

## فناوری «Peer-to-Peer» و حق مؤلف

سانگجونگ (پل) کیم\*

مترجم: مهدی معلی

### چکیده

قانون فعلی حق مؤلف (کپی رایت) که برای حمایت از حقوق صاحبان آثار ادبی - هنری وضع شده است، در محیط دیجیتال کارایی لازم را ندارد. از این رو، شاهد آنیم که سرقت محصولات صوتی توسط کاربران خدمات «Peer-to-Peer» آن قدر فزونی یافته که تعقیب چنین افراد و به مجازات رساندن آنان، غیرممکن به نظر می‌رسد. در این مقاله، ضمن بررسی تغییرات ناشی از نوآوریهای جدید در عرصه تکنولوژی، به دنبال یافتن پاسخی به این سؤالیم که آیا اجرای مؤثر قانون حق مؤلف (کپی رایت) در شرایط فعلی، حتی اگر اصلاحات لازم در مفاد آن، با توجه به تغییرات و تحولات مزبور، به عمل آیند، امکان پذیر است؟

**کلیدواژه‌ها:** کپی رایت (حق مؤلف، حق تکثیر)، سرقت ادبی، فناوری دیجیتال، اموال فکری، خدمات Peer to Peer (P2P).

مقدمه

اخیرا مجموعه‌ای از دعاوی نقض حق مؤلف (کپی رایت) علیه شرکتهای اینترنتی که مسئول توزیع غیرقانونی فایل‌های موسیقی‌اند، اقامه شده است. صاحبان شرکتهای ضبط (صدا و فیلم) آمریکا مدعی‌اند که هر ساله سه میلیون دلار به خاطر این سرقت ادبی ضرر می‌کنند. گفته شده است چنین سرقتی آن هم به صورت آنلاین، فقط در سال ۲۰۰۲، تقریباً ۹۸۵ میلیون دلار که معادل ۱۶ درصد تمام فروش این‌گونه آثار در آمریکاست، به آنان ضرر زده است [۱، صص ۳۵۰-۳۳۳]. اگرچه این ادعا را باید با تأمل پذیرفت (چون بر پایه یک فرض غلط استوار شده که اگر قوانین کپی رایت به طور سختگیرانه‌ای اجرا شوند، سارقین ادبی محصولات صوتی، به خیل خریداران این آثار می‌پیوندند) اما واضح است که سرقت محصولات صوتی تا حد آزاردهنده‌ای برای شرکتهای متولی صنعت ضبط در آمریکا، افزایش داشته است [۲، صص ۴۸۳-۴۶۷].

از این رو، غیرعادی نیست که با برخوردهای مخالفت‌آمیزی از طرف صاحبان صنعت صدا و فیلم آمریکا علیه یک فنآوری جدید تکثیر مواجه شویم. در گذشته نیز همواره وقتی یک فنآوری جدید تکثیر، ابداع و به بازار عرضه می‌شد، صاحبان این صنعت به مخالفت علیه فنآوری مزبور برمی‌خاستند و در توجیه مخالفت خود استدلال می‌کردند که فنآوری جدید موجب افزایش سرقت ادبی و مآلا ورود خسارات چشمگیری به آنها خواهد شد. همچنان که در زمان ابداع دستگاههای زی‌راکس، ضبط صوت و تصویر و سی دی با چنین امری مواجه بوده و حالا با ابداع جدید در مورد به اشتراک گذاشتن فایل در اینترنت از طریق خدمات «Peer-to-Peer»<sup>۱</sup> شاهد تکرار آنیم، ادعایی که منجر به طرح دعاوی جدیدی مانند دعاوی حقوقی انجمن صنعت ضبط آمریکا (RIAA) علیه شرکت اینترنتی KaZaA و اشخاص عضو آن شده است. آیا ماجرای شرکت KaZaA باز هم تکرار خواهد شد؟ اگرچه گذشت زمان پاسخ این سؤال را

۱- خدماتی که برقراری ارتباط مستقیم بین دو یا چند رایانه شخصی مستقل را به وسیله ارائه آدرس IP هر کدام به دیگری میسر می‌سازد. این امر فقط برای برقراری اولیه ارتباط نیاز به سرویس دهنده اصلی دارد. پس از برقراری ارتباط، مشتریان به طور مستقیم اطلاعات را بین خود تبادل می‌کنند.

مشخص خواهد کرد، اما به چند دلیل شاید شاهد چنین اتفاقی نباشیم. اول آن که کالای دیجیتال تمام نشدنی و مصرفش رقابتناپذیر و غیرانحصاری است [۳]. بنابراین، استدلال می‌شود که قانون کپی راییت که برای حمایت از آثار هنری و فکری سنتی طراحی شده است، در محیط دیجیتال پاسخگو نیست. دوم آن که با مشکلات فزاینده‌ای در راه اجرای مؤثر قانون کپی راییت مواجه‌ایم، ضمن آن که میزان سرقت محصولات صوتی توسط کاربران خدمات «Peer-to-Peer» آن قدر زیاد است که تعقیب هر نقض کننده کپی راییت ناممکن به نظر می‌رسد. به عبارت دیگر نه تنها این امر که آیا کپی راییت با فضای دیجیتال سازگاری دارد در هاله‌ای از ابهام است، بلکه امکان اجرای مؤثر قانون کپی راییت در این عرصه نیز زیر سؤال رفته است.

هر چند در این مقاله به دنبال یافتن پاسخ به سئوالات اساسی درباره کپی راییت نیستیم؛ این که آیا بهترین راه آنست که درعین افزایش تولید آثار فکری و هنری به حفظ منافع عمومی توجه داشته باشیم یا نه؟ اما قصد داریم تا ضمن بررسی تغییرات ناشی از نوآوریهای جدید در عرصه تکنولوژی، تلاش خود را مصروف ارائه پاسخ به این سؤال کنیم که آیا اجرای مؤثر قانون مزبور در شرایط فعلی ممکن است؟ حتی اگر قانون کپی راییت متناسب با شرایط فعلی مورد اصلاح قرار گیرد آیا امکان اجرای مؤثر آن وجود دارد؟

### ارتقاء تولید آثار فکری و هنری از طریق کپی راییت

«امروزه، فلسفه وجودی کپی راییت به عنوان حق اخلاقی نویسنده نسبت به مایملک خود یا به عنوان یک انگیزه اقتصادی برای ارتقاء پیشرفت علم و هنرهای مفید، توجیه می‌شود [۴، ص ۴۲۸]. «اموال فکری» کالاهای عمومی‌اند «زیرا وقتی کاربران جدید به مجموعه کاربران اضافه می‌شوند، چیزی از آن چه یک کاربر فعلی در تصرف دارد کسر نخواهد شد» [۵، ص ۳]. این به معنای آن است که مصرف یک نفر تأثیری روی مصرف دیگری نخواهد گذاشت. برخی این امر را با شخصی مقایسه کرده‌اند که شمع خود را با استفاده از شعله شمع دیگری روشن می‌کند که از نور و حرارت شمع اول چیزی کم نمی‌شود [همان قبلی]. ویژگی دیگر یک فعالیت فکری آن است که مشکل می‌توان

مصرف کننده‌ای را که وجهی نپرداخته است، از دسترسی به کالا محروم کنیم. این ویژگی باعث ظهور کاربران مجانی در این حیطه می‌شود.

