

حماية المحتوى الإبداعي
يمكن أن يعزز التنمية في
العصر الرقمي

الموسيقى تتجه إلى الأغنية

عملاء في متجر آبل في داليان، مقاطعة لياونينغ، الصين.

باتريك كاباندا

٤٥,٢٪ فعوضت انخفاض التزييلات والمبيعات المادية. وتعتبر هذه الأخبار سارة، غير أن الصناعة وقعت في فخ ما يسمى فجوة القيمة — أي عدم التوافق بين الموسيقى التي تدر أموالا والكثير مما لا يُستغل في تحقيق إيرادات جيدة للفنانين والأعمال الإبداعية. وإذا استطاعت الاقتصادات النامية جني مكاسب من ثرواتها الثقافية، فيمكنها إطلاق عنان التنمية، والمساعدة في حل مشكلة بطالة الشباب، وتعزيز التنوع. غير أن القرصنة المستوطنة في كل من الاقتصادات النامية والمتقدمة تشكل تهديدا.

وتتغير القرصنة الرقمية بشكل مستمر، مما يجعل من الصعب القضاء عليها. وتوزع الموسيقى غير المصرح بها من خلال منصات مثل تمبرل (Tumblr) وتويتير (Twitter)، ومواقع التخزين غير المصرح بها (خدمات تخزين البيانات على الإنترنت)، وبروتوكول تبادل الملفات (BitTorrent). وتشير تقديرات الاتحاد الدولي لصناعة التسجيلات الصوتية إلى أنه «كانت هناك أربعة مليارات عملية تنزيل لموسيقى عبر بروتوكول بتتورنت في عام ٢٠١٤ وحده» — ومعظمها غير مشروع (IFPI, 2015). وركزت «الحملة الخاصة» الصينية على قمع المخالفات وحثت الشركات على رفع الوعي بالحقوق الفكرية. وعلى الرغم من أن هذا المثال غير كامل، فإنه يبين طريقة للتغلب على تلك المشكلة (دراسة Brodbeck, 2015).

قواعد الإعلان غير عادلة؟

تشبه أجهزة الآي فون (iPhone) اليوم ستوديو مصغر يُحمل في الجيب، ويستطيع استخدامه بسهولة تسجيل مقاطع فيديو ونشرها على موقع يوتيوب. وسواء كان التسجيل يتعلق بقطة تعزف موسيقى قريبة من مقطوعة «من أجل إليزة» (Für Elis) على البيانو وهي تموء بعيدا عنه أو عازف بيانو محترف، فإن اللقطات التي تنتشر كالفيروس يمكن أن تتحول إلى نقود. ويتمثل أحد الطرق لنجاح الفنان في إقامة شراكة مع موقع يوتيوب ومنح الشركة حصة من إيرادات الإعلانات (دراسة Johnston, 2013).

تاريخ حقوق الملكية الفكرية إلى مصر القديمة. ففي نقش على لوحة مصرية نادرة ترجع إلى سنة ٢٠٠٠ قبل الميلاد ومعروضة في متحف اللوفر في باريس، يتباهى ارتيزان، وهو حرفي وناسخ ونحات ماهر، بأسرار مهنته. فكيف سيحافظ على ملكية تقنياته ويحقق دخلا كريما في عالم اليوم الرقمي؟

وتشغلنا التكنولوجيا بطريقة تحير ارتيزان. فركاب مترو الأنفاق في ساعة الذروة يتصفحون أجهزةهم المتنقلة ويرسلون رسائل وهم يستمعون إلى الموسيقى الصاخبة عبر سماعات الأذن. ولا أحد يدري ما إذا كانوا يستمعون إلى هذه الموسيقى بطريقة قانونية أو غير قانونية. والواضح هو أن التكنولوجيا تجعل من السهل نسخ ونقل الأعمال الإبداعية؛ وأصبح النظام السائد اليوم هو الالتقاط والتقسام.

أغاني فردية رخيصة

عندما بدأت شركة آبل تشغيل آي تيونز (iTunes) في عام ٢٠٠١، بشرت بالأغنية الرقمية الرخيصة. وفي غضون عقد من الزمن، هوت مبيعات الموسيقى من ١١,٨ مليار دولار في عام ٢٠٠٣ إلى ٧,١ مليار دولار في عام ٢٠١٢ (دراسة Covert, 2013). وفي الوقت نفسه، بلغ مجموع قيمة التجارة العالمية في السلع والخدمات الإبداعية رقما قياسيا قدره ٦٢٤ مليار دولار في عام ٢٠١١، وفقا لمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية. ولحماية دخل العمال المبدعين ودعم الاقتصادات الإبداعية، من الضروري توفير الحماية والتعويض العادل.

