

# مخالفت با مالکیت فکری

تاریخ دریافت: ۱۳۸۵/۶/۷

تاریخ تأیید: ۱۳۸۵/۶/۳۰

برایان مارتین\*

مترجمان: محمود حکمت‌نیا\*\*

علی تقی‌خانی\*\*\*

۱۶۱

فقه و حقوق / سال سوم / شماره ۱۰ / پاییز ۱۳۸۵

## چکیده

هر چند نظام مالکیت فکری و احترام به حقوق مترتب بر پدیده‌های فکری در سطح جهانی مورد پذیرش و حمایت قرار گرفته است و به تدریج حوزه مصادیقی و حکمی آن گسترده‌تر می‌گردد، اما باید اذعان کرد نظام مالکیت فکری مخالفانی جدی دارد که مبانی و کارکردهای این نظام را سست می‌شمارند و اجرای آن را به زیان توسعه علمی و کشورهای توسعه نیافته می‌دانند. نوشتار حاضر تلاش می‌کند با موشکافی، نظام مالکیت فکری را مورد نقد قرار دهد.

**واژگان کلیدی:** مالکیت فکری، مالکیت ادبی، مالکیت صنعتی، حق اختراع، کپی رایت.

\* Brian Martin.

\*\* استادیار پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، قم (mahmoodhekmatnia@yahoo.com).

\*\*\* دانشجوی کارشناسی ارشد پردیس قم دانشگاه تهران (alitaqikhani@yahoo.com).

این مقاله به نشانی زیر در دسترس است:

(Information Liberation: London: Freedom Press, 1998).

## مقدمه

ادله محکمی در مخالفت با مالکیت فکری وجود دارد. به اضافه دیگر امور این مالکیت فکری است که اغلب سبب کندی روند نوآوری و استثمار مردم جهان سوم می‌شود. بسیاری از استدلال‌های معمول درباره مالکیت فکری با نگاه دقیق کامل نیست؛ به خصوص تصویر (مجازی) بازار ایده‌ها توجیهی برای مالکیت ایده‌ها فراهم نمی‌آورد.

جایگزین مالکیت فکری این است که محصولات فکری نباید به معنایی که در زبان روزمره کاربرد دارد تملک شود. نافرمانی مدنی، افزایش اطلاعات بدون مالک و توسعه بیشتر همکاری و تعاون اجتماعی، از جمله استراتژیهای مخالفت با مالکیت فکری محسوب می‌شود. مبنای عقلی اولیه برای ایجاد کپی‌رایت و حق اختراع ترویج آثار مبتکرانه عملی و هنری به وسیله اعطای حق انحصاری کوتاه مدت بر استفاده‌های خاص از اثر بود. حق انحصاری به وسیله دولت به شخص حقیقی یا حقوقی اعطا می‌شد. قدرت حکومت، برای اعطای حق انحصاری فسادآور بود. بزرگ‌ترین دارندگان مالکیت فکری خواستار توسعه آن به نحوی فراتر از هرگونه توجیه منطقی شده‌اند.

انواع مختلف مالکیت فکری، یا به عبارت دیگر مالکیت اطلاعات وجود دارد که شامل کپی‌رایت، حق اختراع، علامات تجاری، اسرار تجاری، حقوق طرح‌های صنعتی و حقوق پرورش دهندگان نهال و گیاه می‌شود. کپی‌رایت شامل بیان ایده‌ها در قالب نوشته، موسیقی و عکسها می‌شود. حق اختراع، ابداعاتی از قبیل مواد یا کالاهای جدید و فرایندهای صنعتی را شامل می‌شود. علامات تجاری، علامتهایی مرتبط با کالا، خدمات یا شرکت هستند. اسرار تجاری اطلاعات محرمانه تجاری را پوشش می‌دهد. حقوق طرح‌های صنعتی شیوه‌های مختلف طراحی نمای ظاهری اشیا را در بر می‌گیرد. حقوق پرورش دهندگان گیاه، مالکیت گونه‌های گیاه ابداع شده را که جدید، متمایز و ثابت هستند اعطا می‌کند.

نوع مالکیتی که برای اکثر مردم مانوس است مالکیت اشیای مادی است؛ مردم مالک لباسها، ماشینها، خانه‌ها و زمینها هستند، اما مشکل بزرگ همیشه با مالکیت ایده‌ها بوده است. استفاده انحصاری یا نظارت بر ایده‌ها یا شیوه‌ای که آنها منتقل می‌شوند، به اندازه مالکیت اشیای مادی حساسیت ایجاد نمی‌کند.

بسیاری از اشیای مادی در یک زمان فقط توسط یک شخص می‌توانند استفاده شوند. اگر شخصی یک جفت کفش بپوشد، فرد دیگری در همان زمان نمی‌تواند آن را بپوشد (شخصی که کفشها را پوشیده غالباً و نه همیشه مالک آنهاست). این قضیه در مورد مالکیت فکری صادق نیست. ایده‌ها می‌توانند بارها و بارها تکثیر شوند. با این حال شخصی که نمونه اصلی در دست اوست هنوز امکان استفاده کامل از آن را دارد. فرض کنید شما شعری بسرایید. حتی اگر میلیونها نفر دیگر کپی آن را داشته باشند و بخوانند، خودتان هنوز هم می‌توانید آن شعر را بخوانید. به عبارت دیگر بیش از یک شخص می‌تواند از ایده - شعر، فرمول ریاضی، صدا، نامه - استفاده کند بدون اینکه استفاده دیگران از آن ایده را کاهش دهد. کفشها و شعرها از این نظر تفاوت اساسی با هم دارند.

پیشرفتهای تکنولوژیکی، تکثیر اطلاعات را ارزان‌تر و آسان‌تر نمود. صنعت چاپ پیشرفت بزرگی در این زمینه بود: چاپ، نیاز به نسخه‌برداری دستی از اسناد را برطرف کرد. فتوکپی و کامپیوترها تکثیر اسناد را از چاپ آنها نیز ساده‌تر کردند. عکاسی و ضبط صدا در مورد اطلاعات سمعی و بصری به همین نحو عمل کردند. تکنولوژی، توانایی حمایت از مالکیت فکری را تضعیف می‌کند. اما هنوز فشار زیادی برای توسعه قلمرو مالکیت اطلاعات وجود دارد.

این نوشتار ادله مخالفت با مالکیت فکری را مطرح می‌کند. من با اشاره به بعضی مشکلاتی که از مالکیت اطلاعات به وجود آمده شروع می‌کنم. سپس به ضعف توجیه‌های قانونی آن می‌پردازم. در مرحله بعد نمایی کلی از مشکلات را با عنوان آنچه بازار ایده‌ها نامیده می‌شود مطرح می‌کنم که ارتباط مهمی با مالکیت فکری دارد. در آخر تعدادی از جایگزینهای مالکیت فکری و بعضی سیاستهای ممکن را برای حرکت به سمت آنها مطرح می‌کنم.

