هم‌راستا با مسائل اخلاقی مرتبط با عدالت است، و طبق آن هم پدیدآوران مبتکر و هم شرکت‌های صاحب حقوق آثار تحت حمایت قانون هر دو محق هستند، چون مطالبه‌های اخلاقی آنها از حقوق محصولات فرهنگی ظاهراً یک چیز و همانند هم‌دیگر است.

با این وجود، «ادواردز» و همکارانش (۲۰۱۴) نکته دیگر را نیز یادآور می‌شوند، آن‌که چگونه این گفتمان‌ها ممکن است توسط دیگر گروه‌ها به چالش کشیده شوند، گروه‌هایی که — شاید لزوماً با اصول مطرح شده مخالف نباشند — تفسیر صنایع و شواهدشان را برای حمایت از گفتمان‌ها زیر سؤال ببرند. برای مثال، گروه‌هایی همانند «کریتیو کامنز» و «گروه حقوق آزاد» (یا «آرگ») این ادعا را که خلاقیت مترادف با نظام حق مؤلف موجود است زیر سؤال می‌برند و استدلال می‌کنند که خلاقیت هم در داخل صنایع و هم خارج از ساختار آنها وجود دارد. به نظر می‌رسد شرکت‌های صاحب آثار تحت حمایت قانون مزایای ابزاری نظام حق مؤلف موجود را

1. UK Music

→ بیش از حد بزرگ می‌کنند و به این امر توجهی ندارند که حق مؤلف شاید به همان اندازه که خلاقیت را تسهیل می‌کند مانع بروز آن هم باشد. برای مثال، «انجمن موسیقی مستقل» (یا «آیم») علی‌رغم تأیید گزارش و استدلال‌های «یو.کی. میوزیک» در بررسی «هارگریوز»، به نمایندگی از بخش موسیقی مستقل اظهار کرد که شرکت‌های مستقل موسیقی در انگلستان در حال حاضر تنها صنعت موسیقایی هستند که متعلق به این کشورند: تمامی شرکت‌های بزرگ چندملیتی متعلق به کشورهای خارجی هستند، و بنابراین بخشی از کسب‌وکار بومی انگلستان به شمار نمی‌آیند (AIM, 2011: 1). از این روی، مطالعات «آیم» استدلال‌های صنعت موسیقی درباره نیاز به حمایت از منافع بریتانیا (خلاقیت، درآمد، و اشتغال) را زیر سؤال برد. افزون بر این، گزارش‌های دیگری نیز صنایع فرهنگی را به عنوان نهادهای دارنده بیشترین منافع در این زمینه به چالش کشیدند. برای مثال، «ائتلاف هنرمندان خاص/مجمع مدیران موسیقی»^۱ (یا «فک/ام.ام.اف.») نسبت به یکه‌تازی شرکت‌های صاحب حقوق آثار تحت حمایت حق‌مؤلف در صنعت موسیقی و محدود کردن این صنعت به منافع خود در بازاریابی و تعاملاتشان با حکومت اعتراض کرد، و در مقابل بر این واقعیت تأکید کرد که قدرت در دست شرکت‌های چندملیتی متمرکز شده است. بحث آنها اصلاح قراردادهای و شرایط منصفانه‌تر توافق‌نامه‌ها میان هنرمندان، نوازندگان، و شرکت‌ها، اعمال محدودیت‌های بیشتر برای انتقال حقوق ناشی از حق مؤلف و احیای فرایندهای صدور مجوز شفاف و گروهی بود (FAC/MMF, 2011). «فک/ام.ام.اف.»، که از جانب پدیدآوران خلاق سخن می‌گفت، با اشاره به نابرابری قدرت در نظام حق مؤلف کنونی و مطالبه نظامی منصفانه‌تر، اساس توجیه‌های کلیدی صنایع فرهنگی (یعنی مسائل اخلاقی) درباره وجود حق مؤلف و درخواست آنها برای برابری و عدالت را زیر سؤال برد.

در کشورهایی که چنین گروه‌هایی شکل گرفته و فعالیت می‌کنند، نظرسنجی ابزاری ارزشمند برای جلب مشارکتی است که می‌تواند مکمل رأی‌گیری باشد. با این وجود، این کشورها محدودیت‌هایی هم به لحاظ این‌که تا چه اندازه فرایند سیاست‌گذاری آنها در مسیر مردم‌سالاری پیش رفته است دارند. در درجه نخست، همان‌طور که پیش‌تر گفتیم، برخی از گروه‌هایی که در نظرسنجی‌ها و هم‌فکری‌ها مشارکت می‌کنند تا نماینده کاربران رسانه‌ها باشند و بنابراین اعضای عادی جامعه خودشان به طور مستقیم معمولاً در این فرایندها مشارکت ندارند. فرایند

1. Featured Artists Coalition/Music Managers Forum (FAC/MMF)

سیاست گذاری مردم سالارانه تر نیازمند جامعیت بیشتری است، که در آن تمام گروه‌هایی که ذینفع سیاست‌ها هستند در فرایند سیاست گذاری درگیر شوند. دوم آن که ساختار نظرسنجی‌ها و هم‌فکری‌ها به گونه‌ای است که گروه‌های متفاوت درگیر در فرایند لازم نیست حتماً به دیدگاه‌های دیگران پاسخ دهند و استدلالی برای موضع خود بیاورند. این نظرسنجی‌ها و هم‌فکری‌ها اغلب محدود به مشارکت بسته و گسسته‌ای است که به گروه‌ها اجازه نمی‌دهد تا با دیدگاه هم‌دیگر مخالفت کنند یا رویکرد هم‌دیگر را تکمیل کنند (Edwards et al., 2014). سوم آن که نتایج این نظرسنجی‌ها و هم‌فکری‌ها لزوماً در تصمیم‌های سیاستی انعکاس پیدا نمی‌کند. هدف یک فرایند سیاست گذاری شورایی باید تصویب سیاستی باشد که برخاسته از منافع عمومی است یا، اگر دستیابی به چنین اجماعی منطقی (اجماع^۱) غیرممکن است، دست کم توافقی که بر سر آن گفت‌وگو شده (توافق^۲) به دست آید که منافع متضاد را تا حد ممکن تعدیل کند (Habermas, 1997: 166). اما این نظرسنجی‌ها و هم‌فکری‌ها همیشه دقیقاً در تصمیم‌های سیاسی لحاظ نمی‌شوند و ممکن است توسط فرایندهای دیگری، همانند لابی‌گری مستقیم با سیاست‌گذاران، تحت الشعاع قرار گیرد (Freedman, 2008: 80-105). بنابراین، تصمیم‌های سیاسی ممکن است تنها بیان‌گر منافع خاص لابی‌گران و شرکت‌ها باشند، به جای آن که منافع عمومی را در نظر گیرند و مصالحه‌ای میان منافع تمامی گروه‌ها باشند.

البته موانعی وجود دارند که مانع مشارکت گسترده‌تر عموم مردم در فرایند سیاست گذاری حق مؤلف شده‌اند. با این پندار که دانش مردم پیرامون حق مؤلف بسیار ضعیف است، سواد رسانه‌ای، و برنامه‌های آموزشی که نیاز مردم به آگاهی درباره حق مؤلف، سیاست رسانه‌ای و فرایندهای (بنگرید به فصل ۸) را برطرف می‌سازند، در این راستا بسیار مهم‌اند. در عین حال، کاربران رسانه‌ها هم لزوماً نسبت به حق مؤلف بی تفاوت نیستند، و مشارکت عمومی آنها در اعتراض‌ها و تظاهرات

1. Einverständnis

2. Vereinbarung

اخیر گویای این امر است. افزون بر این، مسأله مشارکت پایین سیاسی به همان اندازه که از طرف عرضه ناشی می‌شود، می‌تواند تقصیر طرف تقاضا نیز باشد، که ناشی از ناتوانی نظام سیاسی در فراهم کردن فرصت‌های هدف‌مند و جذاب است (Hay, 2007). همان‌گونه که پیش‌تر گفتیم، ما پیشنهاد می‌کنیم که نظامی با جامعیت و هم‌فکری بیشتر در فرایند سیاست‌گذاری مردم‌سالارانه دنبال شود. اما به واقعیت پیوستن چنین نگاه هم‌فکرتری چگونه ممکن است؟ رویکرد جامع‌تر نسبت به فرایند سیاست‌گذاری مستلزم تمرکز بر روی دو چیز است، با تأکید بر اهمیت گفتمان عمومی در حوزه عمومی و هم‌چنین اهمیت هم‌فکری منسجم‌تر با سیاست‌گذاران پیرامون سیاست‌های گوناگون (Habermas, 1997; Hendriks, 2006; Coleman and Blumler, 2009; Moss and Coleman, 2013). نخست، نظامی مشارکتی‌تر وابسته به مجموعه‌ای وحشی (Habermas, 1997: 307) از گفتمان‌های عمومی است که در حوزه عمومی منتشر می‌شوند. باید راهی جهت پیوند این گفتمان‌های غیررسمی با تصمیم‌های سیاستی از طریق گشایش مسیرهای مؤثر پیدا شود، مسیرهایی که از طریق آنها دغدغه‌های مردم در سیاست‌ها تجلی یابند و دیدگاه عموم مردم در فرایند سیاست‌گذاری لحاظ شود. دوم، نظامی مشارکتی‌تر به دنبال به حداکثر رساندن رویه‌های مشورتی به منظور بهبود مذاکره‌های جامع‌تر پیرامون سیاست‌های معین است. برای دستیابی به چنین هدفی، باید از دیدگاه‌های گروه‌های منتخب از کاربران رسانه‌ها در کنار نمایندگان دیگر گروه‌ها (شرکت‌های صاحب حقوق آثار تحت حمایت قانون، واسطه‌ها، و پدیدآوران خلاق) استفاده شود تا بتوان از حضور تمامی دیدگاه‌ها در مذاکرات اطمینان حاصل کرد. در هر دو مورد، برای آن‌که چنین نظامی بتواند کار کند، مراجع حاکمیتی باید تمایل خود را به شنیدن سخن تمام گروه‌ها نشان دهد و این دیدگاه‌ها را در تصمیم‌هایی که می‌گیرد منعکس کند.

فرایند سیاست‌گذاری حق مؤلف که ناعادلانه و به نفع قدرت‌های بزرگ اقتصادی است، ممکن است فاصله زیادی با این رویکرد جامع و مشورتی داشته

باشد که توضیح دادیم. اما همان طور که پیش تر گفتیم، هنوز امکان مشارکت عموم مردم و تأثیرگذاری بر فرایند سیاست گذاری وجود دارد. با بالا گرفتن اعتراض های مردم سالارانه، که هدفشان نه تنها تأثیرگذاری بر فلان سیاست بلکه اصلاح خود فرایند سیاست گذاری بود، بسیاری از کانال ها برای مشارکت عمومی که پیش تر وجود داشتند شکل گرفتند و راه اندازی کمپین هایی برای مطالبه فرایندهای جامع تر و مشورتی تر، هم درون حکومت های ملی و هم فراتر از آنها آغاز شد. در این میان، اگر مراجع حکومتی می خواهند به بحث و جدل ها پیرامون حق مؤلف در محیط دیجیتال به شکلی پایدار و منصفانه خاتمه دهند، ناچار باید به تشویق و حمایت از این مشارکت گسترده تن دهند. در حال حاضر بیشتر مسائل پیرامون حق مؤلف جنجال برانگیز و حل نشده باقی مانده اند، آشکار است که تنها راهکار مشروع در این زمینه راهکاری است که بر پایه مشارکت و مشورت عمومی گسترده استوار باشد.



آینده حق مؤلف: چگونه می‌توانیم از بحث و گفت‌وگوها درس بگیریم؟

۸-۱. مرور اجمالی

در بخش آغازین این کتاب گفتیم که برای درک مفهوم حق مؤلف در عصر دیجیتال باید بدانیم حق مؤلف چگونه معرفی می‌شود. به منظور بررسی حق مؤلف به عنوان دعوی ساختاریافته‌ای که محلی برای تجمیع و برخورد گفتمان‌های گوناگون است، روی دیدگاه‌های گروه‌های متفاوت - صنایع فرهنگی، سیاست‌گذاران، پدیدآوران خلاق، واسطه‌های اینترنتی، و کاربران رسانه‌ها - تمرکز کردیم و به کاوش تفاوت‌ها و اشتراک‌های این گفتمان‌ها پرداختیم. هم استدلال‌های تقویت حق مؤلف را بررسی کردیم و هم چالش‌های نظام حق مؤلف موجود را گفتیم، کوشش‌های مرتبط با ایجاد استانداردهای جهانی در زمینه حق مؤلف را شرح دادیم و مواردی را هم که مخالف این استانداردها بودند برشمردیم.

در فصل دوم، به این مسأله پرداختیم که چگونه درگیری‌های شدید بین گذشته حق مؤلف و فناوری‌های جدید موجب ایجاد نقطه عطفی در تاریخ این قانون شده‌اند.

ریشه‌های تاریخی حق مؤلف هم‌چنان به دنبال نوسازی خود در گفتمان‌های مدرن بوده‌اند: پرونده‌های اولیه قضایی در این زمینه به درک و فهم ما از مفاهیم حق مؤلف شکل داده‌اند، فهمی که عامل اصلی اختلاف‌ها در این زمینه است و هنوز در آرای قضایی تأثیرگذار است. مالکیت، حوزه عمومی، و حدود حمایت از آثار (یعنی آن که از چه آثاری و به چه مدت حمایت شود) مسائل کلیدی مطرح در گفتمان‌های مدرن حق مؤلف هستند، هم‌چنان که در گفتمان‌های گذشته نیز کلیدی بوده‌اند. این مسائل اصول اساسی در این زمینه هستند و البته تصور نظام افراطی پاداش دهی خلق آثار نوآورانه و دسترسی به این آثار را نیز غیرممکن می‌کنند. حتی پیش از گسترش عصر دیجیتال حق مؤلف موضوعی جنجال‌برانگیز بود: برای نمونه، فرضیه‌های مرتبط با پدیدآوری و مالکیت اغلب با مشاهده موارد متناقض به چالش کشیده می‌شدند. اما عصر دیجیتال موجب افزایش شدید چالش‌های مرتبط با این ایده شد که یک قانون حق مؤلف می‌تواند در همه شرایط کارآمد باشد. عصر دیجیتال منجر به فرصت‌ها و چالش‌هایی شد که قانون حق مؤلف و مقررات موجود انتظارشان را نداشتند. همان فناوری‌هایی که امکان طراحی مدل‌های جدید کسب‌وکار را برای صنایع فرهنگی فراهم کردند، در دسترس دیگر کنش‌گران بازار هم بودند، و دستبرد آثار به سرگرمی بسیاری از کاربران عادی تبدیل شد، چیزی که پیش‌تر تنها در تخصص حرفه‌ای‌ها بود. به دلیل افت و خیزهایی که در موازنه قدرت گروه‌های گوناگون در فرایند سیاست‌گذاری وجود داشت، رقابت گسترش جهانی و فناورانه قوانین حق مؤلف برندگان و بازندگان هم داشت.

در فصل سوم و چهارم به موضع صنایع فرهنگی و واسطه‌ها در مواجهه با حق مؤلف پرداختیم. صنایع فرهنگی مجموعه استدلال‌هایی در جهت تقویت و افزایش حقوق خود طرح کرده‌اند و پیشنهاد می‌کنند که یک نظام قدرتمند حق مؤلف که قاطعانه عمل کند و از خود انعطافی نشان ندهد، راهکاری کلیدی برای تضمین خلاقیت و رشد اقتصادی بلندمدت است. این صنایع در جهت تحکیم موضع خود کوشیده‌اند که نقض

قانون حق مؤلف را به عنوان یک جرم کیفری، کاری خلاف مسئولیت‌های اجتماعی، و علمی شرم‌آور جلوه دهند. با این وجود، چنین استدلال‌هایی با مخالفت‌ها و مقاومت‌هایی از جانب کاربران و فعالان ضد حق مؤلف داشته است و این مخالفت و مقاومت در کارهایی همانند تداوم دائلود غیرقانونی تجلی پیدا کرده و هم‌چنین در عرصه گفتمانی هم مطرح شده‌اند. ادعاهای صنایع فرهنگی به چالش کشیده شده‌اند، هم به این دلیل که شواهد گویای افزایش صنایع فرهنگی است نه کاهش آنها، و هم به دلیل کاربرد شیوه‌های جدید برای ابراز خلاقیت کاربران - قانونی یا غیرقانونی - به عنوان بخش کلیدی و متناسب اقتصاد فرهنگی در عصر دیجیتال.