کپی رایت در آمریکا به خاطر خصوصیت کالای عمومی بودن کارهای فکری، ایجاد شد و ادامه یافت [۶]. رعایت کپی رایت و دادن حق انحصاری به یک خلق‌کننده نسبت به کالایی که تولید کرده است، برای یک دوره زمانی معین، به وی انگیزه خلق آثاری از این دست را می‌دهد. کپی رایت تلاش دارد از توزیع کننده نیز حمایت کند. آن چه برای مصرف ایجاد شده، باید توزیع شود و این روند هزینه بر است. ویژگی اساسی فعالیت فکری آنست که به هزینه زیادی برای تولید اولیه نیاز دارد، در حالی که هزینه‌های تکثیر آن بسیار کمند. این روزها به ویژه وقتی شرکتها، هم سازنده و هم توزیع کننده‌اند، اطلاعات و سرمایه عظیمی برای تحقیق و توسعه، تولید، تبلیغ، انبار و توزیع هزینه می‌کنند. اگر هیچ نهادی برای جلوگیری از تکثیر مجانی آثار فکری وجود نداشته باشد، رقبا نسخه‌های یک محصول واحد را به قیمت پایینتر خواهند فروخت، حتی به قیمت کاهش کیفیت محصول. رقابت در تکثیر غیرقانونی، توزیع کننده اولیه را مجبور می‌سازد قیمت را به سطحی پایینتر از حد عادلانه‌اش تنزل دهد. این به معنای عوض ناکافی در برابر آن محصول خواهد بود، که به دلسردی توزیع کننده اولیه خواهد انجامید و این امر نیز خود به کاهش ابداع و توزیع منجر می‌شود.

عبارت «کالای عمومی» می‌تواند گمراه کننده باشد. اولاً، این عبارت در حقیقت به کالایی خصوصی با ویژگیهای منحصر به فرد اطلاق می‌شود. ثانیاً، عبارت مزبور این گونه القاء می‌کند که چنین کالایی باید در بخش عمومی در معرض دسترسی قرار گیرد [۷]. در این مقاله، از اصطلاحات: کالای با هزینه منع بالا، کالای با هزینه منع پایین، کالای با مصرف مغایر و کالای غیررقابتی، برای روشن شدن بحث استفاده خواهم کرد. کالای با هزینه منع بالا را کالایی است که صاحب حقوق آن، نمی‌تواند مصرف‌کنندگانی را که وجهی نمی‌پردازند به راحتی از دسترسی به آن کالا محروم کند. بنابراین، چگونگی برخورد با دسترسی مجانی به این نوع کالا، حیاتی است. کالای غیررقابتی به نوع خاصی از کالا بازمی‌گردد که هزینه‌های جنبی بابت استفاده شخص

دیگری از آن کالا، در حد صفر است؛ استفاده یک شخص از یک کالا، تأثیر منفی روی استفاده دیگری از همان کالا نخواهد داشت [۸].

ضروری است بین بیان ناملموس خلاقیت فکری و هنری و مصداق خارجی آنها تمایز قائل شویم. کالای فکری قبل از مصرف نیاز دارد که در قالبی ملموس ارائه شود [۵]. لذا فقط شکل نامحسوس محصول، کالایی عمومی است، در حالی که شکل محسوس و ملموس آن یک کالای خصوصی و انحصاری از لحاظ مالکیت و مصرف است [۹].

این واقعیت که آثار فکری باید برای مورد استفاده قرار گرفتن، ابتدا عینیت یابند، آن را به کالای با مصرف مغایر بدل می‌سازد. به علاوه، کپی رایت مالکیت حقوق انحصاری را نسبت به بازتولید آثار فکری و توزیع آنها برای دارنده کپی رایت تضمین می‌کند. لذا می‌تواند به مصرف‌کننده هزینه‌ای تحمیل کند. بنابراین، کپی رایت باید مردم را به داخلی کردن هزینه تولید و توزیع آثار مزبور از طریق خرید آنها، مجبور کند. به عبارت دیگر، کپی رایت به کالاهای هنری و فکری به عنوان کالای با هزینه منع بالا، کمیابی مجازی می‌بخشد، تا از هنرمند و توزیع‌کننده حمایت و آنها را به تولید و توزیع بیشتر تشویق کند و در نتیجه کار فکری کالای با هزینه منع پایین شود.<sup>۲</sup>

منطق کپی رایت این است که با مشوقهای حاصل از رعایت حقوقی که اعطا می‌کند، هم تولیدکننده و هم توزیع‌کننده برای تولید و توزیع بیشتر تشویق خواهند شد که در نهایت منافع عموم را در جهت متنوع‌تر کردن کالاها و دسترسی بیشتر و کیفیت بالاتر محتوا، تأمین خواهد کرد [۱۰، صص ۲۲۴-۲۶۳؛ ۶]. البته هدف کپی رایت، محدود به حمایت از حقوق تولیدکننده و توزیع‌کننده نیست. در حقیقت، هدف نهایی قانون کپی رایت، تأمین منافع عموم از طریق ارتقاء سطح تولید آثار فکری است. بنابراین، قانون کپی رایت باید به دنبال ایجاد توازن بین منفعت خصوصی (منافع تولیدکننده و

۲- این حقیقت که عرضه کالای فکری، برای توزیع و مصرف شدن صرفاً با قرار گرفتن در یک قالب و نگهدارنده فیزیکی امکان پذیر باشد، آن کالا را به کالای با هزینه منع پایین بدل می‌کند؛ در حله اول به خاطر این که تعقیب نقض کنندگان حقوق صاحب چنین کالایی را آسان می‌کند. به بیان دقیقتر، با دادن حق انحصاری برای بازتولید و پخش اثر به توزیع‌کننده، کپی رایت ویژگی پایین بودن هزینه منع نقض حقوق مربوطه را از این طریق که باعث کمیاب شدن کالا شده، تقویت کرده است.

توزیع‌کننده) و منفعت عمومی باشد [۱۱، صص ۸۴-۶۳]. حمایت بیش از حد ممکن است شعله ابداعات را خاموش کند، ابداعاتی که هر یک از آنها باید به حجم انباشتهایی از دانش متکی باشد. از سوی دیگر، حمایت بالا به معنای هزینه بالا برای مصرف‌کننده است.

به هر حال، برخی انتقاد کرده‌اند که قانون کپی راییت به سوی حمایت از منفعت خصوصی بیشتر متمایل شده است [۹؛ ۴] قانونگذارهای اخیر در رابطه با حمایت کپی راییت از محصولات دیجیتال، این گرایش را به روشنی نشان می‌دهد. قانون کپی راییت هزاره دیجیتال مصوب ۱۹۹۸ (DMCA) «یک قدم چشمگیر به سوی حمایت از خصوصی کردن کپی راییت» است [۴].

مع ذلک، با وجود قانون کپی راییت نیز، همواره فعالیت‌های سارقانه وجود داشته است. با این حال، تا امروز (قبل از ظهور فناوری دیجیتال) مشکل نگران‌کننده‌ای وجود نداشته است. زیرا «قبل از عصر دیجیتال، سرقت موسیقی از طریق فروش نمونه‌های نامرغوب در بازارهای آزاد و غیررسمی مشخص می‌شد. سود آن نیز به خاطر آن که فروش گسترده می‌توانست (ردیابی شود و) توجه قانون را برای اجرای مجازات‌های جزایی بالقوه جلب کند، محدود بود» [۱۲]. دیگر صنایع فرهنگی نظیر فیلم، کتاب و مجله و هنر نیز با همین وضعیت روبرو بودند [۶؛ ۱۰].

#### سازمان‌هایی که سرقت صوتی را دامن می‌زنند

قبل از ظهور اینترنت، هزینه کنترل و مراقبت به نسبت پایین بود، همان‌طور که نسخه‌های غیرقانونی نیز در قالب‌های فیزیکی معینی، ارائه می‌شد. در صورت سرقت از برنامه تلویزیونی، کنترل آسان بود. زیرا سارق می‌توانست بین مشتریان فرق بگذارد یا کار خود را به طور محرمانه انجام دهد تا جلوی کنترل را بگیرد؛ به علاوه، این حقیقت که نسخه‌های تکثیرشده نسبت به نسخه اصلی کیفیت پایینتری داشتند، به کار توزیع‌کنندگان اولیه برتری می‌داد. اگر این پرسش را که آیا منافع به طور عادلانه بین هنرمندان و صاحبان صنعت ضبط موسیقی یا تصویر تقسیم می‌شد، کنار بگذاریم،

می‌توانیم استدلال کنیم که نظام قدیمی در الزام به حمایت حقوق تولیدکنندگان و توزیع کنندگان کارایی مناسبی برای آنان داشت.