## مشکلات مالکیت فکری

حکومتها حجم زیادی از اطلاعات را تولید می‌کنند. آنها آمار جمعیت، میزان تولیدات اقتصادی و بهداشتی، متون قوانین و مقررات و شمار وسیعی از گزارشها را تهیه می‌کنند. هزینه تولید این اطلاعات از طریق مالیات پرداخته می‌شود. از این رو ممکن است این‌گونه به نظر برسد که این اطلاعات باید قابل دسترس برای هر عضو جامعه باشد. اما در بعضی

از کشورها همچون انگلیس و استرالیا حکومتها در قانونگذاری و تصمیمات قضایی‌شان مدعی کپی‌رایت هستند. از نظر حقوقی، شهروندان برای تکثیر قوانین خود احتیاج به مجوز خواهند داشت. در طرف مقابل، بعضی اطلاعات تولید شده توسط حکومت (مخصوصاً در آمریکا) به شرکتها تحویل داده می‌شود و سپس به هر که قدرت خرید داشته باشد فروخته می‌شود. عموماً اطلاعات اندوخته شده خصوصی هستند و بنابراین به راحتی در دسترس نیستند (Nelkin: 1984).

ایدهٔ حمایت‌کننده از حق اختراع این است که اصول اساسی یک اختراع هنگامی عمومی می‌شود که مخترع برای مدت محدودی حق انحصاری تولید، استفاده یا فروش اختراع را داشته باشد. اما مواردی وجود دارد که در آن از حق اختراع برای کاهش نوآوری استفاده شده است (Dunford, 1987: 512 - 525). شرکتها به منظور جلوگیری از استفادهٔ دیگران از ایده‌ها ممکن است اختراع اشخاص دیگر را اجاره کنند یا آن را بخرند. شرکت آمریکایی AT&T از آغاز تأسیس در سال ۱۸۷۵ به منظور حفظ حق انحصاری اش بر تلفن، اختراعات را جمع‌آوری کرد. این امر ترویج و اشاعهٔ رادیو را حدود بیست سال به تأخیر انداخت. به همین روش شرکت جنرال الکتریک از کنترل بر اختراعات برای کند کردن رواج چراغهای مهتابی استفاده کرد که تهدیدی برای فروش لامپهای التهای بود. اسرار تجاری راه دیگری برای کاهش توسعهٔ تکنولوژیکی است. اسرار تجاری توسط قانون حمایت می‌شود، اما برخلاف حق اختراع نباید به صورت علنی منتشر شود. اسرار تجاری از نظر قانونی توسط توسعهٔ مستقل یا تغییر مهندسی\* مغلوب می‌شوند.

امروزه اطلاعات زیست‌شناختی می‌توانند به عنوان اموال فکری مطرح شوند. دادگاههای آمریکا حکم کرده‌اند که رشته‌های ژنتیکی می‌توانند به عنوان اختراع ثبت شوند؛ حتی در صورتی که این رشته‌ها در طبیعت یافت شوند، به شرطی که ابزار مصنوعی در جداسازی آنها دخالت داشته باشد. این امر شرکتها را به مسابقه برای به دست آوردن حق اختراع رموز ژنتیکی فراوان هدایت کرد. در بعضی موارد حق اختراع اعطا شده تمام شکل‌های با ژن پیوندی از تمام گونه‌ها از قبیل دانهٔ سویا یا پنبه را شامل می‌شد و این باعث

\* در صورتی که مهندسان قبلی اسرار شرکت را به شرکت دیگری منتقل کنند.

مشاجرات وسیع و گاهی اوقات ابطال رأی در مرحله تجدیدنظر می‌شد. یک نتیجه، منع جدی تحقیق توسط مالکان غیرمبدع بود. نتیجه دیگر اینکه شرکتهای فراملیتی امتیاز بهره‌برداری انحصاری اطلاعات ژنتیکی را که در گیاهان و حیوانات جهان سوم می‌یافتند کسب می‌کردند. بنابراین در واقع بعضی از مردم جهان سوم مجبور بودند برای استفاده از دانه و دیگر اطلاعات ژنتیکی که در طول قرن‌ها به راحتی در دسترس آنها بود پول پردازند. به نحو گسترده‌تر، مالکیت فکری برای کشورهای ثروتمند راه دیگری برای تحصیل ثروت از کشورهای فقیر است. با توجه به استثمار فراوان مردم فقیر که وارد سیستم تجارت جهانی شده‌اند، تنها این امر منصفانه به نظر خواهد رسید که ایده‌های تولید شده در کشورهای غنی به صورت مجانی برای کشورهای فقیر فراهم شود. با این همه در مذاکرات گات (GATT) نمایندگان کشورهای ثروتمند به خصوص ایالات متحده، بر تقویت حقوق مالکیت فکری پافشاری کردند (Drahos 1995: 6-19; patel, 1989: 978-993; Posey and Duffield: 1996). مطمئناً نشانه‌ای بهتر از این وجود ندارد که مالکیت فکری برای کسانی که از پیش قدرتمند و ثروتمند شده‌اند در درجه اول اهمیت قرار دارد.

عواید مالی بالقوه از مالکیت فکری قرار است فراهم کننده محرک برای خلاقیت اشخاص باشد. با وجود این، عملاً بیشتر مبتکران در واقع سود چندانی از مالکیت فکری به دست نمی‌آورند. مبتکران مستقل غالباً نادیده گرفته یا استثمار می‌شوند. هنگامی که کارمندان شرکتها و حکومتها تفکری را که ارزش حمایت دارد داشته باشند، این تفکر معمولاً توسط سازمان و نه کارمند ثبت می‌شود و تحت انحصار در می‌آید. از زمانی که مالکیت فکری قابلیت فروش پیدا کرده، همواره افراد قدرتمند و ثروتمند بوده‌اند که سود کرده‌اند. قابل ذکر است که ثروتمندان و قدرتمندان به ندرت در بسیاری از کارهای فکری برای خلق ایده‌های جدید شرکت داشته‌اند.

این مشکلات (خصوصی‌سازی اطلاعات دولتی، کاهش ابداعات، مالکیت اطلاعات ژنتیکی و عدم تملک اطلاعات توسط ابداع کننده حقیقی) نشانه‌های مشکل عمیق‌تر با کل ایده مالکیت فکری است. برخلاف کالاهای مادی، در مالکیت فکری مانع فیزیکی برای تهیه ایده‌های فراوان وجود ندارد (در واقع مشکل بزرگ‌تر می‌تواند لطافت بیش از اندازه ایده‌ها باشد). مالکیت فکری تلاشی است برای ایجاد کمیابی مصنوعی تا با هزینه اقلیت به

اکثریت پاداش بدهیم. مالکیت فکری بی‌عدالتی و نابرابری را تشدید می‌کند. مالکیت فکری رقابت بر اطلاعات و ایده‌ها را ترویج می‌کند در حالی که همکاری و تعاون منطقی‌تر است. در کلام پیتر دراهوس (Peter Drahos) - پژوهشگر در مالکیت فکری - مالکیت فکری شکلی از حاکمیت خصوصی بر عمده‌ترین و مهم‌ترین اطلاعات است (Drahos, 1994: 249 - 279). در این قسمت چندین مثال سوء استفاده از قدرتی را که ناشی از قدرت اعطای حاکمیت مطلق بر اطلاعات است بررسی می‌کنیم.

از کاشت درخت نیم (neem) در هند در حوزه‌های پزشکی، وسایل بهداشتی، جلوگیری از بارداری، درخت جنگلی، سوخت و کشاورزی استفاده می‌شود. این استفاده‌ها در طول چندین قرن توسعه یافته اما هرگز به صورت انحصاری در نیامده بود. از اواسط دهه ۱۹۸۰ شرکت‌های آمریکایی و ژاپنی حق اختراعات دوازده‌گانه مواد به دست آمده از درخت نیم را کسب کردند. بدین ترتیب دانش بومی مشترک که به وسیله محققان هندی و روستاییان توسعه یافته بود، توسط بیگانگانی که مقدار کمی بر کار افزوده بودند به یغما رفت (Shiva and Holla - Bhar, 1993: 223 - 227).