با توجه به نقش کلیدی واسطه‌های اینترنتی در ذخیره، توزیع، و بازیابی آثار تحت حمایت حق مؤلف، صاحبان آثار، این واسطه‌ها را ابزارهای نظارتی مهمی می‌پندارند که می‌توانند در اجرای قانون و حمایت از حق مؤلف کمک کنند. در فصل چهارم نشان دادیم که چگونه برخی از این واسطه‌ها از همکاری با صنایع فرهنگی جهت سرکوب و جلوگیری از نقض قانون حق مؤلف سر باز زدند (برای مثال، چون که آنها می‌ترسند کاربرانشان را از دست دهند یا کیفیت خدماتشان پایین آید). فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی همانند «تاک‌تاک»^۱ در انگلستان و وبگاه‌های اشتراک‌گذاری فایل همانند «پایریت‌بی» در سوئد موضعی کاملاً مخالف در برابر قوانین و مقررات فعلی حق مؤلف اتخاذ کردند و از موضع خود در دادگاه دفاع کردند، هرچند در این زمینه اصلاً موفق نبودند. واسطه‌های اینترنتی دیگری بودند که با تنظیم مقررات حق مؤلف، جلوگیری از تخلف، و پیدا کردن شیوه‌های جدید برای درآمدزایی با صاحبان آثار تحت حمایت حق مؤلف همکاری کردند. در برخی از موارد، واسطه‌های اینترنتی خود صاحب حقوق آثار تحت حمایت حق مؤلف هستند که منافعتشان با اعمال حق مؤلف تضمین می‌شود، که این مسأله نقش آنها را پیچیده‌تر می‌کند. مسأله حتی می‌تواند پیچیده‌تر از این هم باشد، برای مثال واسطه‌هایی هستند

1. TalkTalk

– همانند «ویکی‌پدیا» – که گفتمان متفاوتی درباره حق مؤلف مطرح می‌کنند و به دنبال ایجاد فضای «اشتراکات دیجیتال»^۱ هستند که در آنجا دانش و آثار نوآورانه آزادانه‌تر در دسترس کاربران و پدیدآوران قرار می‌گیرند.

پدیدآوران و کاربران (که گاهی تمایز این دو از هم دیگر دشوار می‌شود) در کانون توجه فصل پنجم و ششم بودند. شاید مهم‌ترین موضوع درباره این دو گروه تفاوت‌های بسیاری است که در تجربه و دیدگاه آنها وجود دارد، که بی‌شک دیدگاه آنها وابسته به تجربه‌شان در این زمینه است. تصور می‌کردیم که انتظارات و نیازهای پدیدآوران تازه‌کار در مواجهه با حق مؤلف متفاوت از پدیدآوران حرفه‌ای است. و در بازار حرفه‌ای (که افراد می‌کوشند هزینه زندگی‌شان را از راه پدیدآوری و خلق آثار تأمین کنند)، نابرابری میان پدیدآوران مبتکر در صنایع فرهنگی گوناگون از نظر تقسیم درآمدهای ناشی از حق مؤلف به چشم می‌خورد. فرضیه‌های موجود درباره «پدیدآور رمانتیک»، پدیدآوری به عنوان کاری انفرادی، و پیوند بین مشوق‌های مالی و نوآوری موجب شده تا پدیدآوران شرایط حق مؤلف را چیزی طبیعی بدانند، حتی علی‌رغم آن‌که این قانون در عمل دربرگیرنده تناقض‌های جدی است: پدیدآوران می‌توانند (و گاهی مجبورند) حق مؤلف آثار خود را به نهادهای دیگری واگذار کنند و به همین دلیل اغلب آن‌که بیشتر از درآمدهای حق مؤلف سود می‌برد کسی غیر از پدیدآور است. اگرچه به دلیل تعدد دیدگاه‌های پدیدآوران نمی‌توان به درستی گفت دیدگاه آنها چیست، اما یک چیز روشن است: علی‌رغم گفته‌های صریح و ضمنی متفاوت، تمام پدیدآوران با استدلال‌های صنعت‌گران و سیاست‌گذاران درباره حمایت حق مؤلف از آنها موافق نیستند.

در مقابل، کاربران نیز دسته‌بندی‌های روشنی را که از آنها شده و هر کاربر را در یکی از این دسته‌ها طبقه‌بندی کرده‌اند به چالش کشیده‌اند. اگرچه ویژگی‌های کاربران اجازه دسته‌بندی آنها را در گروه‌های عامه، سارقان، همکاران، و تولیدکنندگان غیرحرفه‌ای می‌دهد، اما دانش عمیق‌تر درباره ویژگی‌های آنها برای درک دیدگاه‌هایشان

1. Digital commons

زمانی حاصل می‌شود که فعالیت‌ها و کارهایشان به درستی بررسی شود. باید به صدایشان گوش داد، چون آنها خود بهتر رفتار و نگاهشان نسبت به حق مؤلف را توصیف می‌کنند. ما با در پیش گرفتن چنین رویکردی دریافتیم کاربران حتی با حداقل فهم یا کج‌فهمی پیرامون نظام حق مؤلف می‌توانند ادعاها و استدلال‌های صنایع دربارهٔ دستبرد آثار را به چالش بکشند و می‌توانند دربارهٔ مسائل مرتبط با حق مؤلف در بحث‌ها شرکت کنند. با این وجود، استفاده از دیدگاه آنها در نظرسنجی‌ها و هم‌فکری‌های رسمی و فرایندهای سیاست‌گذاری هنوز موضوعی چالش‌برانگیز است.

همان‌طور که در فصل هفتم اشاره کردیم، فرایند سیاست‌گذاری حق مؤلف هنوز فاصلهٔ زیادی با اصول مردم‌سالاری و عدالت دارد. شرکت‌های صاحب حقوق آثار تحت حمایت حق مؤلف که در صنایع فرهنگی فعالیت می‌کنند، با استفاده از منابع مالی و موقعیتشان می‌کوشند بر این فرایندها مسلط شوند تا روی سیاست‌گذاران و تصمیم‌هایشان تأثیرگذار باشند. در عین حال، کشورهای مدافع سیاست‌های سخت‌گیرانه‌تر حق مؤلف مانند ایالات متحده و اعضای اتحادیهٔ اروپا، توانسته‌اند حق مؤلف را جهانی کنند و با تحمیل معاهده‌های بین‌المللی کوشیده‌اند سیاست‌هایشان را به دیگر کشورها صادر کنند. با این وجود، سمت‌وسوی سیاست‌های حق مؤلف از جانب دیگر گروه‌هایی که در این کتاب شرح آنها رفت با مقاومت‌ها و مخالفت‌هایی همراه بوده است. واسطه‌های اینترنتی، پدیدآوران مبتکر، و گاهی کاربران محصولات رسانه‌ای با سیاست‌های حق مؤلف و استدلال‌های گوناگون برای توجیه این سیاست‌ها مخالفت کرده و این مسائل را به چالش کشیده‌اند. فصل هفتم با این بحث به پایان رسید که در فرایندهای سیاست‌گذاری حق مؤلف باید به مشارکت عمومی، به ویژه به روش مردم‌سالاری شورایی، توجه بیشتری شود و این مشارکت به بخشی جداناپذیر از این فرایند تبدیل شود.

با بررسی مواضع کنش‌گران متفاوت در گفتمان حق مؤلف می‌توانیم برخی از استدلال‌های کلیدی را در این زمینه شناسایی کنیم، استدلال‌هایی که هم پیش‌برندهٔ

بحث‌ها هستند و هم تعیین‌کننده وجه اشتراک یا تمایز مواضع این کنش‌گران هستند. استدلال نخست ارزش اقتصادی ناشی از حق مؤلف است. بسیاری از کنش‌گران گفتمان حق مؤلف به قانون به عنوان ابزاری برای درآمدزایی تولیدکنندگان کالاهای اطلاعاتی (پدیدآوران، سازندگان، تکنسین‌ها، و مانند آن) از کاری که انجام می‌دهند و تقویت اقتصاد آثار نوآورانه نگاه می‌کنند. صنایع فرهنگی به قانون حق مؤلف به عنوان ابزاری برای تنظیم عرضه و تقاضا، و نظارت بر قیمت کالاهای فرهنگی نگاه می‌کنند، که در این صورت می‌تواند به تولیدکنندگان در مدیریت خطر و بازگشت سرمایه آنها در زمینه تولید آثار نوآورانه کمک کند. با این وجود، مواضع گروه‌ها نسبت به زمینه‌های اقتصادی حق مؤلف متفاوت است. اگرچه صنایع فرهنگی و برخی از پدیدآوران از حق مؤلف به عنوان اصلی کلیدی برای مدل‌های کسب و کارشان علناً دفاع می‌کنند، اما برخی از هنرمندان معتقدند که انعطاف بیشتر در نظام حق مؤلف که در آن آثار نوآورانه به آسانی منتشر و به اشتراک‌گذاری شوند، منجر به درآمدزایی بیشتر برای هنرمندان خواهد شد نه کمتر. از دیدگاه کاربران حق مؤلف هزینه‌ای اضافی است که بر آنها تحمیل می‌شود، در حالی که با دستبرد آثار می‌توانند در این هزینه صرفه‌جویی کنند. بر پایه نظام‌های «استفاده منصفانه» به تدریج این تفکر ایجاد شده است که برخی از فعالیت‌های روزمره کاربران، همانند تغییر قالب آثار و تقلیدهای طنزآمیز، منطقی و موجه هستند. با این وجود، از دیدگاه صاحبان حقوق آثار تحت حمایت حق مؤلف و قانون، حجم بالای به اشتراک‌گذاری فایل‌ها در محیط اینترنت، به‌ویژه زمانی که کاربران پراکنده و ناشناس هستند و به اشتراک‌گذاری نیز با ارتباط‌های فناورانه تسهیل شده است به جای آن‌که از طریق عوامل مجاز صورت گیرد، عملی غیرقابل قبول است چون به عقیده آنها تهدید جدی برای اقتصاد است.

استدلال دوم به فرهنگ مربوط می‌شود. شاید دور از ذهن نباشد که صنایع فرهنگی ادعا کنند که به واسطه حفظ حقوق آثار ساز و کاری ایجاد کرده‌اند که پدیدآوران انگیزه کافی برای خلق آثار داشته باشند، و به این شیوه از فرهنگ حمایت

می‌کنند. در مقابل، نهادها و افراد مدافع نظام انعطاف‌پذیرتر حق مؤلف در بحث‌های خود اغلب به ارزش و اهمیت انتشار و توزیع رایگان آثار فرهنگی اشاره می‌کنند. آنها می‌گویند که توزیع، نسخه‌برداری، و ترکیب آثار گوناگون فرهنگی همیشه بخشی از بازار آثار نوآورانه بوده است، و تمرکز شدید بر تحمیل قانون منجر به سرکوب نوآوری و محدود کردن قابلیت‌های عصر دیجیتال در زمینه گسترش خلاقیت و رای مرزهای ساختار صنایع فرهنگی می‌شود. انعطاف در قانون حق مؤلف مستلزم تعدیل سیاست‌ها در زمینه منافع عامه، استفاده منصفانه، و اشتراک‌های دیجیتال است که دسترسی فراگیرتر به آثار فرهنگی را تضمین می‌کند. بنابراین، سیاست‌گذاران حین تنظیم مقررات برای استفاده از آثار تحت حمایت حق مؤلف باید فرهنگ را نیز مد نظر قرار دهند.

استدلال سوم به تمام کنش‌گران در گردونه قدرت مربوط می‌شود. روش تدوین و تصویب قانون حق مؤلف و شیوه بحث درباره آن در گفتمان‌ها، گویای قدرت نسبی آنهایی است که درگیر تنش‌های اقتصادی و فرهنگی در زمینه آثار نوآورانه هستند. اگر بخواهیم صریح سخن بگوییم، صنایع فرهنگی در صدد حفظ قدرت سازمان‌یافته‌ای هستند که از آن برای تعیین حدود و ثغور بازار متون فرهنگی استفاده می‌کنند. اما دیگران می‌خواهند این ساختار را برهم زنند، یا کاری به این ساختارها نداشته باشند، و به دنبال بازنگری در توزیع قدرت تولید و توزیع آثار فرهنگی میان پدیدآوران و کاربران و بدون دخالت شرکت‌ها و مؤسسه‌ها هستند. سیاست‌گذاران با تصمیم‌هایشان پیرامون نحوه تعدیل منافع گوناگون در قانون حق مؤلف درباره توزیع این قدرت قضاوت می‌کنند. اغلب توزیع این قدرت ضمنی اتفاق می‌افتد نه صریح و آشکار: از طریق گفتمان حق مؤلف که استفاده غیرقانونی از آثار را جرمی کیفری می‌پندارد، یا از طریق تعریف هنرمند به عنوان پدیدآورانی رمانتیک که سزاوار پاداش هستند، و یا از طریق لابی‌گری صنعت یا گروه‌های مخالف با سیاست‌گذاران ملی و بین‌المللی. به نظر می‌رسد قدرت کاربران در گفتمان حق مؤلف به اندازه دیگر کنش‌گران نیست، چراکه برخی از گروه‌ها و سازمان‌ها می‌توانند به آسانی با

سیاست‌گذاران ارتباط برقرار کنند و طبیعتاً بر قانون حق مؤلف تأثیر بگذارند. افزون بر این، معلوم نیست در پشت‌پرده چه کاری انجام می‌دهند و به همین دلیل نقد این کارها نیز امکان‌پذیر نیست.

کاربران نیز تا حدودی قدرت خود را با رفتار و استدلال‌هایشان هنگام استفاده از آثار تحت حمایت قانون حق مؤلف نشان داده‌اند. افزون بر این، همان‌طور که پیش‌تر گفتیم، تداوم نقض قانون حق مؤلف و ایستادگی کاربران در برابر کوشش‌های صنعت و حکومت برای جلوگیری از آن، چالشی جدی برای قانون‌گذاری حق مؤلف به وجود آورده است (David, 2010). با این وجود، قدرت کاربران برای دور زدن قانون حق مؤلف از جنبه‌های مهمی محدود شده است. نخست آن‌که هرچند تغییرات فنی به تسهیل نقض قانون کمک کرده‌اند، اما این تغییرات در آینده می‌توانند به تسهیل کنترل و نظارت بیشتر بر آثار تحت حمایت حق مؤلف نیز کمک کنند. همان‌گونه که در فصل چهارم گفتیم، حرکت به فضای «ابری» و بسته‌تر، ابزارهای قابل کنترل (Zittrain, 2009a)، و استفاده بیشتر فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی از مدیریت ترافیک ممکن است منجر به یافتن شیوه‌های جدیدی برای تنظیم مقررات حق مؤلف و رفتار کاربران شود. اما مسأله دوم و مهم‌تر آن است که حتی به فرض این‌که کاربران محصولات رسانه‌ای ابزار لازم برای نقض قانون را نیز در اختیار داشته باشند، مقاومت بسیاری از مردم در برابر اجرای قانونی که آن را درک و پشتیبانی نمی‌کنند راهکاری منطقی و مناسب نیست. چیزی که کاربران محصولات رسانه‌ای کم دارند در درجه نخست قدرت مشارکت در تدوین و تأثیر بر سیاست‌ها و نگارنده قانون بودن است، نگارنده قانونی که آنها کاربر و ذینفعش هستند (Habermas, 1997: 408). و به قول «روزانوالن» میان «مردم‌سالاری مخالفت» و «مردم‌سالاری پیشنهاد» فاصله بسیار است (2008: 15).

در فصل هفتم، گفتیم که سیاست‌گذاران باید شیوه مشارکتی‌تر برای سیاست‌گذاری در پیش گیرند، شیوه‌ای که در آن تمامی گروه‌های ذینفع در بحث‌ها شرکت کنند و هدفش دستیابی به توافقی منطقی یا دست‌کم تعادل میان منافع

گروه‌های گوناگون باشد (Habermas, 1997). آن‌چنان که در این کتاب توضیح دادیم، شکاف و فاصله میان گفتمان فعلی حق مؤلف و شیوه مشارکتی آرمانی بسیار است. افزون بر این، چه بسا دستیابی به شیوه مشارکتی آرمانی در عمل شدنی نباشد، اما اگر نهادهای حاکمیتی واقعاً بخواهند مشکل گفتمان حق مؤلف را به شکلی منطقی حل و فصل کنند، به ناچار باید دست کم «مردم‌سالاری شورایی تری» پیاده‌سازی کنند (Coleman and Blumler, 2009: 38).

همان گونه که در ادامه خواهیم گفت، کوشش برای تشویق مردم به مشارکت بیشتر در سیاست‌گذاری حق مؤلف باید در دو جبهه اتخاذ شود. نخست باید به فکر افزایش سواد سیاست‌گذاری مردم درباره رسانه‌ها بود، بنابراین باید به بهبود فهم و مشارکت مردم در این زمینه کمک شود. در فصل‌های پیش دریافتیم که صنایع فرهنگی تصور می‌کنند آموزش به حل مسأله نقض حق مؤلف کمک خواهد کرد، در حالی که کمپین‌های عمومی و برنامه‌های درسی صنعت‌محور به دو سلاح در دو جبهه مخالف تبدیل شده‌اند. آیا رویکرد آموزشی می‌تواند به جای آن که مطیع گروه خاصی باشد به تشویق مشارکت عمومی کمک کند؟ در دهه‌های اخیر، آموزگاران و حکومت‌ها جهت ترغیب کاربران به فهم بهتر رسانه‌هایی که نقشی کلیدی در زندگی روزمره‌شان دارند اغلب به مفاهیم سواد رسانه‌ای پرداخته‌اند، اما در سیاست‌گذاری‌های مرتبط در این زمینه به ندرت به مفاهیم سواد رسانه‌ای توجه شده است. در ادامه، به مرور گفتمان‌های مرتبط با سواد رسانه‌ای و حق مؤلف خواهیم پرداخت، و روی اصول لازم برای برنامه‌های درسی جهت پرهیز از آموزش سطحی حق مؤلف به کاربران و تبدیل کاربران به شهروندانی فرمان‌برتر به جای شهروندانی فعال و تأثیرگذار بر سیاست‌گذاری تمرکز خواهیم کرد. اما آموزش سواد رسانه‌ای، هرچه قدر هم که وسیع و گسترده باشد، باز هم محدود است و نمی‌تواند چندان عمیق باشد. برنامه‌های آموزشی سواد رسانه‌ای باید تا حدی شامل اصول اساسی شیوه مردم‌سالاری شورایی باشد، شیوه‌ای که شاید منطقی‌ترین راهکار برای حل گفتمان حق مؤلف باشد.