به هر حال، به نظر می‌رسد پیشرفتهای اخیر تکنولوژی، جدیترین چالش را به نظام کپی رایت تحمیل کرده است. با ظهور شرایط جدید این سؤال به ذهن خطور می‌کند که آیا کپی رایت بهترین راه برای ارتقاء تولیدات فکری و هنری در عصر دیجیتال است؟ اولاً، فناوری دیجیتال از نظر کیفیت، تفاوتها را بین نسخه اصلی و کپی شده از بین برده است. ثانیاً، نقض کپی رایت توسط کاربران شخصی اینترنت در مقیاس بی‌سابقه‌ای رخ می‌دهد<sup>۲</sup> و این کمیت بالا طبعاً هزینه کنترل و مراقبت را افزایش می‌دهد. ثالثاً، به خاطر پیشرفت سریع فناوری، جلوگیری از تجارت اینترنتی در پخش فایل‌های موسیقی از طریق اقامه دعوا سختتر و سختتر می‌شود. با آن که تا کنون RIAA با موفقیت، شرکت‌های اینترنتی را در دادگاهها مغلوب و محکوم کرده است، معلوم نیست که این روند ادامه یابد. حتی اگر پیروزیهای RIAA ادامه یابد، هنوز این سؤال باقیست که آیا پیروزی حقوقی می‌تواند به معنای راه حل واقعی مشکل تلقی شود؟ به آن می‌ماند که RIAA تلاش کند یک هیولای نه سر را با قطع کردن هر سری که دوباره می‌روید، از بین ببرد!

باید به این نکته توجه کنیم که شرایط کنونی با یک ابداع ایجاد نشده، بلکه در نتیجه یک سری ابداعات فناورانه (تکنولوژیک) موفقیت‌آمیز به وجود آمده و مآلاً به سرقت محصولات صوتی در مقیاس وسیع منجر شده است: فناوری دیجیتال، اینترنت، فایل‌های ام. پی. تری، و فناوری خدمات «Peer-to-Peer».

اولاً، فناوری دیجیتال باعث شده، کیفیت کالا درست مانند کیفیت نسخه اصلی باشد؛ زیرا برعکس حالت غیردیجیتال، هیچ اطلاعاتی در این روند از دست نمی‌رود. ثانیاً، فناوری دیجیتال در حد چشمگیری هزینه بازتولید را کاهش داده است. هنگامی که تجهیزات مورد نیاز خریداری شده‌اند، بازتولید اطلاعات به خودی خود هزینه‌ای در

۲- شرکت Napster که مشهورترین ارائه کننده خدمات «Peer-to-Peer» است، ۷۵ میلیون عضو در زمان اوج مصرف دارد. گزارش شده که ده هزار دانلود فایل‌های موسیقی در هر ثانیه از طریق این سرویس دهنده انجام می‌شود [۱۰].



بر ندارد؛ قراردادن اطلاعات در یک قالب فیزیکی قابل حمل و توزیع آن هزینه بر است. به هر حال، اگرچه فناوری دیجیتال این امکان را ایجاد کرد که محتوای صوتی - تصویری از نگهدارنده و قالب فیزیکی بی‌نیاز شود، هنوز به یک مجرای توزیع بی‌هزینه احتیاج داشت تا بتواند در سطح گسترده‌ای توزیع شود، زیرا کماکان هزینه‌های حمل و نقل و انتقال باقی می‌ماند. به علاوه، این حقیقت که محتوای صوتی - تصویری باید در یک قالب فیزیکی توزیع می‌شد به معنای این بود که سرقت این محصولات هنوز هم مانند قبل پرخطر است. ثالثاً، از دست رفتن اطلاعات دیجیتال در حمل و نقل واقعاً ناچیز است؛ در مقابل، منتفع شدن از تکثیر غیرقانونی اطلاعات غیردیجیتال به خاطر از دست دادن اطلاعات متناسب با فاصله‌ای که می‌پیماید، منوط به رسیدن آن به مقصد است. چهارمین و مهمترین علت آن که، با ظهور کالاهای دیجیتال، مصرف آنها، غیرانحصاری و غیررقابتی شده است. بنابراین، کالایی که در یک قالب فیزیکی مانند لوح فشرده قرار نداشته باشد، دیگر کالای با هزینه منع پایین و مصرف مغایرتلقی نخواهد شد [۶: ۱۰؛ ۱۲].

به هر حال، با توجه به عنصر توزیع، تا هنگامی که کالا باید در یک قالب فیزیکی قرار گیرد، کماکان یک کالای با هزینه منع پایین و مصرف مغایر خواهد بود. اما مسئله با ظهور اینترنت تغییر کرد. این حقیقت که صاحبان صنعت ضبط صدا و تصویر، قبل از ظهور اینترنت، به هیچ روی به اندازه امروز درباره سرقت دیجیتال نگران نبوده‌اند، مطلب بالا را تأیید می‌کند.

اگر کالای دیجیتال راهی بی‌هزینه برای توزیع بیاید، از هر حیث استعداد تبدیل به کالای با هزینه منع بالا را دارد. اینترنت این راه را با فراهم کردن امکان تبادل اطلاعات بدون نیاز به هر گونه قالب فیزیکی مهیا کرده است. به علاوه، اینترنت امکان انتقال بی‌هزینه و مستقیم را بین مالک یک نسخه و شخصی که می‌خواهد مالک باشد فراهم می‌کند. در این بین، گرچه دسترسی و نگهداری سخت افزار (رایانه شخصی) نیز هزینه‌هایی دارد؛ اما این هزینه دسترسی متعلق به تمامی فعالیت‌های شخص در اینترنت است و هزینه نگهداری سخت افزار، یا هارد دیسک، جزئی از کل هزینه رایانه شخصی محسوب می‌شود. اینترنت پرسرعت، مانند خطوط با پهنای باند بالا، هزینه را بیشتر کاهش داده است. حمل و نقل، سریعتر و آسانتر شده است. بنابراین، برای بهره برداری



از این امکان، تجارتهای اینترنتی زیادی شکل گرفت، هم از طریق بیلجورد و هم از طریق خدمات Peer-to-Peer. سرویس‌دهنده‌هایی چون Napster، Audiogalaxy، KaZaA و MP3.com تعداد کمی از بهره‌بردارن از امکانات یاد شده‌اند. با این حال، به طور طبیعی استفاده از اینترنت برای تبادل کالاهای تحت حمایت کپی رایت، بدون اجازه دارنده کپی رایت، به طرح دعاوی حقوقی علیه مسئولان شرکتهای اینترنتی منجر می‌شود؛ مانند دعاوی مطرح شده از سوی RIAA که تا کنون موفق نیز بوده‌اند. البته هنوز، حتی با وجود اینترنت، دانلودکردن یک فایل موسیقی وقتگیر است، گذشته از مهارت و تخصص و زمانی که جستجوی فایل نیاز دارد، دانلود کردن یک فایل صوتی پنج دقیقه‌ای از نوع WAV از طریق خدمات «Peer-to-Peer» به بیشتر از یک ساعت زمان نیاز دارد. فناوری MP3 به طور چشمگیری زمان دانلود کردن و فضای مورد نیاز را کاهش داده است. فناوری MP3 فشرده‌سازی و کاهش اندازه فایل صوتی را بین یک دهم تا یک دوازدهم حجم اطلاعات اصلی بدون کاهش قابل توجه کیفیت میسر می‌سازد<sup>۴</sup> [۱۲، صص ۸۹-۷۱].