چارلز ام. جنتایل (Charles. M. Gentile) عکاس آمریکایی برای یک دهه، پوست‌های هنری از مناظر کلوند (Cleveland) و اهایو (Ohio) تهیه می‌کرد و می‌فروخت. وی در سال ۱۹۹۵ یک پوستر از ساختمان آی. ام. پی (I. M. Pei) تهیه کرد که سالن جدید راک اند رول و موزه فیم (Rock and Roll Hall of Fame) در آن ساختمان قرار داشت. این بار او به درد سر افتاد. موزه از او به خاطر سوء استفاده از علامت تجاری که در عکس خود قرار داده بود شکایت کرد. اگر ساختمانها بتوانند به عنوان علامت تجاری ثبت شوند، پس هر عکاس، نقاش و فیلم ساز مجبور است درخواست مجوز کند و قبل از اینکه از تصاویر در کار هنری‌اش استفاده کند مبلغی را بپردازد. روشن است که این با توجیه اولیه برای مالکیت فکری که برای تشویق محصول کارهای هنری بود منافات دارد.

طراح مشهور ویکتور پاپانک (Victor Papanek) می‌نویسد: کل مفهوم حق اختراع و کپی‌رایت با مشکل اساسی مواجه است. اگر اسباب بازی‌ای که تمرینهای درمانی برای کودکان معلول فراهم می‌کند طراحی کنم، در این صورت فکر می‌کنم غیرمنصفانه باشد که انتشار آن را برای مدت یک‌سال و نیم به تأخیر بیندازم تا مراحل درخواست حق اختراع را

طی کنم. فکر می‌کنم که ایده‌ها فراوان و ارزان هستند و این اشتباه است که بخواهیم از نیاز دیگران پول به دست بیاوریم. من در متقاعد کردن تعدادی از شاگردانم برای قبول این نظر بسیار موفق بوده‌ام. بسیاری از چیزهایی که شما در این کتاب به عنوان نمونه‌های طراحی می‌یابید هرگز ثبت نشده‌اند. در واقع تقریباً استراتژی مخالف پیروز می‌شود. در بسیاری موارد من و شاگردانم طراحی‌هایی می‌کنیم. به عنوان مثال از فضای بازی برای کودکان نابینا، شرح ساده چگونگی ساخت آن را می‌نویسیم و سپس طرحها را چاپ می‌کنیم. اگر اداره‌ای در هرکجا درخواستی برای ما بنویسد، دانش‌آموزانم دستورها را مجانی برای آنها خواهند فرستاد (Papanek, 1985: P.Xi).

در سال ۱۹۸۰ کتابی با عنوان «اسناد سیاست خارجی و دفاعی استرالیا از ۱۹۶۸ تا ۱۹۷۵» توسط جرج مانستر (George Munster) و ریچارد والش (Richard Walsh) منتشر شد. این کتاب بسیاری از یادداشت‌های حکومتی محرمانه، جلسات توجیهی و اسناد دیگر درباره درگیری استرالیا در جنگ ویتنام، وقایعی که منجر به تهاجم اندونزی به تیمور شرقی شد و مسائل دیگر را نقل می‌کرد. ارائه این مطالب باعث شرمندگی دولت استرالیا شد. دولت در یک حرکت بی‌سابقه دستور موقت صادر کرد که در آن به قانون جرائم (قانون جزا) و قانون کپی‌رایت استناد کرده بود. کتابهای در معرض فروش توقیف شدند. انتشار دو روزنامه مهم که مطلب را از کتاب برداشت کرده بودند توقیف شد. دادگاه عالی حکم کرد که قانون جرائم به اجرا در نمی‌آید. اما اطلاعاتی که توسط کپی‌رایت حمایت می‌شد به تصرف دولت درآمد. بنابراین کپی‌رایت که به منظور تشویق خلاقیت‌های هنری تأسیس شده بود، برای جلوگیری از انتشار اسنادی استفاده شد که کپی‌رایت مطلقاً برای تولیدات آنها مشوق نبود. بعدها مانستر و والش کتابی را چاپ کردند که در آن از تلخیصها و نقل قولهای خلاصه برای ارائه اطلاعات استفاده کردند (Munster: 1982).

ساین تولوژی (Scientology) مکتبی است که در آن فقط اعضای خاصی که به مرحله پیشرفته آگاهی رسیده‌اند می‌توانند به اطلاعات مخصوصی که برای دیگران محرمانه است دسترس پیدا کنند. ساین تولوژی مدتها باعث بحث جنجال برانگیزی توسط منتقدانی بوده که معتقدند ساین تولوژی باعث استثمار اعضا می‌شود. بعضی از منتقدان از جمله ساین تولوژیست‌های سابق، اسناد محرمانه مراحل پیشرفته را به اینترنت وارد کردند. در پاسخ،

مقامات کلیسا به کپی‌رایت متوسل شدند. پلیس به خانه‌های منتقدان حمله نمود و کامپیوترها، دیسکها و دیگر وسائل را توقیف کرد. این مطلب کاملاً دور از ذهن است، چرا که هدف بیان شده کپی‌رایت مخفی کردن اطلاعات نیست، بلکه برای رشد تولید ایده‌های جدید است (Grossmam, 1995: 172 – 177, 248 - 252).

مثالهای زیر نشان می‌دهد عدم قطعیت قانون مالکیت فکری دامنه ادعاهایی را که تا اندازه‌ای قابل قبول به نظر می‌رسد وسعت می‌دهد. بعضی اهداف چنین ادعاهایی برای انگیزه‌های اقتصادی ارائه می‌شود.

آشلی بریلیانت (Ashleigh Brilliant) طنزپرداز حرفه‌ای است. او هزاران گفته کوتاه را ابداع و به ثبت رسانده است، از جمله: اساساً ممکن است که همه چیز بی‌اساس باشد. هنگامی که او فهمید فردی یکی از طنزهای او را استفاده کرده با او برخورد کرد و از او به جهت نقض کپی‌رایت تقاضای پرداخت وجه کرد. دیوید برینکلی (David Brinkley)، خبرنگار تلویزیونی، کتاب «هرکس حق دارد دیدگاههای من را بداند» را نوشت؛ عنوانی که او به یکی از دوستان فرزندش نسبت داده بود. بریلیانت با برینکلی در باره نقض کپی‌رایت برخورد کرد. رندم هوس (Random House) ناشر کتاب برینکلی بدون اینکه به مسئله اعتراض کند هزار دلار به بریلیانت پرداخت کرد. شاید به این خاطر که ممکن بود اعتراض کردن هزینه بیشتری در برداشته باشد (Kirk Patrick, 1997: p. BI).

رابرت کانستات (Robert Kunstadt) حقوقدان پیشنهاد داد که ورزشکاران می‌توانند نوآوریهای ورزشی خود را به ثبت برسانند، مانند «پرش ارتفاع فاسبری» که توسط دیک فاسبری (Dick Fosbury) ورزشکار پرش ارتفاع ابداع شد. این پیشنهاد ممکن بود موجب کسب پول هنگفتی برای عده‌ای از ستارگان ورزش شود و نیز سبب مشاجرات زیادی شد. ورزشکاران از پیش انگیزه بسیار زیادی برای نوآوری داشتند، اگر آن نوآوری به عملکرد آنها کمک می‌کرد. به ثبت رساندن حرکات بسکتبال یا حرکات پا در رقص می‌توانست خدمت عمده‌ای برای محدود کردن میزان جذب نوآوریها باشد و اساساً می‌توانست ظلم به کسانی باشد که تمکن مالی اندکی برای پرداخت حق امتیاز دارند.