۸-۲. تغییر گفتمان

همان طور که «لونت»^۱ و «لیوینگستون»^۲ می گویند، داشتن این انتظار که مردم عادی می توانند به تصمیم گیرانی آگاه بدل شوند، تصمیم گیرانی که فرصت ها را به حداکثر و ریسک ها را به حداقل می رسانند، در بحث های مربوط به «سواد» بسیار مطرح است (117: 2012). افزون بر این، سوادها در حوزه های گوناگونی مطرح شده اند، چه در حوزه های مرتبط با رسانه چه در حوزه های دیگر (Livingstone, 2007; Buckingham, 2012; Lunt and Livingstone, 2008). «باکینگام»^۳ به رشد «سوادها» در آموزش رسانه و حوزه های دیگر اشاره می کند: این افزایش سواد که درباره اش صحبت می کنیم شاید متداول و به مد روز تبدیل شده باشد، اما از جنبه های گوناگونی زیر سؤال است. به نظر می رسد «سواد» صرفاً مترادفی مبهم برای «قابلیت»، یا حتی «مهارت»، در نظر گرفته می شود (43: 2007). با این وجود، هنوز هم پژوهشگران، آموزگاران، و دولت مردان با امید به پر کردن شکاف های موجود به این واژه دل خوش کرده اند. سواد سیاست گذاری رسانه ای (که با عناوین گوناگونی مطرح شده است) به تازگی آستین هایش به عنوان راهکاری رهایی بخش بالا زده و وارد میدان شده است. پیش از آن که به قابلیت ها و محدودیت های این مفهوم بپردازیم، نگاهی خواهیم داشت به نقش سیاست گذاری در برنامه ها و طرح درس های کلی تر مرتبط با سواد رسانه ای.

سواد رسانه ای چندی است که در برنامه های آموزشی مدارس در سراسر جهان طرح شده اند، هرچند هدف این برنامه ها در طول زمان و در محیط های گوناگون متفاوت بوده است:

چندین دهه است که آموزش رسانه در مدارس بسیاری از کشورها درس داده می شود، گاهی به عنوان بخشی از برنامه های مصون سازی (آموزش نقادی و هوشیاری به کودکان، تا هرچه بهتر بتوانند در برابر فرهنگ توده مصون بمانند)، گاهی به عنوان بخشی از برنامه های نوآورانه (آموزش استفاده از اشکال و ژانرهای گوناگون فرهنگی به کودکان، تا هرچه بهتر فهم زیبایی شناسانه و نقادانه خود را

1. Lunt 2. Livingstone 3. Buckingham

گسترش دهند)، و اخیراً به عنوان بخشی از برنامه‌های توانمندسازی (آموزش استفاده از ابزارهای فنی خوداظهاری به کودکان، تا هرچه بهتر بتوانند در جامعه مدرن مشارکت کنند). (Lunt and Livingstone, 2012: 118)

اگرچه آموزگاران رسانه و پژوهشگران این حوزه تعاریف گوناگونی از سواد رسانه‌ای مطرح کرده‌اند، اما مطمئناً این مفهوم شامل ابعاد کلیدی مهمی است. ناگزیر «سواد» با این پرسش سروکار دارد که چه کسی مالک اطلاعات است و روی آن نظارت دارد، و ابزارها و شیوه‌های تولید و توزیع اطلاعات کدامند، و از نظر آموزگاران رسانه‌های مدرن سواد با پرسش فراگیرتری درباره «قدرت اجتماعی» سروکار دارد (Buckingham, 2007: 47). با آموزش رسانه به افراد کم‌سن‌وسال‌تر، به عینکی انتقادی مجهز خواهند شد که می‌توانند مسائل مرتبط با ارائه، زبان، تولید، و مخاطبان (چهار جزء اساسی سواد رسانه‌ای از نظر «باکینگام» (۲۰۰۳)) را موشکافی کنند. در این میان، سیاست‌گذاری رسانه‌ای نقشی پشتیبان (نه اصلی) دارد، و پشت‌پرده تولید رسانه‌ها ایستاده و به ندرت به عنوان یک منبع اطلاعاتی برای آگاهی‌گفتمان‌ها ظاهر شده، و به جای آن خود در کانون توجه گفتمان‌ها قرار گرفته است. حتی اگر سیاست‌گذاری نقش پررنگ‌تری هم می‌داشت، وجود سواد رسانه‌ای تقریباً در تمام کلاس‌های مدرسه به معنای محدودیت‌های بیشتر، و نشان‌دهنده حقوق محدود کودکان مدرسه‌ای به عنوان شهروندان جامعه است. («باکینگام» (۲۰۰۳)) به فضاهای دیگری برای آموزش رسانه خارج از محیط کلاس و مدرسه اشاره می‌کند، فضاهایی همانند کارگاه‌های آموزشی رسانه در اجتماع‌های متفاوت، کلیساها، و گروه‌های فعال مستقل، اما خاطرنشان می‌کند که هدف این آموزش‌ها لزوماً ارتقای دانش جامعه نیست).

جنبش آموزش سواد رسانه‌ای خارج از محیط کلاس و مدرسه و در زمینه تنظیم مقررات مزایا و معایبی به همراه دارد. زمانی که در محیط سیاست‌گذاری قرار می‌گیریم، کشورهای گوناگون تعاریف و کاربردهای متفاوتی از سواد رسانه‌ای دارند، هرچند در تمام آنها سواد رسانه‌ای معمولاً دربردارنده مفاهیمی چون دسترسی و ارزیابی و گاهی خلق و تولید است: به نظر می‌رسد پارلمان اروپا و شورای اروپا یک

رویکرد مصون سازی را در این زمینه در پیش گرفته اند؛ «آفکام» در انگلستان نیز پس از بررسی ها و پژوهش های دانشگاهی رویکرد خود را از مصون سازی به توانمندسازی تغییر داد؛ و «یونسکو» نیز رویکرد توانمندسازی را اتخاذ کرده است (Lunt and Livingstone, 2012). اگرچه شاید گفتمان توانمندسازی خوشایند به نظر آید، اما پیامدهای آن نامشخص و مزایای آن مبهم است. مسأله نگران کننده آن است که سواد رسانه ای به عنوان شیوه ای تأیید و تصدیق می شود که قرار است مسئولیت بیشتری در افراد برای تعیین و تنظیم فعالیت هایشان ایجاد کند، رویکردی که به تقلیل مداخله سلسه مراتبی برای تنظیم مقررات در هم گرایی و جهانی سازی بازار رسانه ها (برای نمونه از طریق کاهش محدودیت های تبلیغ محصولات) مشروعیت می بخشد، در صورتی که در عین حال قول (که پیامدش کاملاً ارزیابی نشده) توانمندسازی را به مردم می دهد (Lunt and Livingstone, 2012: 128). ظرفیت های سواد رسانه ای به عنوان بخشی از عرصه سیاست گذاری برای آموزش فراگیرتر عموم مردم، به جای محدود شدن به آموزش کودکان مدرسه ای، باید در مقایسه با ظرفیت های کاربرد آن به عنوان بهانه ای برای مقررات زدایی ارزیابی شود. و مهم تر از همه آن که سواد رسانه ای به عنوان اصلی در سیاست گذاری هنوز در برنامه های آموزشی سواد طرح نشده است، حال یا اصلاً در این برنامه ها مورد غفلت قرار گرفته است یا آن که — همان طور که در بررسی برنامه های آموزشی رسمی در فصل ششم گفتیم — طبیعی و از مسائل ابتدایی پنداشته شده اند که نیازی به طرح آنها نیست.

افزایش علاقه پژوهشگران حوزه سیاست گذاری رسانه ای نشان می دهد که مفهوم «سواد سیاست گذاری رسانه ای»^۱ به تازگی مطرح شده است، هرچند شاید با نام های گوناگون. برای مثال، به نظر «هاسبرینک»^۲ (۲۰۱۲)، مشارکت بیشتر کاربران در قانون گذاری مرتبط با رسانه ها می تواند از طریق سواد رسانه ای و با ایجاد شیوه های کارآمد مشارکت (برای نمونه، عضویت نمایندگان کاربران در نهادهای نظارتی) تسهیل شود، شیوه هایی که از عناصر و مسائل مطرح در حوزه سواد

1. Media policy literacy

2. Hasebrink

رسانه‌ای هستند. «لنتز»^۱ (2014a) خواستار خلق فضاهای آموزشی سیاست‌گذاری رسانه هم‌چون حوزه‌های دیگر است، حوزه‌هایی همانند محیط‌زیست و حقوق بشر، و بر اهمیت سواد سیاست‌گذاری رسانه‌ای به عنوان یکی از مسائل زیربنایی شهروندی تأکید می‌کند، مسأله‌ای که باید از دوران کودکی تا بزرگسالی آموزش داده شود. کانون توجه او چگونگی طرح سواد سیاست‌گذاری رسانه‌ای برای دانشجویان تحصیلات تکمیلی است، چیزی که شاید از طریق «یادگیری موقعیتی»^۲ (یا یادگیری در عمل) در برنامه‌های دانشگاهی و برنامه‌های آموزشی نهادهای غیرانتفاعی قابل دستیابی باشد (Lentz, 2014b). شرکت‌کنندگان با دسترسی به برنامه‌های گوناگون می‌توانند چیزهای زیادی بیاموزند، اما تصور چگونگی فراهم کردن این برنامه‌ها برای عموم مردم دشوار است. پژوهشگران حوزه سواد سیاست‌گذاری رسانه‌ای بر این امر توافق نظر دارند که یک بار دیگر استعاره و مدل سواد مسیر دشوار و ناهمواری بین رسانه و کاربران عادی در پیش گرفته‌اند. و به نظر می‌رسد برای اجرای این ایده و کارآمد دانستن آن در مسیر توسعه و پیشرفت باید به نقدهایی که در گذشته متوجه سواد بود در این‌جا نیز مورد توجه قرار گیرند.

فرایند سیاست‌گذاری شاید با اجرای برنامه‌های سواد سیاست‌گذاری رسانه‌ای بهبود یابد، اما در این رویکرد باید از دام‌ها و تله‌هایی که در رویکردهای گذشته نسبت به سواد وجود داشت پرهیز شود. برای دستیابی به هدف توانمندسازی کاربران برای مشارکت معنادار در فرایند سیاست‌گذاری، محتوای برنامه‌های سواد سیاست‌گذاری رسانه‌ای باید به گونه‌ای طراحی شوند که تنها به چستی سیاست‌گذاری رسانه‌ای اکتفا نکنند، بلکه باید به چگونگی فرایند سیاست‌گذاری، افراد مجاز برای مشارکت در این فرایند، و ذینفعان سیاست‌ها پردازند. آموزش مردم درباره حق مؤلف به گونه‌ای که چگونه می‌توانند رفتارشان را با قانون هماهنگ سازند

1. Lentz

۲. یادگیری موقعیتی (یا Situated learning) یعنی اعتقاد به اینکه دانش و شناخت وابسته به موقعیت و مقاصد و تکالیفی است که در آنها به کار می‌رود (برگرفته از وبگاه دانشنامه رشد).

با آموزش آنها درباره حق مؤلف به گونه‌ای که چگونه می‌توانند در فرایندهای مشارکتی مهم تصمیم‌گیری درگیر شوند بسیار متفاوت است. از نظر محیط و فضای آموزشی، سواد سیاست‌گذاری رسانه‌ای نباید محدود به برنامه‌های آموزشی رسمی پیرامون رسانه شود که در مدارس وجود دارد؛ ارتباط مداوم با فرایندهای سیاست‌گذاری از طریق فضاهای گوناگون به مرور زمان برای پرورش شهروندان فعالی که می‌توانند جوانب ظاهراً پیش‌پا افتاده سیاست‌ها و سیاست‌گذاری رسانه‌ای را به چالش بکشند ضروری است.

افزون بر این، سواد سیاست‌گذاری رسانه‌ای، فارغ از این که چقدر وسیع و گسترده است، بازهم محدود است و نمی‌تواند چندان عمیق باشد. اما به آموزش این مفهوم به عنوان یکی از عناصر لازم در ساختار فراگیر سیاست‌گذاری برای جذب مشارکت عموم مردم نیازمندیم. از این روی، سواد سیاست‌گذاری رسانه‌ای باید ویژگی‌های لازم تمام کنش‌گرانی باشد که در گفتمان‌ها و فعالیت‌های مرتبط با سیاست‌گذاری در این زمینه درگیر هستند، نه این که تنها به آموزگاران این مفهوم خلاصه شود. توجه به طیف گسترده‌تر استدلال‌ها برای دستیابی گفتمان حق مؤلف به قابلیت‌ها و جایگاه واقعی‌اش به عنوان گفتمانی پویا و مردم‌سالار ضروری است، و برای مشروعیت حق مؤلف تمامی گروه‌ها باید فرصت رقابت و گفت‌وگو داشته باشند. برای دستیابی به این هدف، نهادهای حاکمیتی باید تعهد و پایداری خالصانه خود را به پی‌ریزی نظام سیاست‌گذاری بازتر و مشارکتی‌تر اثبات کنند.

اما یک رویکرد مشارکتی‌تر نیازمند چه چیزهایی است؟ در فصل هفتم توضیح دادیم که این رویکرد نیازمند تمرکز روی دو چیز است (Habermas 1997; Hendriks 2006; Coleman and Blumler, 2009; Moss and Coleman 2013). نظامی مشارکتی‌تر به دنبال گشایش کانال‌هایی است که از طریق آنها دغدغه‌های مردم در سیاست‌ها تجلی یابند و دیدگاه عموم مردم در فرایند سیاست‌گذاری لحاظ شود. در عین حال، چنین نظامی باید به دنبال بهبود گفتمان‌های عمومی فراگیرتر پیرامون پیشنهاد

سیاست‌گذاری خاصی باشد، و در زمینه سیاست‌گذاری حق مؤلف دیدگاه تمامی گروه‌ها، از جمله کاربران را نیز جویا شود. در هر دو مورد، هدف تجلی دیدگاه تمامی گروه‌های متأثر از تصمیم‌ها و سیاست‌ها در این فرایند است. برای دستیابی به سیاستی که منافع عامه در آن باشد، یا دست کم در آن تعادل منصفانه‌ای میان منافع و ارزش‌های متفاوت برقرار شود، پیش از هر چیز باید از تمامی دیدگاه‌ها آگاه شویم: امیدواریم با نگارش این کتاب گام کوچکی در دستیابی به این هدف برداشته باشیم.

منابع و مأخذ

- AIM (Association of Independent Music) (2011) *Association of Independent Music Submission to the Hargreaves Review of Intellectual Property and Growth*. Available at: <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140603093549/http://www.ipo.gov.uk/ipreview-c4e-sub-aim.pdf>
- Alexa (2014) 'The top 500 sites on the web'. Available at: <http://www.alexa.com/topsites>
- Andersen, B. and Frenz, M. (2010) 'Don't blame the P2P file-sharers: the impact of free music downloads on the purchase of music CDs in Canada', *Journal of Evolutionary Economics*, 20(5): 715–40.
- Andy (2013) 'France set to dump 3 strikes anti-piracy law but automated fines will live on', *TorrentFreak*, 14 May. Available at: <http://torrentfreak.com/france-set-to-dump-3-strikes-anti-piracy-law-but-automated-fines-will-live-on-130514/>
- APC (Association for Progressive Communications) (2014) *APC Internet Rights Charter*. Available at: <http://www.apc.org/en/node/5677/>
- Armstrong, C., De Beer, J., Kawooya, D., Prabhala, A. and Schonwetter, T. (eds) (2010) *Access to Knowledge in Africa: The Role of Copyright*. Cape Town: UCT Press.
- Arthur, C. (2014) 'UK copyright tweak in June will finally allow ripping of CDs', *The Guardian*, 31 March. Available at: <http://www.theguardian.com/technology/2014/mar/31/uk-copyright-tweak-legally-rip-cds-ipod>
- Aufderheide, P. and Jaszi, P. (2011) *Reclaiming Fair Use: How to Put the Balance Back in Copyright*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Bachrach, P. and Baratz, M.S. (1962) 'Two faces of power'. *American Political Science Review*, 56(04): 947–52.
- Baker, C.E. (2007) *Media Concentration and Democracy: Why Ownership Matters*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bakhshi, H., Freeman, A. and Higgs, P. (2013) *A Dynamic Mapping of the UK's Creative Industries*. London: NESTA.
- Banks, J. and Deuze, M. (2009) 'Co-creative labour', *International Journal of Cultural Studies*, 12(5): 419–31.