خدمات «Peer-to-Peer» دو مشکل دیگر را نیز رفع کرده است: (۱) زمان زیادی که جستجوی فایل نیاز دارد، (۲) نداشتن تخصص و مهارت. ICQ نمونه‌ای از این سرویس‌دهنده هاست. تفاوت بین شبکه خدمات‌دهنده مرکزی<sup>۵</sup> و خدمات «Peer-to-Peer» آن است که این خدمات در صورتی که کاربر از برنامه‌های «Peer-to-Peer» مانند Gnutella استفاده کند، نیاز به یک خدمات‌دهنده مرکزی ندارد. سرعت یک سیستم «Peer-to-Peer» بستگی به ظرفیت سرور مرکزی ندارد؛ تعداد کاربران متصل، سرعت و کیفیت این خدمات را تعیین می‌کند. دو نوع برنامه «Peer-to-Peer» وجود دارد؛ hybrid P2P که به یک سرور مرکزی در اتصال اولیه نیاز دارد و pure P2P که به آن نیاز ندارد [۱۲، صص ۱۶۱-۱۵۱]. شرکت Napster

۴- برای مثال، حجم یک فایل MP3 با کیفیت 128kbps تقریباً یک دهم همان فایل با پسوند WAV خواهد بود، این به معنای آن است که زمان دانلود فایل به طور چشمگیری کاهش می‌یابد.

از برنامه اول استفاده می‌کند، در حالی که شرکتهای سرویس دهنده جدید مانند KaZaa و Morpheus از برنامه pure P2P استفاده می‌کنند [۱۵].

خدمات «Peer-to-Peer» اثرات ذیل را در پی داشته است: ۱) فراهم آوردن اقتصاد انبوه و افزایش منافع برای مشترکین سرویس «Peer-to-Peer». همان‌طور که دیگران نیز اشاره کرده‌اند، نوعی خروج از شبکه<sup>۱</sup> در خدمات «Peer-to-Peer» وجود دارد به طوری که هر چه کاربران بیشتر باشند، دانلود فایلها آسانتر و سریعتر خواهد شد [۱۶]. قبل از ظهور خدمات «Peer-to-Peer» یافتن یک فایل MP3 در اینترنت کار آسانی نبود، امروزه تنها باید به یک شبکه «Peer-to-Peer» متصل شد و جستجویی کلیدواژه‌ای انجام داد. ۲) این که این سرویس، به اشتراک گذاشتن آنلاین فایل را ممکن ساخته است تا بدین وسیله فرهنگ نسبتاً انحصاری متعلق به چرخه کوچکی از افراد ماهر را به علاقه‌مندی شدید به فرهنگ عمومی اینترنت تغییر دهد. ۳) به سرویس دهندگان خدمات «Peer-to-Peer» شانس بهتری برای فرار از جرایم نقض کپی رایبت اعطا کرد و در نهایت، هزینه‌های کنترل را به طور چشمگیری افزایش داد، تا حدی که چنین کاری را تقریباً خارج از توان ساخته است [۱۶].

همه این نوآوریها که با ظهور فناوری جدید رخ داد، به تبدیل ساختار کالا از کالای با مصرف مغایر و کالای با هزینه منع پایین به کالای با هزینه منع بالا و کالای با مصرف غیرمغایر منجر شد و اطلاعات صوتی - تصویری به کالای با هزینه منع بالا بدل شد، به طوری که همه کاربران خدمات «Peer-to-Peer» هم اکنون می‌توانند دقیقاً همان کالا را با همان کیفیت تنها با فشردن یک کلید بر روی صفحه کلیدها (کی برد) یا موشواره (موس)، مالک شوند. این اطلاعات به محض رهایی از قید قالبهای فیزیکی، از کالای با مصرف مغایر خارج شد.

برای به دست آوردن درآمد حاصل از مالکیت کالای دیجیتال، مالک کپی رایبت مجبور است کنترل شدیدی بر استفاده آن توسط اشخاص اعمال کند؛ «تعداد سرقتهای این چینی در حد زیادی به اجرای قوانین کپی رایبت بستگی دارد تا نتیجتاً بازارهای

۶- مفهوم خارجی کردن شبکه اشاره دارد به پدیده افزایش فزاینده و بی هزینه منافع هر کاربر، به علت افزایش شمار کاربران متصل به شبکه.

کپی نرم‌افزارهای رایانه‌ای و محصولات صوتی - تصویری و سرگرمی را نابود کند» [۲، صص ۸-۴۶۷]. اشکال فناوری دیجیتال و خدمات «Peer-to-Peer» آنست که اجرای قانون کپی رایت را به علت عدم امکان کنترل سرقتها بسیار دشوار کرد. به عبارت دیگر تا وقتی که انتقال فایل از طریق خدمات «Peer-to-Peer» نیاز به یک سرور مرکزی نداشته باشد و این امکان وجود داشته باشد که یک نسخه در عرض چند دقیقه از طریق ارتباطی که شبکه «Peer-to-Peer» به چندین هزار نسخه تکثیر شود، اعمال کنترلی مؤثر و شدید، واقعا ناممکن خواهد بود. برای تعقیب سارقان فایل‌های صوتی، مقام کنترل‌کننده باید بتواند عمل انتقال فایل را دنبال و کاربر را شناسایی کند. حال آن که شرکت KaZaA به تنهایی حدود چهار میلیون عضو دارد و هر عضو ممکن است در حال دانلود کردن یک یا چند فایل باشد، که بخش چشمگیر، اگر نگوییم بخش عمده‌ای از آنها، محصولات دارای کپی رایت به شمار می‌روند.

نهاد دیگری که بیشتر به تکثیر و انتقال فایلها در اینترنت کمک کرده است، فرهنگ اینترنت است. اینترنت از شبکه‌ای متعلق به گروهی از محققین متولد شد اما پس از چندی برای همه، تبدیل به شبکه‌ای از شبکه‌ها گردید. اینترنت یک ماهیت غیرتجاری را آغاز کرد و کاربران قبل از این که تجاری‌سازی اینترنت رخ دهد، فرهنگ به اشتراک گذاشتن آزادانه و مجانی منابع را برقرار کردند. این فرهنگ هنوز در فضای اینترنت مستحکم است. حتی با سرعت بالای تجاری‌سازی، فرهنگ به اشتراک گذاشتن مجانی (فایلها و اطلاعات) هنوز ادامه دارد. نتیجه یک نظرسنجی از کاربران اینترنت اهل کره جنوبی نشان می‌دهد کاربران هنوز نگرشی منفی به تجاری‌سازی اینترنت دارند [۶]. همین فرهنگ عمومی است که کاربران اینترنت را در برابر احساس گناه کردن از سرقت ادبی که با به اشتراک گذاشتن فایلها مرتکب می‌شوند، نسبتا مصون می‌سازد.

با توجه به تأثیرات توسعه فناوری، این سؤال مطرح می‌شود که آیا نهادهای موجود با تغییرات اساسی شرایط، می‌توانند کپی رایت را حفظ کنند یا این که نیاز به جایگزین‌هایی داریم؟ برای پاسخ به این سؤال، باید به طور مختصر نگاهی به رژیم کپی رایت بیاندازیم و آن را تحلیل کنیم.