انجمن ملی بسکتبال آمریکا در دادگاه برای حق‌انحصاری پنخش تلویزیونی نتایج بازیهای در حال انجام، اقامه دعوی کرد که در مرحله نخست پیروز شد اما در فرجام خواهی شکست خورد (Rose, 1997: 96).



روزنامه اسکاتلندی شتلند تایمز (Shetland Times) به دادگاه رفت برای اینکه یک سرویس اطلاعاتی خبری آنلاین را از دادن لینکهای فوق متن به وب سایت خود متوقف کند. اگر لینکهای فوق متن بدون اجازه باشند غیرقانونی اند و این شبکه گسترده جهانی (World Wide Web) را تضعیف می کند (Edwards, 1996: 5).

این مثالها نشان می دهد که مالکیت فکری به ابزاری تبدیل شده برای اعمال قدرت از راههایی که کاملاً جدای از هدف اصلی آن یعنی افزایش ابتکار و استفاده از ایده های جدید است.

## نقد توجیهات قانونی

ادوین. سی. هتینگر (Edwin C. Hettinger) نقد خردمندانه ای بر استدلالهای عمده ای که برای توجیه مالکیت فکری استفاده شده تهیه کرده است. بنابراین نقل خلاصه این تحلیلها ارزشمند خواهد بود (Hettinger, 1989: PP. 31 - 52; Vaver, 1990: 98 - 128). او با اشاره به این استدلال واضح در مخالفت با مالکیت فکری شروع کرده که شریک پذیر بودن موضوعات فکری هنوز به مالک اصلی اجازه می دهد از آنها استفاده کند. بنابراین بار اثبات بر عهده کسانی است که برای مالکیت فکری استدلال می آورند.

دلیل اول برای مالکیت فکری این است که مردم مستحق نتایج زحمت و تلاش خود هستند. پاسخ هتینگر این است که تمام ارزش محصولات فکری به خاطر کار نیست و علاوه بر این ارزش محصولات فکری به خاطر کار یک کارگر تنها یا هر گروه کوچک نیست. محصولات فکری محصولات اجتماعی هستند.

فرض کنیم شما مقاله ای بنویسید یا ابداعی کنید. اثر فکری شما در انزوای مطلق از اجتماع قرار ندارد. بدون انجام بسیاری از کارهای (فکری و غیرفکری) افراد قبلی، وجود اثر شما ممکن نبود. کارهای پیشین، کارهای معلمان و والدین شما و از جمله مؤلفان و مخترعان پیشین را که زیربنا را برای مقاله یا نوشته شما فراهم کردند و همچنین مردمانی را که در باره ایده ها بحث و گفت و گو کردند و از مهارت ها استفاده کردند (در هر دو مرحله تئوری و عملی) و زیر بنای فرهنگی را برای نوشته شما فراهم کردند شامل می شود؛ افرادی که ماشین چاپ را ساختند، سیمهای تلفن را کشیدند، جاده ها و خانه ها را ساختند و در بسیاری جهات دیگر در ساختن اجتماع همکاری کردند. می توان به بسیاری از افراد

دیگر نیز اشاره کرد. مسئله این است که هر جزء از کار فکری همیشه بر روی کارهای پیشین بنا می‌شود و بدون در نظر گرفتن کار بسیاری از افراد گذشته ناممکن است.

هتینگر خاطر نشان می‌کند افراد پیشین که در توسعه ایده‌ها سهم داشتند اکنون وجود ندارند. بنابراین نویسندگان امروزی نمی‌توانند از جهت قانونی مدعی تمام اعتبار و افتخار شوند.

آیا قیمت بازار یک نمونه محصول فکری، نشان دهنده معقولی برای سهم شخص است؟ مطمئناً این گونه نیست. همان‌طور که هتینگر ذکر کرده و همچنان که در بخش بعدی بررسی می‌شود، بازار فقط با حقوق مالکیتی که از قبل تثبیت شده کار می‌کند. بنابراین بحث از توانایی بازار برای تعیین و اندازه‌گیری آثار فکری بحثی دوری است. هتینگر این نکته را به صورت خلاصه این‌گونه بیان می‌کند: این عقیده که کارگر طبیعتاً به عنوان موضوع حق، مستحق دریافت قیمت بازار محصول است موهوم است. اینکه کارگران شخصی تا چه اندازه‌ای مجاز به دریافت قیمت بازاری محصولشان هستند، مسئله‌ای مربوط به سیاست اجتماعی است.

بحث دیگر اینکه مردم حق تملک و استفاده خصوصی از آنچه توسعه داده‌اند دارند. پاسخ هتینگر این است که این مطلب اثبات نمی‌کند آنها مستحق قیمت بازار هستند و نه حتی اینکه آنها حق جلوگیری از استفاده دیگران از اختراع را دارند.

دومین دلیل عمده برای مالکیت فکری این است که مردم به خاطر کارشان مستحق حقوق مالکیت هستند. این مطلب این بحث کلی را مطرح کرد که مردم مستحق چه چیزی هستند؛ موضوعی که فلاسفه آن را تجزیه و تحلیل کرده‌اند. نتیجه‌گیری معمول آنان با آنچه مردم فکر می‌کنند عرف عام است مخالف می‌کند. هتینگر می‌گوید پاداش مناسب برای کار باید متناسب با زحمت و تلاش شخص، خطر پذیری و ملاحظات اخلاقی باشد. این به نظر درست می‌آید، اما متناسب با ارزش نتایج کار نیست؛ خواه توسط بازارها یا توسط معیار دیگری تعیین شود. این به خاطر ارزش کار فکری است که از چیزهایی تأثیر می‌پذیرد که تحت کنترل کارگر نیست، از جمله بخت و استعداد طبیعی. هتینگر می‌گوید: شخصی که با استعدادهای فطری فوق العاده متولد می‌شود و یا کسی که بی‌نهایت خوش شانس است، بر اساس این ویژگی مستحق چیزی نیست. نابغه موسیقی مانند موزارت (Mozart) می‌تواند آثار زیادی برای جامعه تولید کند. متولد شدن با استعدادهای فراوان

موسیقی توجیهی برای تملک حقوق آثار و اجراهای موسیقی فراهم نمی‌کند. به همین شکل، کار توسعه دادن اسباب بازی مانند لاک‌پشتهای نینجای عجیب‌الخلقه نوجوان که به طور شگفت‌انگیزی محبوب شدند، توجیهی برای تملک حقوق کلیه استفاده‌های ممکن از نمونه‌های لاک‌پشت را فراهم نمی‌کند.

درباره موقعیتی که یک شخص در وظیفه‌ای به سختی کار می‌کند و شخص دومی با استعداد مساوی با فشار کمتری کار می‌کند چه باید گفت؟ آیا کارگر اول مستحق پاداش بیشتری نیست؟ شاید این‌گونه باشد. حقوق مالکیت، ساخت و کار مناسبی برای توزیع پاداشها فراهم نمی‌کند. بازار می‌تواند به کسی که با موفقیت مدعی حقوق مالکیت یک اکتشاف است پاداشهای عالی بدهد و به کسی که واقعاً فرصتی را از دست می‌دهد مقدار کم یا ناچیزی بدهد.