- Banks, J. and Humphreys, S. (2008) 'The labour of user co-creators', *Convergence*, 14(4): 401–18.
- Baraliuc, I., Depreeuw, S. and Gutwirth, S. (2013) 'Copyright enforcement in the digital age: a post-ACTA view on the balancing of fundamental rights', *International Journal of Law and Information Technology*, 21(1): 92–104.
- Barron, A. (2002) 'Copyright law and the claims of art', *Intellectual Property Quarterly*, 4: 368–401.
- BBC (2005) 'Movie body hits peer-to-peer nets', *BBC News*, 11 February. Available at: <http://news.bbc.co.uk/1/hi/technology/4256449.stm>
- BBC (2011) 'BT ordered to block links to Newzbin 2 website', *BBC News*, 28 July. Available at: <http://www.bbc.co.uk/news/technology-14322957>
- BBC (2013a) 'US Internet 'six strikes' anti-piracy campaign begins', *BBC News*, 26 February. Available at: <http://www.bbc.co.uk/news/technology-21591696>
- BBC (2013b) 'Apple reveals iOS 7 design revamp and iTunes Radio', *BBC News*, 10 June. Available at: <http://www.bbc.co.uk/news/technology-22846725>
- BBC (2014) 'Netflix users rise past 44 million', *BBC News*, 22 January. Available at: <http://www.bbc.co.uk/news/business-25854296>
- Beam, C. (2009) 'Bootleg nation: how strict are Chinese copyright laws?', *Slate*, 22 October. Available at: http://www.slate.com/articles/news_and_politics/explainer/2009/10/bootleg_nation.html
- Becker, H.S. (1982) *Art Worlds*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Bell, D. and Jayne, M. (2004) *City of Quarters: Urban Villages in the Contemporary City*. Aldershot: Ashgate.
- Benjamin, W. (1968) 'The work of art in the age of mechanical reproduction', in H. Arendt (ed.), *Illuminations*. London: Fontana, pp. 219–26.
- Berry, D.M. (2008) *Copy, Rip, Burn: The Politics of Copyleft and Open Source*, London: Pluto Press.
- Bettig, R. (1996) *Copyrighting Culture: The Political Economy of Intellectual Property*. Boulder, CO: Westview Press.
- Bimber, B. (2012) 'Digital media and citizenship', in H. Semetko and M. Scammell (eds), *The SAGE Handbook of Political Communication*. London: SAGE, pp. 115–27.
- Birmingham, J. and David, M. (2011) 'Live-streaming: will football fans continue to be more law abiding than music fans?', *Sport in Society*, 14(1): 69–80.
- Boateng, B. (2011) 'Whose democracy? Rights-based discourse and global Intellectual Property rights activism', in R. Mansell and M. Raboy (eds), *The Handbook of Global Media and Communication Policy*. Malden, MA: Wiley Blackwell, pp. 261–75.
- Boltanski, L. and Chiapello, È. (2005[1999]) *The New Spirit of Capitalism*. Trans. G. Elliott. London: Verso.

- Boltanski, L. and Thévenot L. (2006[1991]) *On Justification: Economies of Worth*. Trans. C. Porter. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Bourdieu, P. (1984) *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Bourdieu, P. (1993) *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. Cambridge: Polity Press.
- Boyle, J. (1996) *Shamans, Software and Spleens: Law and the Construction of the Information Society*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Boyle, J. (2008) 'Harmonizing copyright's internationalization with domestic constitutional constraints', *Harvard Law Review*, 121(7): 1798-819. Available at: <http://harvardlawreview.org/2008/05/harmonizing-copyrights-internationalization-withdomestic-constitutional-constraints/>
- BPI (British Recorded Music Industry) (2011) *Independent Review of Intellectual Property and Growth: Response of the BPI (British Recorded Music Industry)*. Available at: <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140603093549/http://www.ipo.gov.uk/ipreview-c4e-sub-bpi.pdf>
- BPI (2012) 'Digital revenues overtake physical in UK recorded music market'. Available at: <https://www.bpi.co.uk/searchresult/digital-revenues-overtake-physical-in-uk-recordedmusic-market.aspx>
- BPI (2013) *Digital Music Nation*. London: BPI (British Recorded Music Industry). Available at: https://www.bpi.co.uk/assets/files/BPI_Digital_Music_Nation_2013.PDF
- BPI (2014) 'Our campaigns: Music Matters'. Available at: <http://www.bpi.co.uk/music-matters.aspx>
- Brabham, D.C. (2008) 'Crowdsourcing as a model for problem solving: an introductionand cases', *Convergence*, 14(1): 75–90.
- Brainz (n.d.) 'The 14 most ridiculous lawsuits filed by the RIAA and the MPAA'. Available at: <http://brainz.org/14-most-ridiculous-lawsuits-filed-riaa-and-mpaa/>
- Brewster, T. (2012) 'Newzbin dies a miserable death', *Techweek Europe*, 29November. Available at: <http://www.techweekeurope.co.uk/news/piracy-newzbin-ends-100584>
- Bridy, A. (2010) 'Graduated response and the turn to private ordering in online copyrighthenforcement', *Oregon Law Review*, 89: 81–132.
- Bruns, A. (2008) *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*. New York: Peter Lang.
- Buckingham, D. (2003) *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Buckingham, D. (2007) 'Digital media literacies: rethinking media education in the age of the Internet', *Research in Comparative and International Education*, 2(1):43–55.

- Bull, D. (2010) *Home Taping is Killing Music*. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=R3jkUhG68wY>
- Burger, P. (1988) 'The Berne Convention: its history and its key role in the future', *Journal of Law and Technology*, 3(1): 1–69.
- Burgess, J. (2013) 'YouTube and the formalisation of amateur media', in D. Hunter, R. Lobato, M. Richardson and J. Thomas (eds), *Amateur Media: Social, Cultural and Legal Perspectives*. Oxford: Routledge, pp. 53–8.
- Burkart, P. (2014) *Pirate Politics: The New Information Policy Conflicts*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Burkart, P. and McCourt, T. (2006) *Digital Music Wars: Ownership and Control of the Celestial Jukebox*. Lanham, MA: Rowman and Littlefield.
- Byrne, D. (2013) 'The internet will suck all creative content out of the world', *The Guardian*, 11 October. Available at: <http://www.theguardian.com/music/2013/oct/11/david-byrne-internet-content-world>
- Cammaerts, B., Mansell, R. and Meng, B. (2013) *Copyright and Creation: A Case for Promoting Inclusive Online Sharing*. London: London School of Economics and Political Science. Available at: <http://www.lse.ac.uk/media@lse/documents/MPP/LSE-MPP-Policy-Brief-9-Copyright-and-Creation.pdf>
- Cammaerts, B. and Meng, B. (2011) *Creative Destruction and Copyright Protection: Regulatory Responses to File-sharing*. London: London School of Economics and Political Science. Available at: <http://www.lse.ac.uk/media@lse/documents/MPP/LSEMPPBrief1.pdf>
- Caraway, B.R. (2012) 'Survey of file-sharing culture', *International Journal of Communication*, 6: 564–84.
- Cave, D. (2000) 'Come on, Eileen: Napster CEO Eileen Richardson is walking on sunshine. But with lawsuits piling up, is she really dancing on a grave?', *Salon*, 8 May. Available at: http://www.salon.com/2000/05/08/napster_richardson/
- Caves, R. (2000) *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- CCI (Center for Copyright Information) (2014) 'What do teachers need to know?' Available at: <http://www.copyrightinformation.org/resources-faq/what-do-teachersneed-to-know/>
- Cenite, M., Wang, M.W., Peiwen, C. and Chan, G.S. (2009) 'More than just free content: motivations of peer-to-peer file sharers', *Journal of Communication Inquiry*, 33(3): 206–21.
- Cloonan, M. (2007) *Popular Music and the State in the UK: Culture, Trade or Industry?* Aldershot: Ashgate.
- Coleman, S. and Blumler, J. (2009) *The Internet and Democratic Citizenship: Theory, Practice, and Policy*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Corrigan, R. (2011) 'Information policy making: developing the rules of the road for the information society (or the anatomy of a Digital Economy Act)', in M. Ramage and D. Chapman (eds), *Perspectives on Information*. London: Routledge, pp. 134–53.
- Couldry, N. (2010) *Why Voice Matters: Culture and Politics after Neoliberalism*. London: SAGE.
- Creative Commons (2014) 'About'. Available at: <http://creativecommons.org/about>
- Crouch, C. (2004) *Post-democracy*. Cambridge: Polity Press.
- Crouch, C. (2011) *The Strange Non-death of Neo-liberalism*. Polity Press.
- Crouch, C. (2013) 'From markets versus states to corporations versus civil society?', in A. Schäfer and W. Streeck (eds), *Politics in the Age of Austerity*. Cambridge: Polity Press, pp. 219–38.
- Culture, Media and Sport Select Committee (2013) *Supporting the Creative Economy: Third Report*. Available at: <http://www.publications.parliament.uk/pa/cm201314/cmselect/cmcumeds/674/67402.htm>
- Cvetkovski, T. (2014) 'The farcical side to the war on media piracy: a popular case of Divine Comedy?', *Media, Culture & Society*, 36(2): 246–57.
- Dahl, R.A. (1961) *Who Governs?: Democracy and Power in an American City*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Darch, C. (2014) 'The political economy of traditional knowledge, trademarks and copyright in South Africa', in M. David and D. Halbert (eds), *The SAGE Handbook of Intellectual Property*. London: SAGE, pp. 263–78.
- David, M. (2010) *Peer to Peer and the Music Industry: The Criminalization of Sharing*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- David, M. (2013) 'File-sharing and beyond: cultural, legal, technical and economic perspectives on the future of copyright online', in W.H. Dutton (ed.), *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Oxford: Oxford University Press, pp. 464–85.
- Davies, G. (2002) *Copyright and the Public Interest* (2nd edition). London: Sweet & Maxwell.
- DCMS (Department for Culture, Media and Sport) (1998) *Creative Industries Mapping Documents 1998*. London: Department for Culture, Media and Sport.
- DCMS (2013) *Classifying and Measuring the Creative Industries*. London: Department for Culture, Media and Sport.
- Deazley, R. (2004) *On the Origin of the Right to Copy: Charting the Movement of Copyright Law in Eighteenth-Century Britain (1695–1775)*. Oxford: Hart Publishing.
- Deazley, R. (2006) *Rethinking Copyright: History, Theory, Language*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.

- DiCola, P. (2013) 'Money from music: survey evidence on musicians' revenue and lessons about copyright incentives', *Arizona Law Review*, 55: 301–70.
- Dixon, S. (2013) 'Discursive intervention in international intellectual property policymaking: how developing countries and civil society employ text to challenge and change the status quo', *Communication, Culture and Critique*, 6(4): 598–615.
- Dobusch, L. and Schüßler, E. (2014) 'Copyright reform and business model innovation: regulatory propaganda at German music industry conferences', *Technological Forecasting and Social Change*, 83: 24–39.
- Doctorow, C. (2012) 'Why the death of DRM would be good news for readers, writers and publishers', *The Guardian*, 3 May. Available at: <http://www.theguardian.com/technology/2012/may/03/death-of-drm-good-news>
- Doyle, G. (2013) *Understanding Media Economics* (2nd edition). London: SAGE.
- Drahos, P. (1996) *A Philosophy of Intellectual Property*. London: Dartmouth Publishing.
- Drahos, P. (2002) 'Negotiating intellectual property rights: between coercion and dialogue', *International Intellectual Property Law & Policy*, 7: 1–18.
- Drahos, P. and Braithwaite, J. (2002) *Information Feudalism: Who Owns the Knowledge Economy?* London: Earthscan.
- Dredge, S. (2013a) 'Hotfile to pay Hollywood studios \$80m damages in filesharing settlement', *The Guardian*, 4 December. Available at: <http://www.theguardian.com/technology/2013/dec/04/hotfile-hollywood-filesharing-damages-mpaa>
- Dredge, S. (2013b) 'Thom Yorke calls Spotify "the last desperate fart of a dying corpse"', *The Guardian*, 7 October. Available at: <http://www.theguardian.com/technology/2013/oct/07/spotify-thom-yorke-dying-corpse>
- Dredge, S. (2014) 'Forget suing filesharers: in 2014, anti-piracy efforts follow the money', *The Guardian*, 2 April. Available at: <http://www.theguardian.com/technology/2014/apr/02/infringing-websites-list-anti-piracy>
- Dryzek, J. (2000) *Deliberative Democracy and Beyond: Liberals, Critics, Contestations*. Oxford: Oxford University Press.
- Duff, A. (2008) 'The normative crisis of the information society', *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 2(1). Available at: <http://cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2008051201>
- Edlund, M. (2002) 'Lyn' eyes: the recording artists coalition's bogus crusade to save the little guy', *Slate*, 11 February. Available at: http://www.slate.com/articles/arts/culturebox/2002/02/lyn_eyes.html
- Edwards, L. (2009) *The Role and Responsibility of Internet Intermediaries in the Field of Copyright and Related Rights*. World Intellectual Property Organization. Available at: http://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/doc/role_and_responsibility_of_the_internet_intermediaries_final.pdf

- Edwards, L., Klein, B., Lee, D., Moss, G. and Philip, F. (2013a) 'Framing the consumer: copyright regulation and the public', *Convergence*, 19(1): 9–24.
- Edwards, L., Klein, B., Lee, D., Moss, G. and Philip, F. (2013b) 'Isn't it just a way to protect Walt Disney's rights?: media user perspectives on copyright', *New Media & Society* [online first]. doi: 10.1177/1461444813511402
- Edwards, L., Klein, B., Lee, D., Moss, G. and Philip, F. (2014) 'Discourse, justification, and critique: towards a legitimate digital copyright regime?', *International Journal of Cultural Policy* [online first]. doi: 10.1080/10286632.2013.874421
- EFF (Electronic Frontier Foundation) (2008) 'RIAA v. the people: five years later'. Available at: <https://www.eff.org/wp/riaa-v-people-five-years-later>
- EFF (2013) 'Lawrence Lessig strikes back against bogus copyright takedown'. Available at: <https://www.eff.org/press/releases/lawrence-lessig-strikes-back-against-boguscopyright-takedown>
- EFF (2014) 'Teaching copyright'. Available at <http://www.teachingcopyright.org>
- Erickson, K., Mendis, D. and Kretschmer, M. (2013) *Copyright and the Economic Effects of Parody: An Empirical Study of Music Videos on the YouTube Platform and an Assessment of the Regulatory Options*. London: Intellectual Property Office.
- Erlingsson, G.Ó. and Persson, M. (2011) 'The Swedish Pirate Party and the 2009 European Parliament election: protest or issue voting?', *Politics*, 31(3): 121–8.
- Estavillo, M. (2012) 'Special report: Focus on intermediaries' role rises as internet matures', *Intellectual Property Watch*, 21 March. Available at: [http://www.ip-watch.org/2012/03/21/special-report-focus-on-intermediaries-role-rises-as-internet-matures/European Commission \(2014\) Report on the Responses to the Public Consultation on the Review of the EU Copyright Rules](http://www.ip-watch.org/2012/03/21/special-report-focus-on-intermediaries-role-rises-as-internet-matures/European Commission (2014) Report on the Responses to the Public Consultation on the Review of the EU Copyright Rules). Available at: http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/2013/copyright-rules/docs/contributions/consultation-report_en.pdf
- FAC/MMF (Featured Artists Coalition and Music Managers Forum) (2011) *The FAC and MMF Submission to the Hargreaves Review*. Available at: <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140603093549/http://www.ipo.gov.uk/ipreview-c4esub-featured.pdf>
- Fairchild, C. (2008) *Pop Idols and Pirates: Mechanisms of Consumption and the Global Circulation of Popular Music*. Aldershot: Ashgate.
- Fairclough, N. (2003) *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. London: Routledge.
- Fairclough, N. (2004) 'Critical discourse analysis and change in management discourse and ideology: a transdisciplinary approach to strategic critique'. University of Lancaster. Available at: <http://www.ling.lancs.ac.uk/staff/norman/paper5.doc>.

- Fairclough, N. (2013) 'Critical discourse analysis and critical policy studies', *Critical Policy Studies*, 7(2): 177–97.
- FAST (Federation Against Software Theft (2011) *Response to the Call for Evidence: FAST*. Available at: <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140603093549/http://www.ipo.gov.uk/ipreview-c4e-sub-fast.pdf>
- Flew, T. (2002) 'Beyond ad hocery: defining creative industries'. *Cultural Sites, Cultural Theory, Cultural Policy: The Second International Conference on Cultural Policy Research*, Wellington, New Zealand, 23–26 January.
- Flew, T., Leisten, S.H. and Hearn, G.N. (2006) 'Alternative systems for intellectual property in the digital age', in J. Servaes and P. Thomas (eds), *Intellectual Property Rights Communication in Asia: Conflicting Traditions*. New Delhi: SAGE, pp. 226–40.
- Flood, A. (2012) 'Pay-what-you-want ebooks "bundle" makes \$1.1 m in two weeks', *The Guardian*, 23 October. Available at: <http://www.theguardian.com/books/2012/oct/23/pay-what-you-want-ebooks>
- Franda, M. (2002) *China and India Online: Information Technology Politics and Diplomacy in the World's Two Largest Nations*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield.
- Freedman, D. (2008) *The Politics of Media Policy*. Cambridge: Polity Press.
- Freedman, D. (2010) 'Making media policy silences: the hidden face of communications decision making', *The International Journal of Press/Politics*, 15(3): 344–61.
- Freedman, D. (2012a) 'Outsourcing internet regulation', in J. Curran, N. Fenton and D. Freedman (eds), *Misunderstanding the Internet*. London: Routledge, pp. 95–120.
- Freedman, D. (2012b) 'Web 2.0', in J. Curran, N. Fenton and D. Freedman (eds), *Misunderstanding the Internet*. London: Routledge, pp. 69–94.
- Frith, S. (2000) 'Power and policy in the British music industry', in H. Tumber (ed.), *Media Power, Professionals and Policies*. London: Routledge, pp. 70–83.
- Frith, S. (2004) 'Music and the media', in S. Frith and L. Marshall (eds), *Music and Copyright* (2nd edition). New York: Routledge, pp. 171–88.
- Frith, S. and Marshall, L. (2004) 'Making sense of copyright,' in S. Frith and L. Marshall (eds), *Music and Copyright* (2nd edition). New York: Routledge, pp. 1–18.
- Galloway, S. and Dunlop, S. (2007) 'A critique of the definitions of the cultural and creative industries in public policy', *International Journal of Cultural Policy*, 13(1):17–31.
- Gans, H. (1999) *Popular Culture and High Culture: An Analysis and Evaluation of Taste*. New York: Basic Books.
- Garnham, N. (1990) *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information*. London: Sage .