## مشکلات اجرای قانون کپی رایت

کنگره آمریکا در سال ۱۹۹۸ برای برخورد با نقض گسترده کپی رایت از طریق اینترنت، قانون DMCA را تصویب کرد. هدف DMCA ادامه حمایت از کپی رایت در محیط دیجیتالی است. در همان حال در نظر دارد تا قانون مزبور به اندازه کافی انعطافپذیر باشد تا موجب رشد و ترقی فناوری به دست آمده و تجارت اینترنتی شود [۱۷، صص ۸-۱]. مقررات DMCA محیط امنی فراهم می‌کند که به ارائه دهندگان خدمات آنلاین اجازه می‌دهد از مسئولیت نقض حقوق کپی رایت که از طریق شبکه‌شان اتفاق می‌افتد، مبری باشند. ماده ۵۱۲ از همان قانون، به دسته‌بندی چهارگانه رفتارها می‌پردازد که ارائه‌دهندگان خدمات، از مسئولیت نقض کپی رایت توسط کاربران، در هر یک از این دسته‌ها، آزادند:

- ۱- ارتباط موقتی: سرویس دهنده باید صرفاً یک مجرای بی طرف برای اطلاعاتی باشد که از طریق شبکه‌اش منتقل می‌شود.
- ۲- نهانگاه سیستم: سرویس‌دهنده نباید اطلاعاتی را که توسط نقض کننده کپی رایت به طور موقت بر روی سیستم ذخیره شده است، انتخاب، اصلاح یا به گونه‌ای در آن مداخله کند.
- ۳- ذخیره‌سازی اطلاعات بر روی سیستم یا شبکه‌ها در طرف کاربران: سرویس‌دهنده نباید به طور مستقیم یا غیر مستقیم، از فعالیتهای ناقض کپی رایت، آگاهی داشته باشد و نباید به لحاظ مالی از این‌گونه فعالیتهای جلب منفعت کند.
- ۴- ابزارهای ردیابی اطلاعات: تا هنگامی که شرط سوم رعایت شود، شرکت سرویس دهنده برای ارجاع یا اتصال دادن، از طریق ابزارهای ردیابی اطلاعات، به محلهایی در اینترنت که حاوی اطلاعات نقض کننده‌اند، مسئول خسارات مالی یا مجازاتهای قانونی نخواهند بود [۱۷].

در دعوی «Sony Corp. of America v. Universal City Studios» دادگاه عالی آمریکا یک تلقی از کپی رایت را به وجود آورد که به اصطلاح «اصل مهم نظریه تجارت»، اصلی که هنگام قضاوت کردن درباره مسأله نقض کپی رایت در ارتباط با فناوری جدید، مورد استفاده پیدا می‌کرد، نامیده شد. مفاد نظریه مزبور این بود که

حمایت از کپی رایت نباید به معنی مداخله در فروش فناوریهایی باشد که ممکن است در نقض کپی رایت استفاده شوند، اما استفاده‌های غیر نقض کننده چشمگیری نیز دارند. این نظریه بعداً به عنوان قاعده‌ای در پرونده‌های نقض کپی رایت به کار رفت [۱۸، صص ۹۵۹-۹۳۹].

پرونده «A&M Records v. Napster» پرونده‌ای بود که کارایی نظریه‌ای را که در پرونده سونی شکل گرفته بود را مشخص کرد [همان قبلی]. این پرونده همچنین به ما نشان داد که اثبات ادعای مسئولیت فراهم کننده خدمات «Peer-to-Peer» در نقض کپی رایت، وظیفه پیچیده و مشکلی است.

پرونده‌ای که در آن فراهم کننده خدمات «Peer-to-Peer» به جهت نقض مستقیم کپی رایت مسئول شناخته شود، به شدت نایاب است، چرا که نقش عادی آنها به تأسیس ارتباط مستقیم میان کاربرانشان محدود می‌شود. در عوض فراهم کننده «Peer-to-Peer» ممکن است برای معاونت در نقض حقوق آثار مورد حمایت (کپی رایت) یا به خاطر فعل ناشی از غیر (همانند مسئولیت کارفرما)، مسئول قلمداد شود [۱۹، صص ۶۸۲-۶۴۵؛ ۲۰، صص ۲۲۵۴-۲۲۰۷؛ ۲۲؛ ۲۶]. عرفاً مسئولیت ناشی از فعل غیر هنگامی تحمیل می‌شود که حق و توانایی نظارت بر (رفتار نقض کننده) با نفع مالی مستقیم و آشکار استفاده از اطلاعات تحت حمایت کپی رایت در هم می‌آمیزد.<sup>۷</sup> شرکت Napster به هر دو نقض (از باب معاونت و مسئولیت ناشی از فعل غیر) متهم شد. دادگاه استدلال کرد که به خاطر این که فراهم شدن قابلیت دسترسی به اطلاعات تحت حمایت کپی رایت از طریق سیستم Napster به مثابه یک جاذبه برای جلب توجه مشتریان عمل کرده و از آنجا که درآمد بعدی Napster مستقیماً وابسته به افزایش تعداد مشتریانش بوده، لذا شرکت مزبور به لحاظ مالی از فراهم کردن این قابلیت بر روی سیستمش سود می‌برده است.<sup>۸</sup> به علاوه از آنجا که Napster یک سرور مرکزی دارد، بنابراین قادر به کنترل رفتار کاربران ناقض مقررات کپی رایت و جلوگیری از

7 - Shapiro, Bernstein & Co. v. H.L. Green Company 1963, p. 307.

8 - A&M Records v. Napster 2001a.



دسترسی آنها به خدماتش، است. ترکیب دو دلیل فوق باعث که Napster از بابت فعل غیر، مسئول شناخته شود.

اگر Napster از سیستم pure P2P استفاده می‌کرد، یکی از آن شرایط حاصل نمی‌شد، بنابراین برای یک سرویس محض مثل KaZaA که هیچ کنترلی بر فعالیت‌های کاربر ندارد، اعمال مسئولیت ناشی از فعل غیر، مشکل خواهد بود. یک شرکت که فقط خدمات «Peer-to-Peer» از نوع محض آن را فراهم می‌کند به هیچ وجه نمی‌تواند بیشتر از یک شرکت فراهم کننده خدمات تلفنی مسئولیت داشته باشد. یک شرکت تلفنی نمی‌تواند برای هر ارتباطی که از طریق خطوطش انجام می‌شود مسئول شناخته شود. به علاوه در دو پرونده‌ای که برای شرکت Napster مفتوح شد، اگرچه آن دو پرونده، پرونده هایی راجع به خدمات «Peer-to-Peer» نبودند، اما دادگاه تا اندازه‌ای قضاوت‌هایی متفاوت انجام داد. در پرونده «CoStar v. LoopNet» دادگاه مقرر کرد که اگر قرار است فراهم کننده خدمات اینترنتی مسئول نقض کپی رایت باشد، صرف علم به نقض کافی نیست، بلکه همچنین تشویق واقعی کاربر به نقض آن مقررات (از طرف سرویس دهنده) نیز باید ثابت شود. در دعوی «CoStar v. eBay» دادگاه تصمیم مشابهی گرفت [۱۷]. بنابراین حتی براساس DMCA - که برای دارندگان حق کپی رایت حمایت قوی‌تری را نسبت به آن چه که قانون کپی رایت برای مطالب غیر دیجیتال فراهم می‌کند، پیشبینی کرده است [۲۰]. منع سرقت ادبی از طریق دعاوی حقوقی علیه ارائه دهندگان خدمات «Peer-to-Peer» به سیاستی غیر موثر تبدیل می‌شود.

مشکل دیگری RIAA با آن مواجه است چند ملیتی بودن ارائه دهندگان خدمات «Peer-to-Peer» است. توسعه دهنده‌گان KaZaA استونیایی‌اند که تصور می‌شود در هلند اقامت داشته باشند. در حالی که مرکز این سرور در جزیره ای در اقیانوس آرام قرار دارد. بنابراین حتی اگر اتهام KaZaA ثابت شود، ایالات متحده مجبور است از دیگر دولتها درخواست همکاری کند. رأی دادگاه هلندی مسئله را پیچیده‌تر کرد. دادگاه مذکور حکم کرد که سرویس دهندگان «Peer-to-Peer» مثل KaZaA، مسئول نقض کپی رایت نیستند، بلکه مسئولیت نقض کپی رایت متوجه

کاربران است که به چنین کاری مبادرت کرده‌اند.<sup>۹</sup> یک قضاوت مشابهی در مورد شرکت Soribada که فراهم کننده خدمات «Peer-to-Peer» در کره جنوبی است، صورت گرفت [۲۱]. بنابراین با توجه به تفاوت تفسیرهای به عمل آمده، این همکاری (همکاری دولتها) در بهترین حالت، مشکل به نظر می‌رسد. به علاوه دادگاههای ایالات متحده برای اعمال قوانین خود در ورای قلمروشان، اظهار بی میلی کرده‌اند [۲۲]. مصص [۲۱۱-۲۷۹]. تنها جایگزین برای تعقیب کیفری سرویس دهندگان «Peer-to-Peer» این است که دنبال کاربران شخصی برویم، کاری که اکنون RIAA انجام می‌دهد. در هر صورت، این طرز نگرش افزایش هزینه‌های کنترل و مراقبت را به همراه دارد. با وجود بی میلی فراهم کننده خدمات اینترنتی برای همکاری کردن (در معرفی کاربر خاطی)، معلوم نیست که روش RIAA حتی بعد از صرف هزینه‌های هنگفت، تأثیر چندانی در توقف نقض کپی رایت داشته باشد. بنابراین، تغییر هدف به سمت کاربران فردی، تصمیم خردمندانه‌ای به نظر نمی‌رسد. به علاوه RIAA علیه چه تعداد از کاربران باید اقامه دعوا کند تا بتواند تأثیر تکان دهنده‌ای در منع آنها از خود بجا گذارد.