دلیل سوم برای مالکیت فکری اینکه مالکیت خصوصی ابزاری برای حمایت زندگی شخصی و استقلال شخصی است. هتینگر پاسخ می‌دهد زندگی خصوصی با افشانکردن اطلاعات نه با مالک شدن آن حمایت می‌شود. اسرار تجاری نمی‌تواند به خاطر اینکه در محدوده زندگی شخصی است حمایت شود؛ زیرا شرکتها افراد نیستند. همچنان که لازمه استقلال شخصی، حق کپی‌رایت و حق اختراع نیست.

دلیل چهارم اینکه حقوق مالکیت فکری برای افزایش ابداع ایده‌های بیشتر مورد نیاز است. عقیده این است که مالکیت فکری محرکهای مالی برای تولید ایده‌ها را فراهم می‌کند. هتینگر معتقد است که این تنها بحث معقول برای مالکیت فکری است. با این حال او هنوز شخصی شکاک است. او متذکر می‌شود که تمام بحث بر تناقض بنا شده است؛ به این معنا که به خاطر رشد توسعه ایده‌ها لازم است آزادی افراد در استفاده از اموال فکری را کاهش بدهیم. کپی‌رایت و حق اختراع ممکن است ایده‌های جدید و نوآوریها را تشویق کند، اما همچنین مانع استفاده آزادانه دیگران از آنها می‌شود.

این بحث درباره مالکیت فکری بدون تحقیقات بیشتر قابل حل نیست. هتینگر می‌گوید اینکه حق اختراع و کپی‌رایت برای چه مدت باید اعطا شود نیاز به بررسی دارد تا دوره زمانی مناسب برای حمایت از کار فکری مشخص شود.

اطلاعات به خاطر نوآوری تکنولوژیکی، ارزشمندتر می‌شود، وقتی که توسط اطلاعات

جدید ارتقا می‌یابد. نوآوری یک فرایند جمعی است. اگر شرکتها در صنعت اطلاعات توسط همکاری ضمنی یا همکاری علنی سهم شوند، این باعث سرعت بخشیدن به نوآوری و کاهش یافتن قیمت‌ها می‌شود. حق اختراع که اطلاعات را وارد بازار می‌کند و قیمت اطلاعات را افزایش می‌دهد، در واقع روند نوآوری را کند می‌کند (Mandeville: 1996).

باید متذکر شد با اینکه میزان و سرعت کار فکری در طول چند قرن گذشته افزایش یافته، مدت حمایت از مالکیت فکری آن‌چنان که مورد انتظار بوده کاهش نیافته، بلکه رشد فراوانی داشته است. دولت ایالات متحده آمریکا حق کپی‌رایت خارجی را در بخش عمده‌ای از دهه اول سده هجدهم به رسمیت نمی‌شناخت. در آمریکا که قبلاً حق کپی‌رایت فقط برای مدت چند دهه بوده، امروزه می‌تواند برای طول زندگی یک نویسنده به علاوه هفتاد سال باشد. در بسیاری کشورها موضوعات مربوط به شیمی و داروسازی تا چندین پیش قابل ثبت نبود. این مطلب حاکی است که حتی اگر مالکیت فکری را بتوان بر مبنای توسعه دادن ایده‌های جدید توجیه کرد، نیروی پیشبرنده‌ای پشت سر سیستم کنونی کپی‌رایت و حق اختراع نیست. گذشته از اینها تعداد کمی از نویسندگان هستند که شوق زیادی برای نوشتن و چاپ احساس می‌کنند، فقط به خاطر اینکه کارشان به جای اینکه تا زمان مرگشان حمایت شود، تا هفتاد سال پس از مرگشان مورد حمایت کپی‌رایت قرار می‌گیرد.

از میان انواع مختلف مالکیت فکری، کپی‌رایت به طور خاص برای استعمار تأسیس شد. برخلاف حق اختراع، کپی‌رایت بدون درخواست اعطا می‌شود و برای مدت بیشتری باقی می‌ماند. کپی‌رایت که اساساً برای تشویق کارهای هنری و ادبی طراحی شد، در حال حاضر برای هر یادداشت یا خطی استعمال می‌شود و بیشتر از هنر با تجارت مرتبط است. نیازی به تشویق محصولات سازگار با تجارت نیست، پس چرا کپی‌رایت در این مورد به کار می‌رود؟ (Vaver, 1996: 69 - 80)

مالکیت فکری بر مبنایی مضطرب بنا شده است: ایده‌ها عمومی هستند، مخترعان خواهان بهره‌های خصوصی آن هستند و برای غلبه بر این اضطراب تمایز بین ایده‌ها و بیان کردن آنها شکل می‌گیرد. ایده‌ها نمی‌توانند تحت حمایت کپی‌رایت باشند و بیان آنها می‌تواند. این تمایز خاص به این تفکر رمانتیک مبتکر مستقلاً که به نحوی در استخر مشترک ایده‌ها سهم است بدون اینکه از آن آب بردارد گره خورده است. این مجموعه

مفاهیم ظاهراً نویسندگان را در ادعای حقوق باقیمانده (یعنی کپی‌رایت) در ایده‌هایشان بعد از منتقل کردن آنها توجیه می‌کند، در حالی که به کارگرهای دستی هیچ مبنای منطقی برای مدعی شدن باقیمانده حقوق در ابداعاتشان اعطا نمی‌کند (Boyle: 1996). با این حال در عمل تمایز ایده - بیانی مشکوک است و عده‌ای قلیلی از صاحبان مالکیت فکری شباهت کمی به مبتکران رمانتیک دارند.

## بازار ایده‌ها

ایده مالکیت فکری رابطه بسیار زیادی با مفهوم «بازار ایده‌ها» دارد؛ یک مفهوم مجازی که به طور گسترده در بحث آزادی بیان از آن استفاده می‌شود. برای اینکه این ادعا را که مالکیت فکری باعث رشد توسعه ایده‌های جدید می‌شود کمی عمیق‌تر مورد بررسی قرار دهیم، مفید است که مفهوم بازار ایده‌ها را دقیقاً بررسی کنیم. تصویری که توسط بازار ایده‌ها افاده می‌شود این است که ایده‌ها برای پذیرفته شدن در بازار رقابت می‌کنند. تا وقتی که رقابت عادلانه است (به این معنا که همه ایده‌ها و شرکت کنندگان به مجوز ورود به بازار ایده‌ها دسترس دارند) ایده‌های خوب بر ایده‌های بد پیروز خواهند شد. چرا؟ چون مردم حقیقت و ارزش ایده‌های خوب را تشخیص می‌دهند. از طرف دیگر اگر بازار به عنوان مثال از طریق اجازه ورود ندادن به بعضی از گروه‌ها محدود شود، بنابراین ایده‌های مشخصی نمی‌توانند امتحان و آزمایش شوند و ایده‌های موفق ممکن است ایده‌های بهتر نباشند.

به لحاظ منطقی علتی وجود ندارد که چرا بازار ایده‌ها باید بازار ایده‌های تحت تملک باشد. مالکیت فکری نمی‌تواند صرفاً توسط بازار ایده‌ها توجیه شود، اما چون تصویر بازار ایده‌ها یک تصویر اقتصادی است، تمایل شدیدی برای مرتبط کردن مالکیت فکری با بازار ایده‌ها وجود دارد. همان‌گونه که بعداً بررسی می‌شود، ارتباط میان این دو مفهوم وجود دارد اما نه به صورتی که معمولاً مدافعان این دو مفهوم تصور می‌کنند.