- Garnham, N. (2005) 'From cultural to creative industries', *International Journal of Cultural Policy*, 11(1): 15–29.
- Gayer, A. and Shy, O. (2006) 'Publishers, artists, and copyright enforcement', *Information Economics and Policy*, 18: 374–84.
- GfK (2012) *Survey on Digital Content Usage (DCN Survey) 2011*. Available at: http://www.musikindustrie.de/fileadmin/piclib/presse/Dokumente_zum_Download/DCNStudie_2012_engl_Presseversion_Final.pdf
- Giblin, R. (2014) 'Evaluating graduated response', *Columbia Journal of Law & the Arts*, 37(2): 147–210.
- Gillespie, T. (2006) 'Designed to "effectively frustrate": copyright, technology and the agency of users', *New Media & Society*, 8(4): 651–69.
- Gillespie, T. (2010) 'The politics of "platforms"', *New Media & Society*, 12(3): 347–64.
- Google (2012) 'An update to our search algorithms'. Available at: <http://insidesearch.blogspot.co.uk/2012/08/an-update-to-our-search-algorithms.html>
- Google (2014a) 'Google Transparency Report'. Available at: <https://www.google.com/transparencyreport/removals/copyright/>
- Google (2014b) 'FAQ'. Available at: <https://www.google.com/transparencyreport/removals/copyright/faq/>
- Google (2014c) 'How content ID works'. Available at: <https://support.google.com/youtube/answer/2797370?hl=en-GB>
- Gower, P. (2009) 'National stalls law to block internet pirates', *The New Zealand Herald*, 24 February. Available at: http://www.nzherald.co.nz/nz/news/article.cfm?c_id=1&objectid=10558313
- Gowers, A. (2006) *Gowers Review of Intellectual Property*. London: HM Treasury.
- Greenfield, S. and Osborn, G. (2004) 'Copyright law and power in the music industry', in S. Frith and L. Marshall (eds), *Music and Copyright* (2nd edition). New York: Routledge, pp. 89–102.
- Grossman, L. (2006) 'You — yes, you — are TIME's person of the year', *Time*, 25 December. Available at: <http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,1570810,00.html>
- Habermas, J. (1997) *Between Facts and Norms: Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*. London: Polity Press.
- Halliday, J. (2012) 'BT and TalkTalk lose challenge against Digital Economy Act', *The Guardian*, 6 March. Available at: <http://www.theguardian.com/technology/2012/mar/06/internet-provider-lose-challenge-digital-economy-act>
- Hamelink, C. (1994) *The Politics of World Communication*. London: SAGE.

- Hargreaves, I. (2011) *Digital Opportunity: A Review of Intellectual Property and Growth*. London: HM Treasury.
- Harris, M. (n.d.) 'Top 5 DRM removal programs', *About.com*. Available at: http://mp3.about.com/od/essentialsoftware/tp/best_drm_removal_software.htm
- Hasebrink, U. (2012) 'The role of the audience within media governance: the neglected dimension of media literacy', *Media Studies*, 3(6): 58–73.
- Hay, C. (2002) *Political Analysis: A Critical Introduction*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Hay, C. (2007) *Why We Hate Politics*. London: Polity Press.
- Heitner, D. (2013) 'Is the NFL committing copyright infringement by using photos without consent?', *Forbes*, 23 October. Available at: <http://www.forbes.com/sites/darrenheitner/2013/10/23/is-the-nfl-committing-copyright-infringement-byusing-photos-without-consent/>
- Hendriks, C.M. (2006) 'Integrated deliberation: reconciling civil society's dual role in deliberative democracy', *Political Studies*, 54(3): 486–508.
- Herman, B.D. (2008) 'Breaking and entering my own computer: the contest of copyright metaphors', *Communication Law and Policy*, 13(2): 231–74.
- Herman, B.D. (2013) *The Fight over Digital Rights: The Politics of Copyright and Technology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hesmondhalgh, D. (2005) 'Media and cultural policy as public policy', *International Journal of Cultural Policy*, 11(1): 95–109.
- Hesmondhalgh, D. (2008) 'Neoliberalism, imperialism and the media', in D. Hesmondhalgh and J. Toynbee (eds), *The Media and Social Theory*. Abingdon: Routledge, pp. 95–111.
- Hesmondhalgh, D. (2013) *The Cultural Industries* (3rd edition.). London: SAGE.
- Hesmondhalgh, D. and Baker, S. (2011) *Creative Labour: Media Work in Three Cultural Industries*. Abingdon: Routledge.
- Hesmondhalgh, D. and Pratt, A. (2005) 'Cultural industries and cultural policy', *International Journal of Cultural Policy*, 11(1): 1–13.
- Hill, A. (2013) 'Internet users unaware of illegal downloading', *The Guardian*, 22 April. Available at: <http://www.theguardian.com/technology/2013/apr/22/internet-usersunaware-illegal-downloading>
- Hill, M. (2013) *The Public Policy Process* (6th edition). Harlow: Pearson.
- Hintz, A. and Milan, S. (2011) 'User rights for the internet age', in R. Mansell and M. Raboy (eds), *The Handbook of Global Media and Communication Policy*. Malden, MA: Wiley Blackwell, pp. 231–41.
- Hogan, M. (2012) 'Shades of grey: anti-piracy legislation and independent labels', *Pitchfork*, 27 January. Available at: <http://pitchfork.com/features/articles/8763-shades-of-gray-anti-piracy-legislation-and-independent-labels/>

- Hu, K. (2005) 'The power of circulation: digital technologies and the online Chinese fans of Japanese TV drama', *Inter-Asia Cultural Studies*, 6(2): 171–86.
- IFPI (International Federation of the Phonographic Industry) (2014) 'Music subscription revenues help drive growth in most major markets'. Available at: <http://www.ifpi.org/news/music-subscription-revenues-help-drive-growth-in-most-major-markets>
- Industry Trust (2013) "'Moments worth paying for" grows up'. Available at: <http://www.industrytrust.co.uk/industry-trust-annual-review-2013-2/moments-worthpaying-for-grows-up/>
- Industry Trust (2014) 'You make the movies'. Available at: <http://www.industrytrust.co.uk/campaigns/you-make-the-movies/>
- Jaszi, P. and Woodmansee, M. (1996) 'The ethical reaches of authorship', *South Atlantic Quarterly*, 95: 947–77.
- John, P. (2012) *Analyzing Public Policy*. Abingdon: Routledge.
- Jowitt, T. (2011) 'BT given two weeks to block Newzbin2', *Techweek Europe*, 26 October. Available at: <http://www.techweekeurope.co.uk/news/bt-given-two-weeks-to-block-newzbin2-43776>
- Karaganis, J. (ed.) (2011) *Media Piracy in Emerging Economies*. Social Science Research Council. Available at: <http://piracy.americanassembly.org>
- Karaganis, J. and Renkema, L. (2013) *Copy Culture in the US and Germany*. New York: The American Assembly. Available at: <http://piracy.americanassembly.org>
- Keall, C. (2013) 'First music pirate nailed under new copyright law', *National Business Review*, 30 January. Available at: <http://www.nbr.co.nz/opinion/first-music-pirate-nailed-under-new-copyright-law>
- Kennedy, H. (2013) 'Against amateur economies: spec work competitions and the anti-spec movement', *Cultural Studies Review*, 19(1): 228–48.
- Kickstarter (2014) 'Seven things to know about Kickstarter'. Available at: <https://www.kickstarter.com/hello>
- Kinnally, W., Lacayo, A., McClung, S. and Sapolsky, B. (2008) 'Getting up on the download: college students' motivations for acquiring music via the web', *New Media & Society*, 10(6): 893–913.
- Klang, M. and Murray, A. (2005) *Human Rights in the Digital Age*. London: GlassHousePress.
- Klein, B. (2009) *As Heard on TV: Popular Music in Advertising*. Aldershot: Ashgate.
- Knops, A. (2007) 'Debate: agonism as deliberation – on Mouffe's theory of democracy', *Journal of Political Philosophy*, 15(1): 115–26.

- Kohl, U. (2012) 'The rise and rise of online intermediaries in the governance of the Internet and beyond – connectivity intermediaries', *International Review of Law, Computers & Technology*, 26(2–3): 185–210.
- Kohl, U. (2013) 'Google: the rise and rise of online intermediaries in the governance of the Internet and beyond (Part 2)', *International Journal of Law and Information Technology*, 21(2): 187–234.
- Kravets, D. (2007) 'Napster trial ends seven years later, defining online sharing along the way', *Wired*, 31 August. Available at: <http://www.wired.com/2007/08/napster-trial-e/>
- Kretschmer, M. and Kawohl, F. (2004) 'The history and philosophy of copyright', in S. Frith and L. Marshall (eds), *Music and Copyright* (2nd edition). New York: Routledge, pp. 21–53.
- Kretschmer, M. and Pratt, A.C. (2009) 'Legal form and cultural symbol', *Information, Communication & Society*, 12(2): 165–77.
- Kretschmer, M., Bently, L. and Deazley, R. (2010) 'The history of copyright history: notes from an emerging discipline', in R. Deazley, M. Kretschmer and L. Bently (eds), *Privilege and Property: Essays on the History of Copyright*. Cambridge: OpenBook Publishers, pp. 1–20.
- Laing, D. (2004) 'Copyright, politics, and the international music industry', in S. Frith and L. Marshall (eds), *Music and Copyright* (2nd edition). New York: Routledge, pp. 70–85.
- Lee, A. (2013) 'NYTVF: "Arrested Development's" Mitch Hurwitz wants a Bluth movie and Season 5 at Netflix', *Hollywood Reporter*, 22 October. Available at: <http://www.hollywoodreporter.com/news/nytvf-arrested-developments-mitch-hurwitz-650002>
- Lee, D. (2012) 'Spotify: Metallica ends Napster feud with new deal', *BBC News*, 6 December. Available at: <http://www.bbc.co.uk/news/technology-20634944>
- Lee, E. (2013) *The Fight for the Future: How People Defeated Hollywood and Saved the Internet – For Now*. LULU Press.
- Lentz, B. (2011) 'Regulation as linguistic engineering', in R. Mansell and M. Raboy (eds), *The Handbook of Global Media and Communication Policy*. Hoboken, NJ: Wiley, pp. 432–48.
- Lentz, B. (2014a) 'The media policy Tower of Babel: a case for policy literacy pedagogy', *Critical Studies in Media Communication*, 31(2): 134–40.
- Lentz, B. (2014b) 'Building the pipeline of media and technology policy advocates: the role of "situated learning"', *Journal of Information Policy*, 4: 176–204.
- Lessig, L. (2004a) *Free Culture*. New York: The Penguin Press.
- Lessig, L. (2004b) 'Copyrighting the President', *Wired*, August. Available at: <http://archive.wired.com/wired/archive/12.08/view.html?pg=5>
- Lessig, L. (2006) *Code 2.0*. New York: Basic Books.

- Levine, D.S. (2012) 'Bring in the nerds: secrecy, national security and the creation of international intellectual property law', *Cardozo Arts & Entertainment Law Journal*, 30(2): 105–51.
- Lindblom, C.E. (1977) *Politics and Markets: The World's Political-Economic Systems*. New York: Basic Books.
- Lindblom, C.E. (1982) 'The market as prison', *The Journal of Politics*, 44(2): 323–36.
- Lindgren, S. (2013) 'Pirate panics: comparing news and blog discourse on illegal file sharing in Sweden', *Information, Communication & Society* [online first]. doi:10.1080/1369118X.2012.757632
- Litman, J. (2000) 'The demonization of piracy'. *The 10th Conference on Computers, Freedom and Privacy*, Toronto, Canada, 6 April. Available at: <http://www.wayne.edu/litman/papers/demon.pdf>
- Litman, J. et al. (2000) *Brief Amicus Curiae of Copyright Law Professors in Support of Reversal, Consortium of 18 Copyright Law Professors, Napster Inc. v. A&M Records et al.* Available at: <http://www-personal.umich.edu/~jdlitman/briefs/Amicus.pdf>
- Livingstone, S. (2008) 'Engaging with media – a matter of literacy?', *Communication, Culture & Critique*, 1(1): 51–62.
- Lunt, P. and Livingstone, S. (2012) *Media Regulation: Governance and the Interests of Citizens and Consumers*. London: SAGE.
- MacKenzie, R. (2010) 'Chile breaks new ground in regulating IP liability', *WIPO Magazine*, 3 June. Available at: http://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2010/03/article_0009.html
- Madden, M. (2004) *Artists, Musicians and the Internet*. Washington, DC: Pew Internet and American Life Project. Available at: <http://www.pewinternet.org/2004/12/05/artists-musicians-and-the-internet/>
- Manovich, L. (2009) 'The practice of everyday (media) life: from mass consumption to mass cultural production?', *Critical Inquiry*, 35(2): 319–31.
- Mansbridge, J., Bohman, J., Chambers, S., Estlund, D., Føllesdal, A., Fung, A., Lafont, C., Manin, B. and Luis Martí, J. (2010) 'The place of self-interest and the role of power in deliberative democracy', *Journal of Political Philosophy*, 18(1): 64–100.
- Marsden, C.T. (2010) *Net Neutrality: Towards a Co-Regulatory Solution*. London: Bloomsbury Academic.
- Marsh, D. (2002) 'Pluralism and the study of British politics: it is always the happy hour for men with money, knowledge and power', in C. Hay (ed.), *British Politics Today*. Cambridge: Polity Press, pp. 14–38.
- Marshall, L. (2004) 'Infringers', in S. Frith and L. Marshall (eds), *Music and Copyright* (2nd edition). New York: Routledge, pp. 209–14.
- Marshall, L. (2005) *Bootlegging: Romanticism and Copyright in the Music Industry*. London: SAGE.