وحققت الموسيقى الرقمية إيرادات أكبر من الموسيقى المادية لأول مرة في عام ٢٠١٥ - فقد زادت بنسبة ٣,٢٪ لتصل إلى ١٥ مليار دولار. وهو أول نمو كبير للصناعة عاما بعد عام خلال ما يقرب من ٢٠ عاما (دراسة IFPI, 2016). ويشير الاتحاد الدولي لصناعة التسجيلات الصوتية إلى زيادة الإيرادات الرقمية بنسبة ١٠,٢٪ لتصل إلى ٦,٧ مليار دولار. وزادت إيرادات البث التدفقي بنسبة

والاجتماعي للآخرين. فقد حققت بعض شركات التكنولوجيا وكبار النجوم انتشارا كبيرا في عصر الإنترنت، ولكن وفقا للاقتصادي والمغني جيسون شورغين، هناك حاجة إلى أكثر من ٤ ملايين مشاهدة على موقع سبوتيفاي (yfitops) لمجرد كسب الحد الأدنى للأجر (دراسة 2015، Timberg).

غير أن الفنان الذي ينتج ١٥٠ قرصا مدمجا بنفسه ويقوم ببيعهم مقابل ٩,٩٩ دولارات للقرص الواحد يحقق ألف وخمسمائة دولار تقريبا. وهذا أفضل من استهداف ٤ ملايين مشاهدة. ويتراوح متوسط ما يدفع لكل مرة بث تدفقي إلى أصحاب الحقوق ما بين ٠,٠٠٦ و ٠,٠٠٨ دولار على موقع سبوتيفاي (دراسة 2015، Plaugic). ويقول شورغين إنه بعد رسوم الإدارة والتكاليف الأخرى، لا يحقق أموالا تذكر إلا عدد قليل من الفنانين المشهورين. «وثبت أعمال الفنانين المشهورين على موقع سبوتيفاي ملايين المرات في جميع أنحاء العالم، مما يترجم فعليا إلى أموال كثيرة. وقد كان المغني دريك أكثر الفنانين الذين بثت أعمالهم على موقع سبوتيفاي في عام ٢٠١٥» — حيث بلغ عدد مرات البث التدفقي حوالي ١,٨ مليار مرة، مما حقق له ما يقرب من ١٥ مليون دولار (دراسة 2015، Plaugic).

ويمثل تعزيز الحقوق الفكرية لتوسيع نطاق القطاع الإبداعي فرصة إنمائية ضخمة ويدعو إلى تمويل التنمية وبناء أسلوب تفكير جديد. كما يتعين أن تنبذ الاقتصادات النامية افتراض أن العمل الإبداعي ليس له قيمة نقدية أو قيمة إنمائية.

وكما قد يذكرنا ارتيزان، فإن الصناعات الاستخراجية — التي كثيرا ما تجذب كل الانتباه — ليست هي وحدها التي تحتاج إلى بنية تحتية، وإعفاءات ضريبية، واستثمارات أجنبية ومحلية مباشرة، وما إلى ذلك. وعلى اقتصادنا القائم على المعرفة بشكل متزايد أن يسخر الثروة الإبداعية للبشر لدفع التنمية. وتشتمل الأدوات على تخصيص الموارد الشحيحة لبناء البنية التحتية، والقروض الجذابة، والإعفاءات الضريبية، وهيئات لجمع الرسوم المحلية والعالمية، والتوزيع العادل. كذلك يمكن للمنظمات الإنمائية الدولية أن تنسق بتوفير الرفع المالي والفني من أجل دعم العمل الإبداعي لتحقيق التنمية في العصر الرقمي. ■

باتريك كاباندا هو مستشار مكتب نائب الرئيس الأقدم وكبير الاقتصاديين في البنك الدولي ويؤلف كتابا يستند إلى ورقة عمل أعدها بعنوان «الثروة الإبداعية للأمم».

المراجع:

Brodbeck, Vincent, 2015, "Streaming Media and Curbing Digital Piracy in China," Boston University Journal of Science and Technology Law, Vol. 19, No. 1.

Covert, Adrian, 2013, "A Decade of iTunes Singles Killed the Music Industry," CNNMoney, April 25.

International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), 2016, Global Music Report 2016 (London).

—, 2015, Digital Music Report 2015 (London).

Johnston, Michael, 2013, "How to Make Money on YouTube: 101 YouTube Monetization Tips," MonetizeProz, May 7.