نمونه‌های عملی زیادی از عدم موفقیت بازار ایده‌ها وجود دارد؛ گروه‌هایی که بد نام شدند یا گروه‌هایی که قدرت از دست دادند، به ندرت دیدگاه‌هایشان را عرضه می‌کنند. این شامل اقلیت‌های نژادی، زندانیان، بیکاران، کارگران دستی و منتقدان رادیکال وضع موجود و دیگران می‌شود. حتی وقتی که چنین گروه‌هایی خودشان را برای ترویج ایده‌هایشان

سازماندهی می‌کنند، نظرهایشان اغلب هنگامی که رسانه‌های گروهی بر اعتراض آنها متمرکز می‌شوند نادیده گرفته می‌شود. مثلاً در مورد تظاهرات و راهپیمایی‌های جنبش صلح به همین نحو عمل می‌شود.

به وضوح ایده‌های خوب در بازار ایده‌ها همیشه پیروز نمی‌شوند. برای مثال دیدگاه‌های کارگران غالباً به اندازه نظر کارفرما ارزشمند است و با این حال نابرابری زیادی در معرفی دیدگاه‌های مخصوص به آنها در رسانه‌های گروهی وجود دارد. نتیجه اینکه مقدار قابل توجهی از ایده‌هایی که برای خدمت به منافع کارفرمایان به ضرر کارگران رخ می‌دهد (مثل اینکه مردم دانا کار ندارند به این خاطر که آنها به اندازه کافی برای پیدا کردن کار تلاش نمی‌کنند) به طور گسترده پذیرفته شده، اگر چه آن ایده‌ها در عمل به وسیله همه تحلیلگران آگاه رد می‌شود.

دلیل ساده و اساسی برای عدم موفقیت بازار ایده‌ها، نابرابری مخصوصاً نابرابری اقتصادی است (Baker: 1989). شاید در گروهی از افراد که در اتاقی نشسته‌اند و درباره مسئله‌ای بحث می‌کنند، مقداری امید برای ارزشیابی ایده‌های متفاوت وجود دارد. اگر همین افراد به طور جداگانه در مقابل تلویزیون‌هایشان نشسته باشند و یکی از آنها مالک ایستگاه تلویزیونی باشد، روشن است که مبنای ناچیزی برای امتحان ایده‌ها وجود دارد. حقیقت این است که گروه‌های ثروتمند و قدرتمند می‌توانند ایده‌های خود را ترویج کنند، با اندکی احتمال تکذیب از طرف کسانی که چشم‌انداز متفاوتی دارند. همچنان‌که توضیح داده شد، رسانه‌های عمومی شرکت‌های قدرتمندی هستند که نه تنها از منافع خودشان بلکه از منافع دولت‌ها و شرکت‌ها حمایت می‌کنند.

در شرایطی که شرکت کنندگان هم‌تاهای نزدیک به هم هستند (مانند بحث فکری در میان اشراف با شیوه آکادمیکی) تصویر رقابت ایده‌ها تا حدی مقبول است. اما مالکیت رسانه‌های گروهی یا ایده‌ها به سختی پیش‌شرط برای چنین بحثی محسوب می‌شود. آنچه ضروری است تساوی قدرت است. برای بررسی یک مثال از چندین مثال ممکن، وقتی که کارمندان شرکت‌ها آزادی برای صحبت کردن آزادانه بدون جریمه نداشته باشند، نمی‌توانند شرکت کنندگان برابر در بحث‌ها باشند.

بعضی ایده‌ها (از جهت ارزشمند بودن برای اجتماع) خوب ولی برای بعضی گروه‌ها

ناخوشایند هستند؛ برای گروه‌های قدرتمند مانند دولت‌ها و شرکت‌هایی که جرم‌های گزاف مرتکب می‌شوند خوشایند هستند و برای تجارت چشمگیری که در تکنولوژی شکنجه و سرکوب وجود دارد و باید متوقف شود ناخوشایند. ایده‌های دیگری وجود دارد که معارض با نظر عموم جامعه است، مثل زندانی کردن که نرخ جرم را کاهش نمی‌دهد یا پاداش مالی برای خوب فعالیت کردن در کار یا امتیاز دادن برای خوب انجام دادن تکلیف مدرسه که نتیجه معکوس دارد (Ross: 1995; Wright, 1991: 31 - 62; Kohn: 1993). (احتیاج به گفتن ندارد که افرادی ممکن است با مثالهایی که در اینجا استفاده شده مخالف باشند. این قضیه ربطی به خود مثالها ندارد بلکه مربوط به وجود بعضی ایده‌های ارزشمند اجتماعی می‌شود که ناخوشایند هستند و نادیده گرفته می‌شوند). بازار ایده‌ها صرفاً برای اینکه امثال ایده‌های ناخوشایند را آن‌طور که شایسته است جدی بگیرد کار نمی‌کند. رسانه‌های عمومی سعی می‌کنند با خوشحال کردن تماشاگران و نه با مواجه کردن آنها با ایده‌های پر دردسر و مبارزه طلبانه، به آنها سود برسانند (Entman: 1989).

بازار ایده‌ها غالباً برای توجیه آزادی بیان استفاده می‌شود. بحث این است که آزادی بیان برای فعالیت بازار ایده‌ها لازم است. اگر بعضی از انواع بیان محدود شود ایده‌های خاصی در بازار ایده‌ها قابل دسترس نخواهد بود. بنابراین بهترین ایده‌ها پیروز نخواهند شد. این به نظر قابل قبول می‌رسد. ممکن است که بازار ایده‌ها را رد کنیم، در حالی که هنوز از آزادی بیان دفاع می‌کنیم، بر این مبنا که آزادی بیان برای آزادی انسان ضروری است.

اگر بازار ایده‌ها کار نکند راه حل چیست؟ نظر متداول این است که دولت‌ها باید برای تضمین اینکه همه گروه‌ها دسترس عادلانه به رسانه گروهی دارند دخالت کنند. این رویکرد که بر مبنای افزایش برابری فرصت بوده، مشکل اساسی یعنی نابرابری اقتصادی را نادیده می‌گیرد؛ حتی اگر گروه اقلیت بخت محدودی برای ابراز نظر خود در رسانه عمومی داشته باشند. این می‌تواند به طور جدی توسط قدرت عظیم دولت‌ها و شرکت‌ها با حمایت از نظریاتشان تلافی شود. به علاوه، این نقش رسانه‌های عمومی را به عنوان مکانیزم اصلی برای انتشار ایده‌ها حفظ می‌کند، طرح‌های به اصطلاح اصلاحی یا موقعیت موجود را حفظ می‌کند و یا سانسور و ممیزی دولت را به همراه می‌آورد.