- Marshall, L. (2013) 'The 360 deal and the "new" music industry', *European Journal of Cultural Studies*, 16(1): 77–99.
- Marshall, L. and Frith, S. (2004) 'Afterword: where now for copyright?', in S. Frith and L. Marshall (eds), *Music and Copyright* (2nd edition). New York: Routledge, pp. 189–208.
- Mato, D. (2009) 'All industries are cultural: a critique of the idea of "cultural industries" and new possibilities for research', *Cultural Studies*, 23(1): 70–87.
- Matthews, D. and Žiková, P. (2013) 'The rise and fall of the anti-counterfeiting trade agreement (ACTA): lessons for the European Union', *IIC – International Review of Intellectual Property and Competition Law*, 44(6): 626–55.
- May, C. (2003) 'Digital rights management and the breakdown of social norms', *First Monday*, 8: 11–13. Available at: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/rt/prINTERfriendly/1097/1017>
- May, C. (2007) *The World Intellectual Property Organization: Resurgence and the Development Agenda*. London: Routledge.
- McChesney, R. (2013) *Digital Disconnect*. New York: New Press.
- McKenzie, G. and Cochrane, G. (2009) 'Paul McCartney: Pirate Bay verdict "fair"', *BBC Newsbeat*, 20 April. Available at: http://news.bbc.co.uk/newsbeat/hi/music/newsid_8007000/8007950.stm
- McLeod, K. (2001) *Owning Culture: Authorship, Ownership, & Intellectual Property Law*. New York: Peter Lang.
- McLeod, K. (2005) 'Confessions of an intellectual (property): Danger Mouse, Mickey Mouse, Sonny Bono, and my long and winding path as a copyright activist-academic', *Popular Music & Society*, 28(1): 79–93.
- McLeod, K. and Dicola, P. (2011) *Creative License: The Law and Culture of Digital Sampling*. Durham, NC: Duke University Press.
- Miège, B. (1987) 'The logics at work in the new cultural industries', *Media, Culture and Society*, 9(3): 273–89.
- Miège, B. and Garnham, N. (1979) 'The cultural commodity', *Media, Culture and Society*, 1(1): 297–311.
- Millaleo, S. and Cadenas, H. (2014) 'Intellectual property in Chile: problems and conflicts in a developing society', in M. David and D. Halbert (eds), *The SAGE Handbook of Intellectual Property*. London: SAGE, pp. 130–47.
- Moss, G. (2011) 'Media CAT vs Adams: the cat that did not get the cream', *Journal of Intellectual Property Law and Practice*, 6(11): 813–20.
- Moss, G. and Coleman, S. (2013) 'Deliberative manoeuvres in the digital darkness: e-democracy policy in the UK', *The British Journal of Politics & International Relations* [online first]. doi: 10.1111/1467-856X.12004
- MPDA (Motion Picture Distributors Association (India)) (2013a) 'Indian screen community calls for protection of online content to ensure vibrant digital marketplace'. Available at: http://mpaa-india.org/press/Final%20Press%20Release_%20Digital%20conference.pdf

- MPDA (2013b) 'Motion Picture Distributors Association (India) joins screen community in celebration of World IP Day'. Available at: <http://mpaa-india.org/press/Final%20MPDA%20-World%20IP%20ay%202013.pdf>
- Murdock, G. (2004) 'Building the digital commons: public broadcasting in the age of the internet'. *The 2004 Spry Memorial Lecture*, Vancouver/Montreal, Canada, 18 and 22 November. Available at: <http://www.fondsgrahamspryfund.ca/previous-conferences/conference-2004/>
- Murdock, G. (2014) 'Another people: communication policy and the Europe of citizens', in K. Donders, C. Pauwels and J. Loisen (eds), *The Palgrave Handbook of European Media Policy*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, pp. 143–71.
- Murray, A. (2010) *Information Technology Law: The Law and Society*. Oxford: Oxford University Press.
- Negus, K. (1999) *Music Genres and Corporate Cultures*. London: Routledge.
- Negus, K. (2006) 'Rethinking creative production away from the cultural industries', in J. Curran and D. Morley (eds), *Media and Cultural Theory*. Abingdon: Routledge, pp. 197–208.
- NME (2008) 'Radiohead reveal how successful "In Rainbows" download really was', *New Musical Express*, 15 October. Available at: <http://www.nme.com/news/radiohead/40444>
- NPR (2013) 'Pirates steal "Game of Thrones": why HBO doesn't mind', *All Things Considered*, 7 April. Available at: <http://www.npr.org/2013/04/07/176338400/pirates-steal-game-of-thrones-why-hbo-doesnt-mind>
- Oakley, K. (2006) 'Include us out: economic development and social policy in the creative industries', *Cultural Trends*, 15(4): 255–73.
- O'Connor, J. (2000) 'The definition of the cultural industries', *The European Journal of Arts Education*, 2(3): 15–27.
- O'Connor, J. (2010) *The Cultural and Creative Industries: A Literature Review* (2nd edition). Creativity, Culture and Education Series. Newcastle upon Tyne: Creativity, Culture and Education.
- OECD (Organization for Economic Co-Operation and Development) (2010) *The Role of Internet Intermediaries in Advancing Policy Objectives*. OECD Publishing. Available at: http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/the-role-of-internet-intermediaries-in-advancing-public-policy-objectives_9789264115644-en
- Ofcom (Office of Communications) (2012) *OCI Tracker Benchmark Study Q3 2012: Introduction and Key Findings*. London: Ofcom. Available at: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/other/telecoms-research/copyrightinfringement-tracker/>
- ORG (Open Rights Group) (2011) *Hargreaves Review of IP and Growth: Open Rights Group (ORG) submission*. Available at: <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140603093549/http://www.ipo.gov.uk/ipreview-c4e-sub-org.pdf>

- ORG (2014) 'Copyright reform'. Available at: <https://www.openrightsgroup.org/issues/copyright-reform>
- Pang, L. (2008) "China who makes and fakes": a semiotics of the counterfeit', *Theory, Culture & Society*, 25(6): 117–40.
- Park, J. (2013) 'Open curriculum alternatives to MPAA's new anti-piracy campaign for kids', *Creative Commons*, 25 September. Available at: <https://creativecommons.org/weblog/entry/39781>
- Patry, W. (2009) *Moral Panics and the Copyright Wars*. Oxford: Oxford University Press.
- Perullo, A. and Eisenberg, A.J. (2014) 'Musical property rights regimes in Tanzania and Kenya after TRIPS', in M. David and D. Halbert (eds), *The SAGE Handbook of Intellectual Property*. London: SAGE, pp. 148–64.
- Pessach, G. (2013) 'Deconstructing disintermediation: a skeptical copyright perspective', *Cardozo Arts & Entertainment Law Journal*, 31(3): 833–73.
- Potts, J. and Cunningham, S. (2008) 'Four models of the creative industries', *International Journal of Cultural Policy*, 14(3): 233–47.
- Potts, J., Hartley, J., Banks, J., Burgess, J., Cobcroft, R., Cunningham, S. and Montgomery, L. (2008) 'Consumer co-creation and situated creativity', *Industry & Innovation*, 15(5): 459–74.
- Prakash, P. (2012) 'Analysis of the Copyright (Amendment) Bill 2012', *The Centre for Internet & Society*, 23 May. Available at <http://cis-india.org/a2k/blog/analysis-copyrightamendment-bill-2012>
- Pratt, A. (2005) 'Cultural industries and public policy', *International Journal of Cultural Policy*, 11(1): 31–44.
- Pratt, A. (2008) 'Cultural commodity chains, cultural clusters, or cultural production chains?', *Growth and Change*, 39(1): 95–103.
- Price, D. (2013) *Sizing the Piracy Universe*. London: NetNames. Available at: <https://copyrightalliance.org/sites/default/files/2013-netnames-piracy.pdf>
- Primo, N. and Lloyd, L. (2011) 'South Africa', in J. Karaganis (ed.), *Media Piracy in Emerging Economies*. New York: Social Science Research Council, pp. 99–147. Available at: <http://piracy.americanassembly.org/wp-content/uploads/2011/06/MPEE-PDF-1.0.4.pdf>
- PRS for Music and Google (2012) *The Six Business Models of Copyright Infringement*. Available at: <http://www.prsformusic.com/aboutus/policyandresearch/researchandeconomics/Documents/TheSixBusinessModelsofCopyrightInfringement.pdf>
- Rens, A., Prabhala, A. and Kawooya, D. (2006) *Intellectual Property, Education and Access to Knowledge in Southern Africa*. Tralac Working Paper No. 12. Stellenbosch: US Printers. Available at: http://www.tralac.org/wp-content/blogs.dir/12/files/2011/uploads/20061002_Rens_IntellectualProperty.pdf

- Richter, F. (2014) 'The LP is back!', *Statista*, 5 January. Available at: <http://www.statista.com/chart/1465/vinyl-lp-sales-in-the-us/>
- Rohrer, F. (2009) 'Getting inside a downloader's head', *BBC News Magazine*, 18 June. Available at: <http://news.bbc.co.uk/1/hi/magazine/8106805.stm>
- Rosanvallon, P. (2008) *Counter-Democracy: Politics in an Age of Distrust*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rose, M. (1993) *Authors and Owners: The Invention of Copyright*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Schultz, M. (2006) 'Copynorms: copyright and social norms', in P. Yu (ed.), *Intellectual Property and Information Wealth: Issues and Practices in the Digital Age*, vol. 1. Westport, CT: Praeger, pp. 201–36.
- Sell, S.K. (2003) *Private Power, Public Law: The Globalization of Intellectual Property Rights*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sell, S.K. (2013) 'Revenge of the "nerds": collective action against Intellectual Property maximalism in the global information age', *International Studies Review*, 15(1): 67–85.
- Seville, C. (2010) 'Nineteenth-century Anglo-US copyright relations: the language of piracy versus the moral high ground', in L. Bently, J. Davis and J.C. Ginsburg (eds), *Copyright and Piracy: An Interdisciplinary Critique*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 19–43.
- Solsman, J. (2013) 'Hulu in 2013: sales up nearly half to \$1B with 5M paid users', *Cnet.com*, 18 December. Available at: <http://www.cnet.com/uk/news/hulu-in-2013-sales-up-nearly-half-to-1b-with-5m-paid-users/>
- Sorrel, C. (2011) 'How to strip DRM from Kindle E-Books and others', *Wired*, 17 January. Available at: <http://www.wired.com/gadgetlab/2011/01/how-to-strip-drmfrom-kindle-e-books-and-others/>
- Stahl, M. (2010) 'Cultural labor's "democratic deficits": employment, autonomy and alienation in US film animation', *Journal for Cultural Research*, 14(3): 271–93.
- Stahl, M. (2011) 'From seven years to 360 degrees: primitive accumulation, recording contracts, and the means of making a (musical) living', *tripleC*, 9(2): 668–88.
- Stahl, M. and Meier, L.M. (2012) 'The firm foundation of organizational flexibility: the 360 contract in the digitalizing music industry', *Canadian Journal of Communication*, 37(3): 441–58.
- Sutter, G. (2005) 'Internet service providers and liability', in M. Klang and A. Murray (eds), *Human Rights in the Digital Age*. Abingdon: Routledge, pp. 71–84.
- Tao, Q. (2012) 'Legal framework of online intermediaries' liability in China', *info*, 14(6): 59–72.
- Techdirt.com (2013) 'Surprise: MPAA told it can't use terms "piracy", "theft" or "stealing" during Hotfile trial', *techdirt.com*, 2 December. Available at: <http://www.techdirt.com/articles/20131130/15263725410/surprise-mpaa-told-it-cant-use-terms-piracy-theftstealing-during-hotfile-trial.shtml>

- The Economist* (2012) 'Intellectual property in China: still murky', *The Economist*, 21 April. Available at: <http://www.economist.com/node/21553040>
- Thielman, S. (2013) 'Bewkes: Game of Thrones piracy "better than an emmy": exec talks streaming, stealing and the Time Inc. spin-off', *Adweek*, 7 August. Available at: <http://www.adweek.com/news/television/bewkes-game-thrones-piracy-betteremmy-151738>
- Thomas, P. (2014) 'Copyright and copyleft in India: between global agendas and local interests', in M. David and D. Halbert (eds), *The SAGE Handbook of Intellectual Property*. London: SAGE, pp. 335–69.
- Throsby, D. (2008) 'Modelling the cultural industries', *International Journal of Cultural Policy*, 14(3): 217–32.
- Topel, F. (2013) 'Interview: Metallica on "Metallica through the never" & beyond', *Crave Online*, 16 September. Available at: <http://www.craveonline.com/film/interviews/571521-tiff-2013-metallica-on-metallica-through-the-never>
- Towse, R. (2006) 'Copyright and artists: a view from cultural economics', *Journal of Economic Surveys*, 20(4): 567–85.
- Towse, R. (2011) 'Creative industries', in R. Towse (ed.), *Handbook of Cultural Economics*. Cheltenham: Edward Elgar, pp. 125–31.
- Toynbee, J. (2004) 'Musicians', in S. Frith and L. Marshall (eds), *Music and Copyright* (2nd edition). New York: Routledge, pp. 123–38.
- Toynbee, J. (2013) 'How special? Cultural work, copyright, politics', in M. Banks, R. Gill and S. Taylor (eds), *Theorizing Cultural Work: Labour, Continuity and Change in the Cultural and Creative Industries*. London: Routledge, pp. 86–100.
- Tschmuck, P. (2009) 'Copyright, contracts and music production', *Information, Communication & Society*, 12(2): 251–66.
- Uhelszki, J. (2000) 'Metallica sue Napster for copyright infringement: Metallica cite Napster and three universities in copyright suit', *Rolling Stone*, 13 April. Available at: <http://www.rollingstone.com/music/news/metallica-sue-napster-for-copyright-infringement-20000413>
- UK Music (2011) *UK Music Response to the Call for Evidence of the Independent Review of Intellectual Property and Growth*. Available at: <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140603093549/http://www.ipo.gov.uk/ipreview-c4e-sub-ukmusic.pdf>
- Vaidhyathan, S. (2001) *Copyrights and Copywrongs: The Rise of Intellectual Property and How It Threatens Creativity*. New York: NYU Press.
- Van der Sar, E. (2013) 'Six strikes fails to halt U.S. Pirate Bay growth', *TorrentFreak*, 13 September. Available at: <http://torrentfreak.com/six-strikes-fails-to-halt-u-s-piratebay-growth-130903/>

- van Dijck, J. (2009) 'Users like you? Theorizing agency in user-generated content', *Media, Culture & Society*, 31(1): 41–58.
- Visser, C. (2006) 'Technological protection measures: South Africa goes *overboard*. *Overboard*', *Southern African Journal of Information and Communication*, 7: 54–63.
- Wang, L. (2008) 'Searching for liability: online copyright infringement in China'. Available at: <http://www.chinalawandpractice.com/Article/1886194/Channel/9937/Searchin-g-for-Liability-Online-Copyright-Infringement-in-China.html>
- Wang, S. and Zhu, J. (2003) 'Mapping film piracy in China', *Theory, Culture & Society*, 20(4): 97–125.
- Wikipedia (2014) 'Wikipedia: about'. Available at: <http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:About>
- WIPO (World Intellectual Property Organization) (2011) *From Screen to Script*. World Intellectual Property Organization. Available at: http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/en/copyright/950/wipo_pub_950.pdf
- WIPO (2014a) 'What is intellectual property?' Available at: <http://www.wipo.int/about-ip/en/>
- WIPO (2014b) 'Limitations and exceptions'. Available at: <http://www.wipo.int/copyright/en/limitations/>
- Woodmansee, M. (1984) 'The genius and the copyright: economic and legal conditions of the emergence of the "author"', *Eighteenth-Century Studies*, 17(4): 425–48.
- World Internet Project (2013) *World Internet Project Report 2013*. Available at: <http://www.worldinternetproject.net/>
- Yar, M. (2005) 'The global "epidemic" of movie "piracy": crime-wave or social construction?', *Media, Culture & Society*, 27(5): 677–96.
- Yar, M. (2007) 'Teenage kicks or virtual villainy? Internet piracy, moral entrepreneurship, and the social construction of a crime problem', in Y. Jewkes (ed.), *Crime Online*. London: Routledge, pp. 95–108.
- Yar, M. (2008) 'The rhetorics and myths of "anti-piracy" campaigns: criminalisation, moral pedagogy and capitalist property relations in the classroom', *New Media & Society*, 10(4): 605–23.
- Yarow, J. (2014) 'Amazon says it has at least 20 million prime members', *Business Insider*, 6 January. Available at: <http://www.businessinsider.com/amazon-prime-members-2014-1>
- Yu, P.K. (2012) 'Trade agreement cats and the digital technology mouse'. SSRN Scholarly Paper, Rochester, NY: Social Science Research Network. Available at: <http://papers.ssrn.com/abstract=2220278>

- Yu, P.K. (2013) 'The non-multilateral approach to international intellectual property normsetting'. SSRN Scholarly Paper, Rochester, NY: Social Science Research Network. Available at: <http://papers.ssrn.com/abstract=2325766>
- Zeller Jr, T. (2004) 'Pew file-sharing survey gives a voice to artists', *New York Times*, 6 December. Available at: <http://www.nytimes.com/2004/12/06/arts/06down.html>
- Zittrain, J. (2009a) *The Future of the Internet: And How to Stop It* (New edition). London: Penguin.
- Zittrain, J. (2009b) 'Lost in the cloud', *New York Times*, 19 July. Available at: <http://www.nytimes.com/2009/07/20/opinion/20zittrain.html>
- Zittrain, J. (2012) 'Don't let software patents stop us standing on the shoulders of giants', *The Guardian*, 18 April. Available at: <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2012/apr/18/software-patents-shoulders-of-giants>
- Zittrain, J. (2013) 'Digital books are under the control of distributors rather than readers', *Wired UK*, 8 July. Available at: <http://www.wired.co.uk/magazine/archive/2013/07/ideas-bank/how-amazon-kindled-the-bookburners-flames>.