### نهادهای جایگزین

به نظر می‌رسد که هیچ‌کس از وضعیت فعلی راضی نیست. صاحبان صنعت ضبط صدا و تصویر می‌خواهند به هر عبور آنلاین در شبکه که مشغول استفاده از مطالب سمعی و بصری است، نظارت کامل داشته باشند. در حالی که ارائه دهندگان خدمات «Peer-to-Peer» می‌خواهند از دعاوی نقض کپی رایت ایمن باشند. به نظر می‌رسد مشتریان نیز خواهان قیمت پایینتر، رهایی از احساس گناه و همچنین ممکن است خواهان آزادی از تهدید دعاوی حقوقی علیه خود باشند. هنرمندان نیز ممکن است خواهان سهم سود بیشتری باشند.

به هر حال، راه حل واحدی که بتواند هر یک از اطراف را راضی کند وجود ندارد، چون در این دنیای وابستگی، نفع یک نفر به معنی هزینه برای فرد دیگر است [۷]. بنابراین موضوع اینست که چه طرفی بیشترین هزینه را متحمل می‌شود و چه طرفی

نفع بیشتری را به دست می آورد. سه راه و روش وجود دارد که ممکن است آینده را احاطه کنند: اول، قلمرو حمایت کپی رایت توسعه و مجازات نقض کننده، افزایش داده شود؛ دوم، وضعیت موجود حفظ و اجازه داده شود تا مسأله از طریق بازی قدرت بین سهامداران، حل گردد؛ سوم، کپی رایت از نو تعریف و روشی کاملاً متفاوت از روش موجود، به کار بسته شود.

استدلال رایج این است که «اگر هزینه تکثیر کاهش یابد، کپی رایت گسترش خواهد یافت» [۱۰]. بر اساس این استدلال، به خاطر کاهش قیمت، رقابت بیشتری در برابر کالایی که به صورت غیر قانونی تکثیر شده به وجود خواهد آمد. بنابراین برای حمایت در برابر خسارت بیشتر اجرای کپی رایت باید گسترش پیدا کند. اگر این جایگزین انتخاب شود، احتمالاً کپی رایت کمتر نقض خواهد شد، چرا که هزینه گرفتارشدن در چنگال قانون افزایش می یابد، گر چه برای موثر بودن، این جایگزین باید قدرتی بیشتر را برای نظارت از آن چه که امروز دارد، داشته باشد. بنابراین افزایش زیادی در هزینه کنترل به وجود خواهد آمد و نتیجه قابل پیشبینی نخواهد بود. به علاوه، سطح در حال افزایش حمایت از کپی رایت که تنها در ایالات متحده وجود دارد، بدون همکاری بین المللی چندان موفق نخواهد بود. لذا، جلب همکاری بین المللی، هزینه معاملاتی در بر خواهد داشت و این هزینه اگر نگوییم که فایده ناشدنی است اما به احتمال زیاد هنگفت خواهد بود. این امر اگر موفقیت آمیز هم باشد، به صورت یک جانپناه به صاحبان صنعت سود خواهد رساند، بدون این که اصلاحی برای نظام توزیع عادلانه تر منافع بین هنرمندان و شرکتها به ارمغان بیاورد.<sup>۱۰</sup>

اگر نظام فعلی کپی رایت بدون هیچ اصلاح قانونگذاری قابل ملاحظه‌ای حفظ شود، آینده وابسته به سیاست خواهد بود، یعنی آینده به وسیله کسی که قدرت تغییر دادن نظر دادگاه را دارد رقم خواهد خورد. بر اساس قانون فعلی، نتیجه پرونده

۱۰- Ku (2002) ضمن نقل سخنان یک عضو گروه موسیقی Grateful Dead، معتقد است بیشتر هنرمندان از فروش ساخته‌های خود درآمدی ندارند. در عوض، معمولاً به کنسرتها یا منابع دیگر درآمد متکی‌اند. با توجه به سخنان وی، یک موسیقیدان مجبور است قبل از آن که بتواند یک پتی درآمد داشته باشد، بیش از دو میلیون نسخه به فروش رساند.



KaZaA غیر قابل پیشبینی است، زیرا KaZaA عذرهای دیگری دارد که Napster نداشت. تأثیرگذاری اقامه دعوی علیه کاربران شخصی نیز مورد تردید است، چرا که ارائه‌کنندگان خدمات اینترنتی<sup>۱۱</sup> از همکاری به خاطر حمایت از حفظ اسرار خصوصی کاربران، امتناع دارند. از پاسخ Verizon و SBC روشن می‌شود که مورد علاقه ارائه‌کنندگان خدمات اینترنتی نیست که با RIAA همکاری کنند [۲۳؛ ۲۴]. بنابراین این گزینه منجر به افزایش هزینه نظارت، تکرار دعاوی حقوقی علیه فراهم‌کنندگان خدمات «Peer-to-Peer» و اعضایش و نیز منجر به هزینه‌های بالای دعاوی حقوقی و نگرشهای منفی از جانب مشتریها علیه صاحبان صنعت ضبط آمریکا<sup>۱۲</sup> و همچنین به بار آمدن هزینه‌های اجرایی گزاف در برای کسب همکاری ارائه‌کنندگان خدمات اینترنتی می‌شود.

به علاوه، دوباره مشکل همکاری بین المللی وجود دارد. اگر مذاکره بین المللی به خاطر بالا بودن هزینه متقاعدکردن دیگر کشورها برای افزایش حمایت تا سطح حمایت ایالات متحده، شکست بخورد و اگر استدلال RIAA که به اشتراک گذاشتن فایلها، تأثیر منفی بر روی فروش می‌گذارد، درست باشد، آینده کاهش تدریجی درآمد را برای صاحبان صنعت صدا و تصویر و نیز هنرمندان، در پی خواهد داشت. همچنین، مشتریانی نیز خسارت خواهند دید، مگر این که هنرمندان در یافتن منبع

#### ۱۱- Internet Service Provider (ISP)

۱۲- وقتی RIAA نخستین دعاوی حقوقی را علیه مشتریان شخصی اقامه کرد، به اشتراک گذارانندگان فایل پاسخ دادند که: «به موسیقی آنها گوش ندهید، آنها را نخرید، آنها را به اشتراک نگذارید و درباره آنها سخن نگویید». یکی از این پیامها را بخوانید: «شرکتهای ضبط میلیاردها دلار سود از ناحیه مصرف‌کنندگان به دست آورده‌اند». و یا این که: «آنها سالها از ما هزینه زیادی گرفته‌اند، چرا نباید همه موسیقی‌های جدید را تحریم کنیم تا شاهد تغییر نگرش آنها باشیم؟» [۲۵]