ایده خود تنظیمی زیربنای مدل بازار را تشکیل می‌دهد: بازار آزاد قرار بود بدون مداخله

خارجی فعالیت کند و در واقع قرار بود هنگامی که مداخله خارجی به حداقل می‌رسد بهتر فعالیت کند. در عمل بازارها حتی در بهترین حالتشان هم به طور مستقل عمل نمی‌کنند. حکومت پای خود را حتی در آزادترین بازارها به طور کامل به میان می‌کشد. در مورد بازار ایده‌ها دولت برای مثال توسط حمایت و اداره رسانه‌های عمومی پای خود را در هر دو مورد شکل دادن بازار و معقول‌سازی آن به میان می‌کشد. قدرتمندترین دولت جهان آمریکا نیروی پیشران در تأسیس سیستم به شدت حمایت‌گرایی از مالکیت فکری با استفاده از سیاستهای قوی درگات (موافقت نامه عمومی درباره تعرفه گمرکات و بازرگانی) بوده است. دادگاهها ممکن است در لفظ از بازار ایده‌ها استفاده کنند، اما در واقع قانون را در حمایت از موقعیت موجود تفسیر می‌کنند. به عنوان مثال بیان همچنان آزاد تلقی می‌شود تا اینکه نتایجی در پی داشته باشد و علی‌الظاهر خطر فعلی و روشنی به وجود بیاورد؛ مثل موقعی که مبارزان برای صلح اطلاعاتی را برملا کنند که ظاهراً تهدیدی برای امنیت ملی محسوب می‌شود. در این هنگام بیان محدود می‌شود. بیان بدون عمل بی‌فایده است. آزادی حقیقی احتیاج به آزادی برای تبلیغ نظریات یک فرد در مقام عمل دارد (Baker: 1989). گروههای قدرتمند توان انجام چنین کاری را دارند. دادگاهها تنها وقتی که دیگران برای انجام همین کارها تلاش می‌کنند مداخله می‌کنند.

همچنان که در مورد تجارت عموماً بازار آزاد مبتنی بر مالکیت، به منافع تولیدکنندگان قدرتمند خدمت می‌کند، در مورد ایده‌ها این شامل حکومتها و شرکتها به علاوه، اندیشمندان و متخصصان مرتبط با دانشگاهها و برنامه‌های سرگرم‌کننده، روزنامه‌نگاری و هنرها می‌شود. در مخالفت با این دسته عقاید معقول، رقابت کردن برای سایر گروهها مثل کارگران دستی بسیار مشکل است (Ginsberg: 1986). بازار ایده‌ها بازار غرض‌ورز و ساختگی است که غالباً به تنظیم دقیق روابط میان نخبگان کمک می‌کند و مشروعیت و قانونی بودن را برای آنها فراهم می‌کند (Ingber, 1984: 1 - 91).

لازمه این تحلیلها این است که مالکیت فکری نمی‌تواند بر مبنای بازار ایده‌ها توجیه شود. استدلال منفعت‌گرایانه درباره مالکیت فکری اینکه مالکیت لازم است تا باعث رشد تولید محصول ایده‌های جدید شود، زیرا محرک مالی است و محرک مالی قرار بود از بازار به دست بیاید؛ بازاری که توجیه آن بازار ایده‌هاست. به عنوان بحث منتقدانه اگر بازار



ایده‌ها با وجود نابرابری اقتصادی خدشه‌دار شود (و اساسی‌تر اینکه) اگر بازار ایده‌ها یک ابداع ساختگی است که به ایده‌های تولیدکنندگان قدرتمند خدمت می‌کند و نقش نخبگان را موجه می‌کند، بنابراین دلیل برای مالکیت فکری بی‌اساس است. مالکیت فکری تنها به و خیم‌تر شدن نابرابری که مالکیت فکری بر اساس آن بنا شده خدمت می‌کند.

## نظام جایگزین

نظام جایگزین برای مالکیت فکری ساده است: محصولات فکری نباید تملک شود؛ نه به این معنا که توسط اشخاص، شرکتها، حکومتها یا اجتماع به عنوان اموال مشترک تملک نشود، بلکه به این معنا که ایده‌ها باید در دسترس هر فردی که می‌خواهد از آن استفاده کند قرار گیرد. یک مثال برای اینکه به این مطلب چگونه باید عمل شود زبان است و از جمله آن کلمات، صداها و سیستمهای مفهومی که ما هر روزه به وسیله آن با دیگران ارتباط برقرار می‌کنیم. تکلم به یک زبان برای هرکس که بخواهد صحبت کند آزاد است (در واقع شرکتها مقداری از زبان را توسط علامات تجاری و شعارها کنترل می‌کنند).

۱۷۷

فقه و حقوق / مخالفت با مالکیت فکری

مثال دیگر، معرفت علمی است: دانشمندان تحقیق می‌کنند و نتایج آن را منتشر می‌کنند. بخش عظیمی از معرفت علمی دانش عمومی است. بعضی از قلمروهای علم مثل تحقیقات طبقه‌بندی شده نظامی همگانی نیست. معمولاً بحث می‌شود که پویاترین بخشهای علمی آنهایی هستند که کمترین پنهانکاری را دارند. ایده‌های آزاد می‌توانند آزمایش شوند، بحث شوند، اصلاح و توسعه داده شوند. تبدیل کردن دانش علمی به کالا در بازار، همچنان‌که درباره مهندسی ژنتیک اتفاق افتاد، مسلماً از رشد علم جلوگیری می‌کند.

تعداد کمی از دانشمندان شکایت کرده‌اند که آنها دانشی را که تولید کرده‌اند تملک نمی‌کنند. در واقع آنها وقتی تمایل به شکایت دارند که شرکتها و دولتها برای کنترل انتشار ایده‌ها تلاش می‌کنند. بیشتر دانشمندان از دولت، شرکت یا دانشگاه حقوق دریافت می‌کنند. وسیله امرار معاش آنها وابسته به حق تألیف اثر منتشر شده نیست.

دانشمندان دانشگاهی بیشترین آزادی را دارند. علت اصلی که آنها تحقیق می‌کنند ارضای حس فطری تحقیق و اکتشاف (انگیزه کلیدی برای بسیاری از دانشمندان بزرگ جهان) و نیز این است که توسط هم‌سنخان خودشان شناخته شوند. برای تبدیل معرفت

علمی به مالکیت فکری باید از شوق و اشتیاق بسیاری از دانشمندان به کارهایشان بکاهیم. در هر صورت همچنان که دولتها بودجه دانشگاهها را کاهش می‌دهند، دانشمندان و سرپرستهای دانشگاه به صورت فزاینده‌ای به حق اختراع به عنوان منبع درآمد روی می‌آورند. زبان و معرفت علمی ایده‌آل و مطلوب نیستند. در واقع آنها غالباً برای اهداف زیان‌آور استفاده می‌شوند. با این حال تصور آن مشکل است که تبدیل آنها به مال چگونه آنها را بهتر می‌کند. مسئله علوم نشان می‌دهد که کار فکری فعال بدون مالکیت فکری کاملاً ممکن است و واقع اینکه ممکن است کاملاً فعال باشد، زیرا اطلاعات تملک نمی‌شوند. بسیاری از قلمروها هستند که برخلاف علوم مدت زیادی با مالکیت فکری به عنوان واقعیت زندگی فعالیت کرده‌اند. بدون تملک اطلاعات چه اتفاقی ممکن است بیفتد؟ ایرادهای زیادی به ذهن خطور می‌کند.

## سرقت ادبی

بسیاری از کارگران فکری می‌ترسند اثرشان مورد سرقت ادبی واقع شود و بسیاری از آنان فکر می‌کنند که مالکیت فکری حمایتی در مقابل سرقت ادبی فراهم می‌کند. گذشته از اینها (بدون وجود کپی‌رایت) چرا نباید افرادی اسمشان را بر روی تحقیق شما بنویسند و آن را چاپ کنند؟ در واقع کپی‌رایت حمایت محدودی در مقابل سرقت ادبی به وجود می‌آورد (Stearns, 1992 : 513 - 553). آنچه معروف به حقوق اخلاقی نویسنندگان است، برای اینکه پذیرفته شود، در بسیاری کشورها توسط قانون حمایت شده، اما راهی بسیار دشوار برای برخورد با سرقت ادبی است.