واژه‌نامه انگلیسی به فارسی

Anne law	قانون آن
Arrested Development	توسعه ناتمام
Artists Against Digital Theft	هنرمندان ضد دستبرد دیجیتال
Associated rights	حقوق مجاور
Association for Progressive Communications (APC)	انجمن ارتباطات پیشرفته
Authorial property	حقوق پدیدآوری
Authorship	تألیف
Berne Convention	معاهده برن
BitTorrent	بیت تورنت
Blu-ray disc	دیسک «بلو ری»
British Phonographic Industry (BPI)	صنعت فونوگرافیک بریتانیا
Cloud	ابر
Common Law	کامن لا
Copyleft	کپی لفت
Copyright	حق مؤلف
Copyright debate	گفتمان حق مؤلف
Copyright Enforcement Advisory Council	کمیته مشورتی اجرای حق مؤلف
Copyright exceptions	استثناهای حق مؤلف
Copyright holder	مالک حق مؤلف
Copyright law	قانون حق مؤلف
Corporate authorship	پدیدآوری سازمانی
Creative Commons	کرییتیو کامنز
Creative economy	اقتصاد خلاق
Creative industries	صنایع خلاق

Creative Industries Mapping Document	سند نگاشت صنایع ابتکاری
Creative workers	پدیدآوران خلاق
Crowdsourcing	جمع‌سپاری
Cultural commodity	کالای فرهنگی
Cultural imperialism	امپریالیسم فرهنگی
Cultural industries	صنایع فرهنگی
Cultural texts	متون فرهنگی
Cut and paste	برداشتن و چسباندن
Deliberative democracy	مردم‌سالاری شورایی
Democracy of proposition	مردم‌سالاری پیشنهاد
Democracy of rejection	مردم‌سالاری مخالفت
Developing countries	کشورهای در حال توسعه
Digital commons	مشترکات دیجیتال
Digital democracy	مردم‌سالاری دیجیتال
Digital Economy Act	قانون اقتصاد دیجیتال
Digital Millennium Copyright Act	مصوبه حق مؤلف هزاره دیجیتال
Digital moment	لحظه دیجیتال
Digital Opportunity	فرصت‌های دیجیتال
Digitization	دیجیتال‌سازی
Economic and Social Research Council	شورای پژوهش‌های اجتماعی و اقتصادی
Economic rights	حقوق مادی
Electronic Frontier Foundation	بنیاد پیشگامان الکترونیک
Engraver's Act of 1735	قانون ۱۷۳۵ حکاکان
Ephemeral	یومیه
Federation Against Copyright Theft	فدراسیون علیه دستبرد حق مؤلف
Federation Against Copyright Theft (informally FACT)	فدراسیون ضد دستبرد حق مؤلف
Federation Against Software Theft	فدراسیون علیه دزدی نرم‌افزار
Fine Art Copyright Act of 1862	قانون حق مؤلف هنرهای زیبا سال ۱۸۶۲
Free Software movement	جنبش نرم‌افزاری رایگان
Game of Thrones	گیم آو ثراونز

Goal posts	پست‌های هدف
HADOPI law	قانون هدوپی
High arts	هنرهای والا
Human rights	حقوق بشر
Information economies	اقتصادهای اطلاعاتی
Infringement	نقض قانون
Infringement of copyright	نقض حق مؤلف
Innovation	نوآوری
Intellectual property	مالکیت فکری
International Communication Association	انجمن بین‌المللی ارتباطات
International Federation of Phonographic Industries	فدراسیون بین‌المللی صنایع فنوگرافیک
Internet intermediaries	میانجی‌های اینترنتی
Internet service providers	فراهم‌آوردندگان خدمات اینترنتی
Internet's Domain Name System	نظام نام دامنه‌های اینترنتی
legal consumption	استفاده قانونی
Legal determinism	جبرگرایی قانونی
Lobbying	لابی‌گری
Lobbyonomics	لابی‌نامیکس
Mere conduit	محمل صرف
Moral rights	حقوق معنوی
Motion Picture Association of America (MPAA)	انجمن تصاویر متحرک آمریکا
Napster	نَپستر
Net neutrality	خنثی بودن شبکه
NetNames	نت‌نیمز
Open Rights Group (ORG)	گروه حقوق آزاد
Organized groups	گروه‌های رسمی
Patent	پروانه ثبت اختراع
Peer-to-peer	همتا به همتا
Perspective	دیدگاه
Piracy	دستبرد

Podcasts	پادکست‌ها
Policymaking	سیاست‌گذاری
Privacy rights	حقوق محرمانگی
Professional content creators	پدیدآوران حرفه‌ای محتوا
Promotion	تبلیغات
Proxy	پراکسی
Public Domain Enhancement Act	قانون ارتقاء دامنه عمومی
Public interest	منافع عامه
Public relations	روابط عمومی
Qualitative research	پژوهش کیفی
Recording Industry Association of America (RIAA)	انجمن صنایع ضبط موسیقی آمریکا
Reverse determinism	جبرگرایی بالعکس
Revolution	انقلاب
Romantic author	پدیدآور رمانتیک
Royalties	دستمزد
Self-censorship	خودسانسوری
Situated learning	یادگیری موقعیتی
Sizing the Piracy Universe	توقف سراسری دستبرد ادبی
Telecommunication Carriers Forum	فورووم محمل‌های ارتباطات سیار
TRIPS	تریپس
Trust Industry	تراست اینداستری
Understanding of copyright	درک کپی‌رایت
US Satellite Home Viewer Improvement Act	قانون بهبود بینندگان خانگی ماهواره ایالات متحده
Videocassette recorder	دستگاه‌های پخش کننده ویدئو
Video-on-Demand	ویدئوی تقاضامحور
Vinyl records	صفحه‌های وینیلی
Work (made) for hire	آثار سفارشی
World Intellectual Property Organization (WIPO)	سازمان جهانی مالکیت فکری (وایپو)

واژه‌نامه فارسی به انگلیسی

Anne law	قانون آن
Cloud	ابر
Copyright exceptions	استثنای حق مؤلف
legal consumption	استفاده قانونی
Creative economy	اقتصاد خلاق
Information economies	اقتصادهای اطلاعاتی
Cultural imperialism	امپریالیسم فرهنگی
Association for Progressive Communications (APC)	انجمن ارتباطات پیشرفته
International Communication Association	انجمن بین‌المللی ارتباطات
Motion Picture Association of America (MPAA)	انجمن تصاویر متحرک آمریکا
Recording Industry Association of America (RIAA)	انجمن صنایع ضبط موسیقی آمریکا
Revolution	انقلاب
Work (made) for hire	آثار سفارشی
Cut and paste	برداشتن و چسباندن
Electronic Frontier Foundation	بنیاد پیشگامان الکترونیک
BitTorrent	بیت تورنت
Podcasts	پادکست‌ها
Romantic author	پدیدآور رمانتیک

Professional content creators	پدیدآوران حرفه‌ای محتوا
Creative workers	پدیدآوران خلاق
Corporate authorship	پدیدآوری سازمانی
Proxy	پراکسی
Patent	پروانه ثبت اختراع
Qualitative research	پژوهش کیفی
Goal posts	پست‌های هدف
Authorship	تألیف
Promotion	تبلیغات
Trust Industry	تراست اینداستری
TRIPS	تریپس
Arrested Development	توسعه ناتمام
Sizing the Piracy Universe	توقف سراسری دستبرد ادبی
Reverse determinism	جبرگرایی بالعکس
Legal determinism	جبرگرایی قانونی
Crowdsourcing	جمع‌سپاری
Free Software movement	جنبش نرم‌افزاری رایگان
Copyright	حق مؤلف
Human rights	حقوق بشر
Authorial property	حقوق پدیدآوری
Economic rights	حقوق مادی
Associated rights	حقوق مجاور
Privacy rights	حقوق محرمانگی
Moral rights	حقوق معنوی
Net neutrality	خنثی بودن شبکه
Self-censorship	خودسانسوری

Understanding of copyright	درک کپی‌رایت
Piracy	دستبرد
Videocassette recorder	دستگاه‌های پخش‌کننده ویدیو
Royalties	دستمزد
Digitization	دیجیتال‌سازی
Perspective	دیدگاه
Blu-ray disc	دیسک «بلو ری»
Public relations	روابط عمومی
World Intellectual Property Organization (WIPO)	سازمان جهانی مالکیت فکری (واپو)
Creative Industries Mapping Document	سند نگاشت صنایع ابتکاری
Policymaking	سیاست‌گذاری
Economic and Social Research Council	شورای پژوهش‌های اجتماعی و اقتصادی
Vinyl records	صفحه‌های وینیلی
Creative industries	صنایع خلاق
Cultural industries	صنایع فرهنگی
British Phonographic Industry (BPI)	صنعت فونوگرافیک بریتانیا
International Federation of Phonographic Industries	فدراسیون بین‌المللی صنایع فونوگرافیک
Federation Against Copyright Theft (informally FACT)	فدراسیون ضد دستبرد حق مؤلف
Federation Against Software Theft	فدراسیون علیه دزدی نرم‌افزار
Federation Against Copyright Theft	فدراسیون علیه دستبرد حق مؤلف
Internet service providers	فراهم‌آوردندگان خدمات اینترنتی
Digital Opportunity	فرصت‌های دیجیتال
Telecommunication Carriers Forum	فوروم محمل‌های ارتباطات سیار
Engraver's Act of 1735	قانون ۱۷۳۵ حکاکان

Public Domain Enhancement Act	قانون ارتقاء دامنه عمومی
Digital Economy Act	قانون اقتصاد دیجیتال
US Satellite Home Viewer Improvement Act	قانون بهبود بینندگان خانگی ماهواره ایالات متحده
Copyright law	قانون حق مؤلف
Fine Art Copyright Act of 1862	قانون حق مؤلف هنرهای زیبا سال ۱۸۶۲
HADOPI law	قانون هدوپی
Cultural commodity	کالای فرهنگی
Common Law	کامن لا
Copyleft	کپی لفت
Creative Commons	کرییتیو کامنز
Developing countries	کشورهای در حال توسعه
Copyright Enforcement Advisory Council	کمیته مشورتی اجرای حق مؤلف
Open Rights Group (ORG)	گروه حقوق آزاد
Organized groups	گروه‌های رسمی
Copyright debate	گفتمان حق مؤلف
Game of Thrones	گیم آو ثراونز
Lobbying	لابی‌گری
Lobbymomics	لابی‌نامیکس
Digital moment	لحظه دیجیتال
Copyright holder	مالک حق مؤلف
Intellectual property	مالکیت فکری
Cultural texts	متون فرهنگی
Mere conduit	محمل صرف
Democracy of proposition	مردم‌سالاری پیشنهاد
Digital democracy	مردم‌سالاری دیجیتال

Deliberative democracy	مردم‌سالاری شورایی
Democracy of rejection	مردم‌سالاری مخالفت
Digital commons	مشترکات دیجیتال
Digital Millennium Copyright Act	مصوبه حق مؤلف هزاره دیجیتال
Berne Convention	معاهده برن
Public interest	منافع عامه
Internet intermediaries	میانجی‌های اینترنتی
Napster	نَپستر
NetNames	نت‌نیمز
Internet's Domain Name System	نظام نام دامنه‌های اینترنتی
Infringement of copyright	نقض حق مؤلف
Infringement	نقض قانون
Innovation	نوآوری
Video-on-Demand	ویدیوی تقاضامحور
Peer-to-peer	همتا به همتا
Artists Against Digital Theft	هنرمندان ضد دستبرد دیجیتال
High arts	هنرهای والا
Situated learning	یادگیری موقعیتی
Dphemeral	یومیه

نمایه

- «اخطار و حذف»، ۹۸
 «استفاده منصفانه»، ۹۰، ۱۵۲، ۱۶۵، ۲۲۲، ۲۴۲
 «آیورودا»، ۸۵
 «بنیاد ویکی‌مدیا»، ۹۶
 «تریپس»، ۴۸، ۵۵، ۸۱، ۸۳، ۹۷، ۹۹، ۲۱۴، ۲۱۵، ۲۱۶، ۲۱۷
 «درک مشترک»، ۸۴
 «گروه حقوق آزاد»، ۹۰، ۱۹۵، ۲۳۱
 «میانجی‌های اتصال»، ۹۵، ۱۰۶
 «میانجی‌های مروری»، ۹۵
 «نت‌نیمز»، ۸۸
 «وایپسو»، ۴۸، ۸۳، ۸۴، ۸۵، ۹۳، ۹۷، ۹۸، ۱۳۴، ۲۰۲، ۲۱۳، ۲۲۰
 اپل، ۷۲، ۱۱۳
 اثر خلاقانه، ۲۲، ۳۰، ۳۴، ۱۱۹
 اثر فرهنگی، ۳۲، ۵۷، ۵۸، ۵۹، ۶۴، ۶۷، ۶۸، ۶۹
 ۷۱، ۸۰، ۸۷، ۱۱۴، ۱۴۱
 اجرای تئاتر، ۵۸
 اچ.بی.او، ۵۲
 ارائه کنندگان خدمات اینترنتی، ۲۸، ۶۹
 استار سیستم، ۷۶
 استریم‌کست، ۱۰۴
 استفاده منصفانه، ۱۸
 اسوشیتد پرس، ۱۴۵
 اشتراک‌گذاران فایل، ۲۳، ۹۱
 اشتراک‌گذاری فایل، ۵۲، ۶۸، ۸۷، ۸۹، ۱۰۱
 ۱۰۲، ۱۰۶، ۱۰۸، ۱۸۵، ۱۹۴، ۱۹۵، ۲۳۹
 افراد خلاق، ۲۴
 اقتصاد اطلاعات، ۲۰
 اقتصاد اطلاعاتی، ۵۹
 اقتصاد خلاق، ۹، ۲۷، ۵۹، ۶۸، ۹۰
 اقتصاد دیجیتال، ۲۸، ۴۷، ۷۰، ۱۰۷، ۲۲۱
 ام. پی. تری، ۷۰
 امپریالسم فرهنگی، ۲۱۶
 ام‌پی‌تری دات کام، ۱۰۲
 انبوه‌سپاری. بنگرید جمع‌سپاری
 انتساب، ۳۵، ۱۲۲
 انتشار اثر فرهنگی، ۵۹
 انجمن تصویر متحرک آمریکا، ۱۶۷
 انجمن صنایع ضبط موسیقی آمریکا (ریا)، ۶۸
 انجمن ناشران فیلم انگلستان، ۱۴۴
 انگ بزرگ چسباندن، ۷۶
 ای.اند.ام. رکوردینگ، ۱۰۲
 ای.تیونز، ۶۹، ۱۱۳
 ایستگاه‌های تلویزیونی، ۵۹
 اینداستری تراست، ۷۸
 آثار صوتی، ۱۳۹، ۱۴۴، ۱۴۹، ۱۸۸، ۱۹۲، ۲۱۹
 آثار موسیقایی، ۲۴، ۴۲
 آثار نوآورانه، ۱۹، ۵۷، ۵۸، ۱۲۷، ۱۲۹، ۱۳۲، ۱۳۳، ۱۳۷، ۱۳۹، ۱۴۰، ۱۴۴، ۱۵۵، ۱۵۶، ۱۵۷، ۱۵۸، ۱۶۰، ۱۶۲، ۱۶۳، ۱۶۴، ۱۶۵، ۱۷۱، ۱۷۶، ۱۷۷، ۱۷۹، ۱۸۹، ۱۹۲، ۲۲۱، ۲۲۳، ۲۳۸، ۲۴۰، ۲۴۲، ۲۴۳

- آرنولد شوارتزنگر، ۱۴۴
 آی تی کراود، ۱۶۸
 آی تیونز، ۷۲، ۱۱۳
 آیرن من، ۷۸
 بازار آزاد، ۲۳، ۲۱۳
 بازتولید اثر، ۴۲
 بایدو، ۱۰۰
 برادر بزرگ، ۱۱۷
 بریتیش تلکام، ۱۰۷
 بلاکباستر، ۱۴۶
 بنگرید «گفتمان جایگزین»
 بنیاد پیشتازان الکترونیک، ۵۱
 بنیاد پیشگامان الکترونیک، ۵۲، ۸۰، ۱۶۱، ۱۹۵، ۱۹۶، ۲۲۵
 بنیاد نرم افزار رایگان، ۱۲۲
 بودلیان، ۱۲۳
 بومانند سترما، ۱۰۲
 بی.اس.دی. یونیکس، ۱۲۲
 بی.پی.آی، ۷۸، ۸۸، ۱۱۲، ۲۳۱
 بیت تورنت، ۸۷، ۸۸، ۱۰۲
 پاداش مالی، ۱۳۶، ۱۳۷، ۱۵۴، ۱۵۸
 پاداش دهی، ۲۴، ۱۳۰، ۱۳۴، ۱۳۶، ۱۵۵، ۲۳۸
 پاستیج، ۲۲۳
 پاپرت بی، ۶۹، ۱۰۲، ۱۰۷، ۱۶۸، ۱۸۶
 پاپرت بی، ۱۶۸
 پدیدآور رمانتیک، ۲۳، ۱۳۰، ۱۳۲، ۱۴۱، ۲۴۰
 پدیدآور منزوی، ۱۳۲، ۱۴۰
 پدیدآوران خلاق، ۲۹، ۷۶، ۱۲۵، ۱۲۶، ۱۵۴، ۱۶۶، ۲۲۴، ۲۳۱، ۲۳۵، ۲۳۷
 پیپلا، ۷۰، ۱۰۸، ۱۱۰، ۱۹۳، ۱۹۵، ۲۲۴، ۲۲۵
 ۲۲۷، ۲۲۸، ۲۲۹
 تاک تاک، ۲۸، ۱۰۸، ۲۳۹
 تایم وارنر، ۵۲، ۲۲۵
 تبلیغات، ۲۰، ۲۲، ۵۲، ۶۲، ۶۷، ۷۳، ۷۶، ۷۸، ۱۰۲، ۱۱۲، ۱۱۳، ۱۱۴
 تجارت حقوق مالکیت فکری، ۴۴، ۹۷
 تریپس. بنگرید تجارت حقوق مالکیت فکری
 تصمیم های سیاستی، ۲۶، ۲۰۰، ۲۰۴، ۲۰۸، ۲۰۹
 ۲۳۴، ۲۳۵
 تقلید طنز گونه، ۲۸
 توافقات بین المللی، ۴۷، ۴۸
 توزیع غیرقانونی، ۵۲، ۱۱۴
 تولید فرهنگی، ۳۰، ۳۸، ۳۹، ۴۰، ۶۱، ۶۶، ۶۷
 ۸۷، ۱۱۶، ۱۳۳
 تئوری کار لاک، ۴۰
 جامعه اطلاعاتی، ۲۵، ۵۹، ۱۰۲
 جری مگویر، ۷۸
 جکی چان، ۱۴۴
 جمع سپاری، ۱۵۸، ۱۵۹
 جنبش نرم افزاری رایگان، ۵۱
 جوامع سرمایه داری، ۲۰۷
 جورج اورول، ۱۱۷
 جورج مایکل، ۵۲
 حقوق اجرا، ۴۲
 حقوق انتشار، ۴۲
 حقوق مکانیکی، ۴۲
 حقوق هماهنگ سازی، ۴۲
 حوزه عمومی، ۳۵، ۹۶، ۱۴۸، ۲۰۶، ۲۱۹، ۲۳۵، ۲۳۸
 د آی تی. کراود، ۷۵
 د پاپرت بی، ۲۸، ۲۹
 دارندگان مجوز، ۵۱
 درآمد دیجیتال، ۱۱۳
 دستبرد ادبی، ۱۸، ۲۹، ۳۵، ۵۲، ۶۸، ۷۳، ۷۶، ۸۰