IUMA (آرشیو مخفی موسیقی در اینترنت) یک سایت پیشقدم است که بین هنرمندان و مصرف‌کنندگان جلساتی را ترتیب داد. این سایت که در سال ۱۹۹۲ تأسیس شد، هنرمندان جدیدی را معرفی و آثار آنها را منتشر ساخت، هنرمندانی که نمیتوانستند آثار خود را از طریق بازارهای معمول منتشر کنند. گروه موسیقی مزبور مبالغی را سالانه به متصدی این کار می‌سپردانند و کاربران نیز در قبال مبلغی آن را دانلود می‌کنند. بعد از عضو شدن هزار گروه موسیقی، این سایت توانست ۲۵۰ هزار کاربر را در روز به خود جذب کند و یک میلیون دلار در سال تنها سه سال پس از آغاز فعالیت به دست آورد. (Bloom, 1997, cited from Nam, 2003)

جایگزین برای دسترسی به مشتریان به طور گروهی عمل کنند، تا درآمد کافی برای معاش و تولید داشته باشند. نتایج دعاوی حقوقی علیه KaZaA و کاربران شخصی، بدون یک همکاری بین المللی منسجم، تأثیر زیادی نخواهد داشت. حتی اگر ایالات متحده از طریق مذاکرات متعدد دو یا چند جانبه موفق به کسب حمایت برخی کشورها در این خصوص شود، باید هزینه گزاف ایجاد این رابطه را نیز متحمل شود، حال آن که میزان این هزینه‌ها ممکن است فراتر از سودی باشد که به دست می‌آید.

صاحبان شرکتهای ضبط و توزیع صدا و فیلم در حین این که برای از بین بردن سرقت ادبی از طریق طرح پرونده‌های حقوقی تلاش می‌کنند، ممکن است بخواهند به وسیله آموزش و مبارزه، احساس گناه را در وجدان به اشتراک گذارندگان مجانی فایلها، القاء کنند و از این طریق سرقت ادبی را کاهش دهند. در واقع، این کار می‌تواند راه دیگری از آموزش تلقی شود. در هر صورت، ما گرچه نمی‌توانیم به این روند کمکی کنیم اما به موفق شدن این شیوه به دلیل آن که در مقابل فرهنگ قوی به اشتراک گذاشتن مجانی فایل در اینترنت قرار دارد، شک داریم. به علاوه، وجدان به اشتراک گذارندگان فایلها می‌تواند به خاطر وجود انتقاداتی که علیه رفتار بازاری [منفعت محور] شرکتهای مزبور که انحصار چند قطبی را شکل داده اند، در آسایش باشد.

شیوه‌های متعددی برای تغییر نظام فعلی وجود دارد. اول، همان‌طور که در مورد AHRA انجام داده شد، می‌توان برای تجهیزاتی که برای تکثیر مطالب رسانه‌های سمعی و بصری نیاز است، مانند سی دی یا دی وی دی رایتر، پی سی، سی دی و دی وی دی خام و هزینه حق اشتراک خدمات اینترنتی، مالیات قانونی وضع و آن را بر اساس محبوبیت آثار بین هنرمندان توزیع کرد [۱۰: ۱۲]. می‌توان از دفعات دانلود شدن یک فایل گزارش گرفت (برای تعیین میزان مالیات) بدون این که در امور خصوصی کاربران مداخله کرد، مثلاً مجله بیلبورد رتبه بیشترین موسیقی‌های دانلود شده را منتشر می‌کند. بعضی از کشورها از پیش طرح مالیات بر سخت افزار را عمل کرده‌اند. فرانسه مقدار کمی از اضافه قیمت را بر هر وسیله‌ای که قابلیت ضبط دارد، تحمیل می‌کند، در حالی که آلمان مالیات را بر تولیدکنندگان و واردکنندگان تجهیزات ضبط، تحمیل می‌کند [۲]. اگرچه در وهله اول تحقق بخشیدن به این روش، آسان و خالی از

ضعف نیست. پیش از همه احتمالا صاحبان صنعت رسانه‌ای و صاحبان صنعت تولید کامپیوترهای شخصی (پی سی) و ISP ها از آن استقبال نمی‌کنند؛ تهیه کنندگان محتوای آثار با آن مخالفت می‌کنند، زیرا این امر به معنای از دست دادن یک منبع بالقوه برای کسب سود بیشتر و راحت است. صاحبان صنعت تولید کامپیوترهای شخصی و ISP ها می‌ترسند که افزایش قیمت صرفا باعث کاهش فروش شود، بدون این که چیزی به درآمدشان بیافزاید. به علاوه، مشکل تصمیم‌گیری درباره میزان مالیات باقی می‌ماند. به اعتقاد برخی مالیات بستن بر سخت افزار، استفاده غیرقانونی از نرم افزار را کاهش می‌دهد، ضمن آن که به طور کلی باعث کاهش تقاضای استفاده از نرم افزار نیز می‌شود. همین واقعیت در مورد بازار آثار شنیداری نیز حاکم است. از طرفی، اگر نگوییم ناممکن باید بگوییم که محاسبه میزان صحیح خسارت، امری مشکل است. بنابراین، اختلافات زیادی بر روی میزان خسارت صورت خواهد گرفت. علاوه بر این، چه کسی حق تصمیم‌گیری را در این خصوص دارد؟ مشکل بزرگتر این که تحمیل مالیات برای رفع مشکل «کاربران مجانی»، همزمان موجب ظهور کاربران بی میل و سرخورده‌ای می‌شود.

دوم، دانلودکردن موسیقی می‌تواند با آگهی تبلیغات توأم شود، یعنی برای دانلود کردن یک فایل ضروری است که به آگهی تبلیغاتی گوش کنید یا آن را نگاه کنید و هیچ بهایی برای خود فایل نپردازید. انتخاب این نظام به معنی تغییر به سمت مدل تجارتي پخش برنامه ایالات متحده است. در هر صورت این مدل مشکلات بسیاری نیز در پی دارد که باید حل شود. برای نمونه چون این امر به معنی کاهش چشمگیر درآمد خواهد بود، صاحبان صنعت ضبط، علاقه‌ای به آن ندارند. همچنین، این تغییر مستلزم اقدام مشترک از طرف صاحبان صنعت صداست، و به خاطر رقابت فزاینده‌ای که در جذب درآمد آگهی‌های تبلیغاتی وجود دارد، صاحبان دیگر صنایع رسانه‌ای مثل تلویزیون و مجله، به مخالفت بر خواهند خاست.

سومین جایگزین آن است که فایل‌های قابل دسترسی و قابل دانلود را به فایل‌هایی که رمزدار شده یا بی‌دوامند، محدود کنیم و مبلغ کمی برای هر بار استفاده از کاربر دریافت کنیم. اعتماد به فناوری رمزدار کردن، در بهترین حالت پرمخاطره است،

در واقع از سال ۱۹۹۸ کنسرسیونم شرکتهای ضبط، تولیدکنندگان سخت افزار و نرم افزار و شرکتهای توزیع کننده، برای توسعه سیستم جهانی مدیریت حقوق دیجیتال (DRM)، ابتکار موسیقی دیجیتالی امن (SDMI) را شکل دادند. سیستم SDMI به عنوان دروازه‌ای عمل می‌کند که مطالب باید از میان آن عبور کند. در هر صورت، این طرح به خاطر منافع متنوع و گاهی اوقات رقابت آمیز اعضا، آن گونه که برنامه‌ریزی شده بود، پیش نرفت. به علاوه، فن‌آوریهای فوق به ظهور محصولات منجر شده که بهره برداری از آنها پیچیده است و می‌تواند تاثیر منفی بر کیفیت صدا بگذارد [۱].

بزرگترین مشکل آنست که هیچ طرح حمایتی غیر قابل شکست وجود ندارد. تاریخ به ما می‌گوید که هیچ سیستم امنیتی که کاملا ایمن باشد نداشته‌ایم. فقط یک کپی کشف رمز شده در شبکه سایبر کافی است تا رمز دار کردن نسخه مزبور را بی‌معنی کند زیرا به سرعت میلیونها نسخه از آن کپی خواهد شد. تاریخ اینترنت پر است از ماجراهای هک کردن فن‌آوریهای رمزدار. در هر دو قالب، آنها نخواهند توانست مشتریان را تا وقتی که فایل‌های مجانی MP3 در محیط آنلاین قابل دسترسی است، جذب کنند.