Lester, Simon, and Bryan Mercurio, with Arwel Davies and Kala Leitner, 2008, World Trade Law: Text, Materials and Commentary (Portland, Oregon: Hart Publishing).

Plaugic, Lizzie, 2015, "Spotify's Year in Music Shows Just How Little We Pay Artists for Their Music," The Verge, December 7.

Plumer, Brad, 2012, "SOPA: How Much Does Online Piracy Really Cost the Economy?" Washington Post, January 5.

Timberg, Scott, 2015, Culture Crash: The Killing of the Creative Class (New Haven, Connecticut: Yale University Press).

غير أن بعض المعلمين، بما في ذلك أصحاب العلامات التجارية الشهيرة، ينتهي بهم الأمر على مواقع تنتهك حقوق النشر. فقد خلصت دراسة أجرتها شركة MediaLink في عام ٢٠١٤ إلى أن «نحو ٥٩٦ موقعا من المواقع التي تنتهك حقوق النشر حققت إيرادات من الإعلانات قدرها ٢٢٧ مليون دولار أمريكي في العام». والمشاركون في تلك العمليات هم الذين يستفيدون، في حين لا يحصل مؤلفو الموسيقى ومن قاموا بأدائها وإنتاجها على أي شيء (دراسة، IFPI, 2015).

يمثل تعزيز الحقوق الفكرية لتوسيع القطاع الإبداعي فرصة إنمائية ضخمة.

الحقوق المتروكة

من الصعب تحديد حجم الخسائر الناجمة عن القرصنة. وقد لا يعاني الاقتصاد بالضرورة، حيث يمكن أن ينفق المستهلكون أموالهم في أماكن أخرى. «فيذا قام شخص بتنزيل فيلم أو أغنية بطريقة غير مشروعة ولكنه لم يكن ليقوم بتنزيلها بطريقة أخرى، فلن يكون من الواضح ما هو حجم الخسائر بالفعل (غير أن الفوائد واضحة إلى حد ما على النقيض) (دراسة 2012، Plumer).

كذلك يمكن أن تؤدي الحماية الصارمة للملكية الفكرية إلى تفاقم فجوة المعرفة بين البلدان الغنية والفقيرة. فقد كانت القواعد المنصوص عليها في الاتفاق المتعلق بجوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة (SPIRIT) لمنظمة التجارة العالمية والتي «تعزز الحماية الصارمة للملكية الفكرية تمثل استجابة واضحة للضغط الذي مارسه الشركات الغربية التي تمتلك وتطور الملكية الفكرية، مثل شركات المستحضرات الصيدلانية والإعلانات والبرمجيات» (دراسة 2008، Lester and others). ويهدف الاتفاق إلى مساعدة جميع البلدان في تيسير التجارة الدولية من خلال حماية حقوق الملكية الفكرية، وحتى إذا كانت بعض الاقتصادات النامية قد طلبت إعفاءها من بعض الالتزامات، فلم تر الكثير منها حتى الآن أي فائدة ذات قيمة من النظام.

ثم هناك مسألة التكلفة. فقد تشجع حقوق الملكية الفكرية على الاستثمار في المنتجات الفكرية، ولكن يمكن للتكاليف المرتبطة بالتقاضي أو الإنفاذ أن تعيق هذه الجهود، وتضعف حافز الحكومات على الاستثمار في النظم القوية للحقوق الفكرية — وخاصة في الاقتصادات النامية.

حقوق التأليف والنشر من أجل التنمية

تستحق الفوائد التي تعود على التنمية والتكاليف ذات الصلة النظر فيها عن كثب. وفجوة المعرفة التي يشار إليها كثيرا (فيما يتعلق بجوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة) هي فجوة بين الغرب وبقية العالم. ولكن هناك جانبا آخر. فعندما تستغل المعرفة الإبداعية والتقليدية الناشئة من الاقتصادات النامية في العلامات التجارية أو مخالفات حقوق التأليف والنشر في الغرب، على سبيل المثال، يتم تجاهل الانعكاسات على التنمية إلى حد كبير. وعلى الرغم من أن الاقتصاد ككل قد لا يعاني، فإن الفنانين الفقراء يعانون. ويتعين أن تتناول العملية البناء لصنع السياسات كيف يمكن لجوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة أن تفيد كل من الاقتصادات المتقدمة والنامية وتميز بين حماية العمل الإبداعي وحماية المواد الصيدلانية، على سبيل المثال.

والأمر ليس مجرد ثواب وعقاب. فالكثير من المبدعين يكافح من أجل كسب العيش على الرغم من مساهمتهم في الرفاه الاقتصادي