- ۸۳، ۸۵، ۸۸، ۹۹، ۱۰۱، ۱۱۰، ۱۲۹، ۱۵۲،
۱۶۷، ۱۶۸
دستبرد ایده، ۳۵
دستبرد جرم است، ۷۵
دستبرد دیجیتال، ۲۴، ۱۴۷
دسترسی آزاد، ۹، ۸۰، ۱۱۳، ۱۱۹، ۱۲۲، ۱۴۹،
۱۹۳، ۲۲۶، ۲۲۸
دسترسی رایگان، ۳۸، ۱۱۴
دسترسی غیرقانونی، ۵۲، ۱۵۵، ۱۷۰، ۱۷۳
دی.ام.سی.آی، ۹۸
دیجیتال سازی، ۱۸، ۲۱، ۲۶، ۲۷، ۲۹، ۴۴، ۴۵،
۴۶، ۴۷، ۴۸، ۴۹، ۵۰، ۵۱، ۸۵، ۱۲۳، ۱۵۶،
۱۷۰، ۱۷۱، ۱۷۹
دیزر، ۱۱۳
رتبه بندی «آکسا»، ۹۷
رسانه های خبری، ۱۷، ۶۲
رکوردهای پلاستیکی، ۷۰
روزنامه «سندی»، ۶۲
ریدیوهده، ۱۵۰، ۱۵۶
زیتربن، ۱۱۳، ۱۱۶
سازمان تجارت جهانی، ۴۴، ۸۵، ۹۷، ۲۰۲
سازمان جهانی مالکیت فکری، ۲۲، ۲۱۳
سپاتیفای، ۶۹، ۱۱۲، ۱۱۳، ۱۴۶، ۱۴۹، ۱۵۰
ستاره های تلویزیونی، ۶۵
ستالمن، ۱۲۲
سریال های تلویزیونی، ۶۶
سواد رسانه ای، ۱۹۷، ۲۳۴، ۲۴۵، ۲۴۶، ۲۴۷،
۲۴۸، ۲۴۹
سواد سیاست گذاری رسانه ای، ۲۴۶، ۲۴۸، ۲۴۹،
۲۵۰
سوپا، ۷۰، ۱۰۸، ۱۱۰، ۱۹۳، ۱۹۵، ۲۲۴، ۲۲۵،
۲۲۷، ۲۲۸، ۲۲۹
- سونی بتامکس، ۱۰۲
سیاست رسانه ای، ۳۲، ۸۹، ۲۳۴
سیاست گذاری آرمانی، ۳۲
شبکه های اجتماعی، ۲۳، ۹۵، ۱۰۸، ۱۷۳
شبکه های رایانه ای، ۴۶
شبکه میانی های بزرگ، ۹۶
شراکت ترنس - پسیفیک، ۲۱۸
شرکت «محافظت از برند»، ۸۸
شرکت استاد یوس، ۱۰۲
شرکت یو.ام.جی رکوردینگ، ۱۰۲
شرکت های رسانه ای، ۵۲، ۱۱۰، ۱۱۵، ۱۶۰، ۲۰۸
شرکت های ضبط موسیقی، ۵۲
شرکت های فناوری، ۲۸، ۲۰۱
صاحبان حقوق، ۲۰، ۲۱، ۲۲، ۴۲، ۴۶، ۵۰، ۵۱،
۵۲، ۵۷، ۶۵، ۶۶، ۶۹، ۷۰، ۷۲، ۸۱، ۸۶، ۹۳،
۹۴، ۹۵، ۹۸، ۱۰۰، ۱۰۱، ۱۰۲، ۱۰۶، ۱۰۸،
۱۰۹، ۱۱۱، ۱۱۲، ۱۱۳، ۱۱۴، ۱۱۶، ۱۱۷،
۱۱۸، ۱۲۰، ۱۲۳، ۱۵۳، ۲۱۵، ۲۱۹، ۲۲۰،
۲۲۲، ۲۲۸، ۲۳۱، ۲۴۲
صدا و سیما، ۶۲
صنایع ابتکاری، ۵۹
صنایع چاپ الکترونیکی، ۶۲
صنایع سخت افزاری، ۵۹
صنایع فرهنگی، ۱۸، ۲۰، ۲۱، ۲۲، ۲۷، ۲۸، ۲۹،
۳۰، ۳۲، ۵۲، ۵۷، ۵۸، ۵۹، ۶۱، ۶۳، ۶۴، ۶۵،
۶۶، ۶۷، ۶۸، ۶۹، ۷۱، ۷۲، ۷۳، ۷۵، ۷۶، ۷۷،
۷۹، ۸۰، ۸۱، ۸۲، ۸۴، ۸۶، ۸۷، ۸۸، ۸۹، ۹۱،
۹۳، ۹۴، ۹۵، ۹۶، ۱۰۲، ۱۰۹، ۱۱۲، ۱۱۵،
۱۱۷، ۱۲۴، ۱۲۶، ۱۲۷، ۱۲۸، ۱۳۸، ۱۳۹،
۱۴۰، ۱۴۱، ۱۴۳، ۱۴۴، ۱۴۷، ۱۵۶، ۱۶۲،
۱۶۳، ۱۷۰، ۱۷۱، ۱۷۸، ۱۸۰، ۱۸۲، ۱۸۴،
۱۸۸، ۱۸۹، ۱۹۰، ۱۹۲، ۱۹۶، ۲۰۰، ۲۰۱،
۲۰۸، ۲۰۹، ۲۱۲، ۲۱۴، ۲۲۰، ۲۳۱، ۲۳۷

قطعه صوتی، ۴۲	۲۳۸، ۲۳۹، ۲۴۰، ۲۴۱، ۲۴۲، ۲۴۳، ۲۴۵
کانتنت آی.دی.، ۱۱۴	صنایع فیلم‌سازی، ۶۲
کار فنی و خلاقانه، ۶۲	صنایع موسیقی، ۶۲
کاربران اینترنتی، ۳۱	صنعت فونوگرافیک بریتانیا، ۷۳
کاربران عادی، ۲۷، ۲۹، ۳۸، ۵۱، ۱۴۵، ۱۶۲، ۱۶۳، ۱۶۷، ۱۷۱، ۱۷۶، ۱۸۵، ۱۹۲، ۱۹۳	صنعت نرم‌افزار، ۵۸، ۱۸۸، ۲۰۷
۲۳۸، ۲۴۹	عصر دیجیتال، ۳، ۷، ۱۰، ۱۷، ۲۰، ۲۱، ۳۲
کازا، ۱۰۲	۴۵، ۶۳، ۶۴، ۷۳، ۸۱، ۹۰، ۱۱۹، ۱۲۴
کالت، ۱۵۸	۱۲۸، ۱۳۳، ۱۴۹، ۱۵۴، ۱۷۱، ۱۸۸، ۱۹۳
کامن لا، ۳۵، ۱۶۵	۱۹۶، ۲۳۷، ۲۳۸، ۲۳۹، ۲۴۳
کپی‌لفت، ۱۲۲	علاقه عموم، ۳۴
کثرت‌گرایی، ۲۰۳، ۲۰۴، ۲۰۵، ۲۰۶، ۲۰۷، ۲۰۸	فدراسیون بین‌المللی صنایع فونوگرافیک، ۱۰۰
۲۱۰	فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی، ۸۴، ۹۵، ۹۶، ۹۹
کریتو کامنز، ۸۰، ۱۱۹، ۱۲۰، ۱۲۱، ۱۲۲، ۱۴۹	۱۰۰، ۱۰۲، ۱۰۶، ۱۰۷، ۱۰۸، ۱۰۹، ۱۱۰
۱۵۳، ۱۹۵، ۲۳۱	۱۱۱، ۱۱۸، ۱۲۱، ۲۳۹، ۲۴۴
کشورهای درحال توسعه، ۸۵، ۸۲	فرصت‌های دیجیتال، ۱۸۷، ۱۹۳، ۲۰۵
کلاز، ۱۷۶، ۱۸۴	فضای دیجیتال، ۵۱، ۱۸
کمپین‌های آموزشی، ۷۲، ۷۹، ۱۸۸، ۱۹۶	فضای سایبری، ۳۸
کمپین‌های مشتریان، ۱۹۶	فضای عمومی، ۴۲، ۹۹
کمپین‌های مصرف‌کنندگان، ۷۹	فناوری دیجیتال، ۱۷، ۲۰، ۳۸، ۴۵، ۴۶، ۴۷، ۵۱
کمپین‌هایی تبلیغاتی، ۲۷	فیس‌بوک، ۹۷، ۱۰۸، ۱۱۶، ۱۲۳، ۱۷۹، ۲۲۵
کیک‌استارتر، ۱۵۷، ۱۵۸	۲۲۸
کیندل، ۱۱۷	قانون «آن»، ۳۹، ۴۳، ۲۱۸
گتی ایمیجز، ۱۴۵	قانون اساسی، ۳۵، ۴۰، ۲۲۸
گفتمان جایگزین، ۲۴	قانون اقتصاد دیجیتال، ۲۲۲
گوگل، ۲۸، ۹۷، ۱۰۸، ۱۱۱، ۱۱۴، ۱۱۵، ۱۲۳	قانون آرون، ۱۹۳
۱۷۳، ۱۷۹، ۲۲۳، ۲۲۵، ۲۲۸	قانون حمایت از حقوق برای توزیع شبکه‌ای
گیم آو ثراونز، ۵۲	اطلاعات در چین، ۱۰۰
گیم آو ثرونز، ۱۵۵	قانون کلیف، ۱۴۴
لابی‌گری، ۲۷، ۵۱، ۸۰، ۸۴، ۸۶، ۱۴۰، ۱۴۸	قانون مالکیت فکری، ۸۲
۲۰۷، ۲۰۹، ۲۱۳، ۲۱۴، ۲۱۹، ۲۲۰، ۲۲۸	قانون گذاری، ۱۰، ۲۷، ۳۱، ۳۴، ۳۵، ۳۹، ۴۶، ۴۷
۲۳۴، ۲۴۳	۵۱، ۵۲، ۶۷، ۶۸، ۶۹، ۷۲، ۷۶، ۸۵، ۹۱، ۹۴
لحظه دیجیتال، ۴۶	۹۹، ۱۰۷، ۱۰۸، ۱۱۷، ۱۲۳، ۱۷۴، ۱۹۷، ۲۲۵
	۲۳۰، ۲۴۴، ۲۴۸

- ماپست ماوست وانتد، ۷۸
مارول، ۶۶
مالکیت جمعی، ۸۳
مالکیت فکری، ۳، ۵، ۷، ۹، ۱۰، ۱۷، ۱۹، ۲۲، ۲۷، ۴۰، ۴۲، ۴۴، ۴۵، ۴۶، ۴۸، ۵۰، ۵۲، ۵۵، ۵۹، ۷۸، ۸۱، ۸۲، ۸۳، ۸۴، ۸۶، ۹۰، ۹۷، ۹۸، ۹۹، ۱۳۴، ۱۳۹، ۱۴۸، ۱۸۸، ۱۸۹، ۱۹۳، ۲۰۲، ۲۰۵، ۲۰۷، ۲۱۳، ۲۱۴، ۲۱۶، ۲۱۸، ۲۳۱
مالکیت فیزیکی، ۱۹، ۱۸۸
مباحثات. بنگرید حوزه عمومی
متالیکا، ۱۴۵، ۱۴۶
مجموعه‌های تلویزیونی، ۵۲، ۱۵۵، ۱۷۹
مجوز سندآرایی رایگان جی.ان.یو، ۱۲۲
محتوای دیجیتال، ۸۵، ۹۳، ۱۶۱، ۱۸۱
محتوای غیرحرفه‌ای، ۱۳۹
محصول فرهنگی، ۵۵، ۵۸، ۱۳۴
محصولات فرهنگی، ۵۹، ۹۵، ۱۰۲، ۱۱۷، ۱۱۹، ۱۲۳، ۱۳۵، ۲۱۹، ۲۳۱
مدیریت حقوق دیجیتال، ۲۸، ۷۱، ۱۴۴
مردم‌سالاری پیشنهاد، ۱۹۶، ۲۲۹، ۲۴۴
مردم‌سالاری شورایی، ۲۶، ۲۰۰، ۲۴۱، ۲۴۵
مردم‌سالاری مخالفت، ۱۹۶، ۲۲۹، ۲۴۴
مرزهای قابلیت بازتولید، ۵۸
مشارکت عمومی، ۳۲، ۲۳۴، ۲۳۶، ۲۴۱، ۲۴۵
مشترکات دیجیتال، ۱۱۹، ۱۲۰، ۱۲۲
معاهده ضد تجارت جعلی، ۲۱۸
مقامات رسمی حکومتی، ۲۰۶
منابع دیجیتال، ۱۸
منافع عامه، ۲۶، ۱۲۳، ۱۶۵، ۱۶۶، ۱۸۰، ۱۹۷، ۲۰۴، ۲۴۳، ۲۵۱
میانجی‌های اینترنتی، ۲۹، ۹۳، ۹۴، ۹۵، ۹۶، ۱۰۶، ۱۰۸، ۱۱۳، ۱۱۴، ۱۱۵، ۱۱۷، ۱۲۴
میانجی‌های شبکه‌ای مگا، ۱۱۶
میوزیک مَتر، ۷۸
میوزیک مَترز، ۷۸
- نَپستر، ۶۸، ۱۰۲، ۱۴۶، ۱۸۵، ۱۸۶
نتفلیکس، ۶۹، ۱۱۳، ۱۴۹، ۱۵۱، ۱۵۵
نقض قانون، ۱۷، ۲۹، ۳۵، ۵۲، ۷۰، ۷۳، ۸۳، ۸۴، ۸۷، ۸۸، ۹۰، ۹۱، ۹۶، ۹۸، ۱۰۰، ۱۰۱، ۱۰۲، ۱۰۸، ۱۰۸، ۱۱۸، ۱۴۴، ۱۴۵، ۱۷۷، ۱۸۶، ۲۰۸، ۲۱۴، ۲۱۸، ۲۲۰، ۲۲۱، ۲۲۵، ۲۲۷، ۲۳۹، ۲۴۴
نوار کاست، ۴۴، ۷۳
نیوبیزتو، ۱۰۷
نئولبرال، ۸۰، ۲۱۳
- واسطه‌های اینترنتی، ۲۲، ۲۲۸، ۲۳۷، ۲۳۹، ۲۴۱
وایپو. بنگرید سازمان جهانی مالکیت فکری
وبگاه شبکه اجتماعی، ۹۷
وتو، ۸۱، ۹۷، ۲۰۲، ۲۱۴، ۲۱۶
ویدیوی تقاضامحور، ۱۵۸
ویکی‌پدیا، ۸۶، ۹۶، ۹۷، ۱۲۰، ۱۲۲، ۱۷۷، ۲۲۵، ۲۴۰
- هادویی، ۲۲۱
هدویی، ۷۰، ۱۰۷
همتا به همتا، ۸۷، ۱۰۲، ۱۴۶، ۱۶۴، ۱۶۷، ۱۶۸، ۱۷۳، ۱۷۶، ۱۸۱، ۱۸۵، ۱۸۶، ۱۹۱، ۱۹۳، ۱۹۴
هنجارهای اجتماعی، ۲۷، ۶۹، ۷۲، ۱۸۹، ۱۹۱
هیپ - هاپ، ۱۴۲
یارانه‌های دولتی، ۱۶۰
یاهو، ۱۰۰، ۲۲۵، ۲۲۸
یوتیوب، ۵۲، ۶۲، ۷۵، ۹۷، ۱۱۴، ۱۱۵، ۱۲۷، ۱۴۵، ۱۴۹، ۱۷۱، ۱۷۸، ۱۷۹
یوگا، ۸۵
یونیورسال اومیزیک استرالیا پتی، ۱۰۲

Understanding Copyright Intellectual Property in the Digital Age

BY:

**Bethany Klein
Giles Moss
Lee Edwards**

Translators:

**Roya Pournaghi
Behrooz Rasuli**



**Iranian Research Institute for
Information Science and Technology
(IRANDOC)**



**Chapar
Publication**

2017

Understanding Copyright Intellectual Property in the Digital Age

BY:

Bethany Klein, Giles Moss, Lee Edwards

Translators:

Roya Pournaghi & Behrooz Rasuli

شابک: 978-964-7519-68-7
ISBN: 978-964-7519-68-7

ISBN: 978-964-7519-68-7



**Iranian Research Institute for
Information Science and Technology
(IRANDOC)**