آخرین گزینه، یک تحریم گروهی از سوی مشتریان، ارائه‌کنندگان خدمات «Peer-to-Peer» و هنرمندانی است که با سیستم پرداخت مستقیم<sup>۱۲</sup> میان مشتریان و خالق آثار کار می‌کنند، درست مانند انعام دادن. هنرمند می‌تواند نماینده‌ای تعیین کند که پرداختها را از طرف او جمع کند. این امر تنها وقتی اتفاق می‌افتد که کاربران خدمات «Peer-to-Peer» و هنرمندان درک کنند که آنها می‌توانند از طریق کار گروهی، به هدف نزدیک شوند و به حد لازم برای این تغییر برسند. این امر می‌تواند تدریجا، و در ابتدا به وسیله تعداد نسبتا کمی از هنرمندان و مصرف کنندگان اتفاق بیافتد، به هر حال این جایگزین باید مشکل «کاربران مجانی» را حل کند.

۱۲- IUMA (آرشیو مخفی موسیقی در اینترنت) یک سایت پیشقدم است که بین هنرمندان و مصرف کنندگان جلساتی را ترتیب داد. این سایت که در سال ۱۹۹۲ تأسیس شده، هنرمندان جدیدی را معرفی و آثار آنها را منتشر ساخت. هنرمندانی که نمی‌توانستند آثار خود را از طریق بازارهای معمول منتشر کنند. گروه موسیقی مزبور مبالغی را سالیانه به متصدی این کار می‌پردازند و کاربران نیز در قبال مبلغی، آن را دانلود می‌کنند. بعد از عضو شدن هزار گروه موسیقی، این سایت توانست ۲۵۰ هزار کاربر را در روز به خود جذب کند و یک میلیون دلار در سال تنها سه سال پس از آغاز فعالیت به دست آورد [۲۱].

## نتیجه

در همه این راه‌ها، مشکل مشترک شکاف دیجیتال وجود دارد که پرداختن به آن در حوصله این نوشتار نیست. به خاطر نوآوری‌های فناورانه (تکنولوژیک) که شرایط را دگرگون کرده، واضح است که نظام سازمانی کپی رایب که در حال حاضر اعمال می‌شود، نمی‌تواند راه حل مؤثری برای مشکل سرقت محصولات سمعی از طریق شبکه‌های «Peer-to-Peer» عرضه کند. همان طور که به اعتقاد برخی [۱۰]، فناوری «Peer-to-Peer» که از طریق آن برقراری ارتباط مستقیم بین هنرمند و مصرف‌کننده ممکن می‌شود، می‌تواند به سود همه جامعه به استثنای شرکت‌های بزرگ ضبط، تمام شود. این فناوری به ما کمک می‌کند که از هزینه اجتماعی توزیع آثار هنری و فکری بکاهیم. در هر حال، پیشبینی آینده که این گونه روابط چه سیری را طی خواهد کرد، امکان‌پذیر نیست. انتخاب یک سری اصول و قواعد برای وضع اصول و قواعدی دیگر، همزمان امری سیاسی و اقتصادی است. از موارد بسیاری می‌فهمیم که فناوری جدید نتوانسته خود را در جامعه تثبیت کند و این نه به خاطر ضعف فناوری بلکه به خاطر عوامل فرهنگی، سیاسی و اقتصادی بوده است. تاریخ بشر انباشته از داستان‌هایی است که تغییرات و تحولات سازمانی مورد نیاز زمانه به وقوع نپیوسته است.

## منابع

- 1- McCourt, Tom and Patrick Burkart (2003). When creators, corporations and consumers collide: Napster and the development of on-line music distribution, *Media, Culture & Society*, 25 (3), 333-350.
- 2- Gayer, Amit and Oz Shy (2003). Copyright protection and hardware taxation, *Information Economics and Policy*, 15, 467-483.
- 3- Gellway & Kinner, 2002.
- 4- Jackson, Matt (2002). From Private to Public: Reexamining the Technological Basis for Copyright. *Journal of Communication*, 52 (2), 416-433.
- 5- Watt, Richard (2000), *Copyright and economic theory : friends or foes?*,

Cheltenham, UK ; Northampton, MA : E. Elgar.

6- Kwon, Nam-Hoon, Lee, Kyung-Won, Lee, In-Chan, Yu, Sun-Shil and Jung-Sook Oh (2002). *Contents-ui San-Up-Hwa-e ta-run SiJang ByunHwa mit PalJeon Jeollyak Yeon-gu* (A Study on Market Change and Development Strategy of Contents Industry). KISDI Research Report, Korea Information Strategy Development Institute, Seoul.

7- Schmid, A. Allan (1989). *Benefit-Cost Analysis: A Political Economy Approach*, Boulder, Westview Press.

8- Schmid, A. Allan (2004). *Conflict and Cooperation*, Oxford: Basil Blackwell.

9- Bettig, Ronald V. (1996). *Copyrighting Culture: The Political Economy of Intellectual Property*, Boulder, Westview Press.

10- Ku, Raymond Shih Ray (2002). The Creative Desturction of Copyright: Napster and the New Economics of Digital Technology, *The University of Chicago Law Review*, 69(1), pp 263-324.

11- Hakfoort, Jacco (2002). Copyright in the digital age: the economic rationale, In Ruth Towse (Eds.), *Copyright in the Cultural Industries* (pp. 63-84), Cheltenham, UK; Northampton, MA : E. Elgar.

12- Legendfer & Cook, 2001.

13- Cooper, Jon and Daniel M. Harrison (2001). The social organization of audio piracy on the Internet, *Media, Culture & Society*, 23 (1), 71-89.

14- Alexander, Peter J. (2002). Peer-to-Peer File Sharing: The case of the Music Recording Industry, *Review of Industrial Organization*, 20, 151-161.

15- Richtel, Matt, Music – Swapping Service Gains Stature in New Deal, *The New York Times*, Sept. 23, 2002.

16- Kim, Jung-Ho & Lee, Wan-Jae (2003). P2P KiSool-gwa Eun-Ak

JeoJakKwon (P2P Technology and Music Copyright.

(<http://cc.kangwon.ac.kr/~kimoons/mi/mi-012/sori.hwp>)

17- Heidmiller, Sheila M. (2002). Digital Copying and File Sharing on Trial, *Intellectual Property & Technology Law Journal*, 14 (4), 1-8.

18- Dogan, Stacey L. (2000). Is Napster a VCR? The Implications of *Sony* for Napster and Other Internet Technologies, *Hastings Law Journal*, 52, 939-959.

19- Blanke, Jordan M. (2002). Vincent Van Gogh, "sweat of the brow," and database protection, *American Business Law Journal*, 39 (4), 645-682.

20- Jcover, Aric (2002). I want my MP3! Creating a legal and practical scheme to combat copyright infringement on Peer-to-Peer Internet Applications, *Georgetown Law Journal*, 90 (6), 2207-2254.

21- Nam, 2003.

22- Dalling, Bradon (2001). Protecting against international infringements in the digital age using United States Copyright Law: A Critical Analysis of the Current State of the Law, *Birmingham Young University Law Review*, 2001 (3), 279-1311.

23- Fitchard, Kevin, Verizon, SBC ask Congress to protect customers' privacy, *Primedia Insight*, Sept. 17, 2003.

24- Harris, Ron, Pac Bell's Internet arm sues music industry over file-sharer Ids, *The Associated Press*, July 31, 2003.

25- Evangelista, Benny, RIAA to sue individual file sharers, *The San Francisco Chronicle*, June 26, 2003.

26- Das, Sonia (2000). The availability of the fair use defense in music piracy and Internet technology, *Federal Communications Law Journal*. 52(3), 727-747.