سرقت ادبی یعنی استفاده از ایده‌های دیگران بدون اینکه از آنها تأیید کافی بگیریم. سرقت ادبی انواع مختلفی دارد. یک نوع سرقت ادبی، سرقت ایده‌هاست: فردی ایده اصلی شما را می‌گیرد، از بیان متفاوتی استفاده می‌نماید و آن را به عنوان ایده خودش مطرح می‌کند. کپی‌رایت در مقابل این‌گونه سرقت ادبی هیچ‌گونه حمایتی فراهم نمی‌کند. نوع دیگر سرقت ادبی، سرقت کلمه به کلمه است. هنگامی که فردی کلماتی را که شما نوشته‌اید (از کتاب، مقاله، چند پاراگراف یا حتی یک جمله) می‌گیرد و آنها را همراه با اصلاحات ناچیز یا بدون آن از جانب خودش مطرح می‌کند - با این فرض که حق کپی‌رایت آن را داشته باشید -

کپی‌رایت این نوع سرقت ادبی را پوشش می‌دهد. در بسیاری موارد حق کپی‌رایت توسط ناشر و نه نویسنده تملک می‌شود (Mallon: 1989; Posner, 1988: 19 - 24).

در واقع سرقت ادبی همیشه در درجه‌ها و شیوه‌های متفاوت ادامه داشته و قانون کپی‌رایت به طور جدی در مقابله با آن استفاده شده است. مؤثرترین چالش برای سرقت ادبی اقدام حقوقی نیست، بلکه جار و جنجال تبلیغاتی است. دست‌کم در میان نویسندگان، سرقت ادبی به صورت گسترده محکوم و نکوهیده است. به این دلیل (حمایت کپی‌رایت) و به خاطر اینکه نویسندگان دنبال کسب اعتبار مناسب خود هستند، بیشتر آنها مراقب هستند که از سرقت ادبی دوری کنند.

حتی دلیل اساسی‌تری وجود دارد که چرا کپی‌رایت حمایتی در مقابل سرقت ادبی فراهم نمی‌کند. شایع‌ترین نوع سرقت ادبی در نظام اجتماعی نهادینه شده است؛ گزارشهای حکومت و شرکت تحت نام کارکنان ارشد انتشار می‌یابد؛ کسانی که گزارشها را نوشته‌اند. سیاستمداران و مدیران شرکت سخنرانیهایی می‌کنند که توسط زیردستان نوشته شده است. اینها مثالهای فراگیر سوء معرفی نویسنده حقیقی است که شخصیت‌های قدرتمند اعتبار کار اشخاص زیردست را کسب می‌کنند (Martin, 1994: 34 - 47). کپی‌رایت (اگر اصلاً تأثیری داشته باشد) به جای اینکه این نوع سرقت ادبی نهادینه شده را به چالش بکشد آن را تقویت می‌کند.

## حق تألیف

حق تألیف در مورد نویسندگان، مخترعان و دیگرانی که امرار معاش آنها وابسته به حق تألیف است چه می‌شود؟ نخست باید اشاره شود که تنها اشخاص بسیار معدودی پول کافی از حق تألیف به دست می‌آورند تا بتوانند با آن زندگی کنند. برای مثال احتمالاً فقط چند صد نفر نویسنده که برای خود کار می‌کنند در آمریکا وجود دارند. اکثر امتیازات مالکیت فکری نصیب چند شرکت بزرگ می‌شود. اما برای کارگران فکری که زندگی آنها به حق تألیف و دیگر امتیازات مرتبط با مالکیت فکری وابسته است، این هنوز یک مسئله جدی است. نظام جایگزین مالکیت فکری در این مورد سازماندهی مجدد سیستم اقتصادی است. آن عده‌ای که در حال حاضر زندگی‌شان وابسته به حق تألیف است، باید به جای آن

حقوق، کمک هزینه مالی، یا کمک هزینه تحصیلی دریافت کنند، دقیقاً همان‌طور که بیشتر دانشمندان عمل می‌کنند.

رهایی از مالکیت فکری، درآمد تعدادی از اشخاص خلاق و بسیار موفق مانند آگاتا کریستی (Agatha Christie) نویسنده، اندرولویید وبر (Andrew Lloyd webber) آهنگساز و استیون اسپیلبرگ (Steven Spielberg) فیلمساز را کاهش خواهد داد. ناشران می‌توانند رمانهای کریستی را بدون مجوز چاپ کنند، شرکتهای تئاتر می‌توانند اپراهای وبر را هرکجا که می‌خواهند اجرا کنند و فیلمهای اسپیلبرگ را می‌شود همه جا تکثیر کرد و نمایش داد. عروسکها و دایناسورهای فیلم پارک ژوراسیک و تی شرتهای جهان گم شده، می‌توانند آزادانه تولید شوند. این امر درآمد و تا اندازه‌ای فرصت نمایش هنری توسط این اشخاص را کاهش خواهد داد، اما منابع اقتصادی آزاد خواهد شد: پول بیشتری برای دیگر مبتکران فراهم خواهد شد. کریستی، وبر و اسپیلبرگ بدون مالکیت فکری هم آن‌قدر محبوب هستند که پول را به سمت آنها و شرکتهای خانوادگی‌شان هدایت کند.

مبتکران نوعاً خلاق به خاطر مالکیت فکری وضعیت بدتری دارند. نویسندگانی را در نظر بگیرید که هر سال چند صد یا حتی چند هزار دلار از درآمد حق تألیف عایدش می‌شود. این درآمدی ملموس است که مبتکران به لحاظ پولی و نمادین قیمت می‌گذارند. این باید در مقابل دستمزد حق تألیف و سودهای انحصاری هنگام خرید کتابها، مجلات، سی‌دی‌ها و نرم افزارهای کامپیوتری سنجیده شود.

بسیاری از این هزینه‌ها ناپیدا و نامرئی است. برای مثال چه تعداد از مصرف‌کنندگان درک می‌کنند چقدر دارند برای مالکیت فکری پرداخت می‌کنند، هنگامی که داروهای تجویز شده را می‌خرند، برای مدارس (از طریق مالیاتها یا شهریه‌ها) پرداخت می‌کنند، خوار و بار می‌خرند یا از رادیو به یک قطعه موسیقی گوش می‌دهند؟ هنوز در این موارد و در بسیاری موقعیتهای دیگر هزینه‌ها به نحو قابل ملاحظه‌ای به خاطر مالکیت فکری افزایش پیدا می‌کند. اکثر هزینه‌های اضافی نصیب مخترعان نمی‌شود، بلکه نصیب شرکتهای طبقات بالای اداری می‌شود، مانند اداره‌های ثبت اختراعات و شرکتهای حقوقی که برای سر پا نگه داشتن سیستم مالکیت فکری لازم است.

## محرک خلاقیت

مشوق برای خلاقیت چه می‌شود؟ بدون احتمال ثروت و شهرت چه چیزی می‌تواند اشخاص خلاق را برای تولید کارهای خلاقانه تحریک کند؟ در واقع بیشتر مبتکران و نوآوران توسط علاقه درونی‌شان ترغیب می‌شوند نه با پاداشها. مجموعه فراوانی از مدارک نشان می‌دهد پاداشها (برخلاف نظر عموم) عملاً کیفیت کار را کاهش داده است. اگر هدف، کار بهتر و خلاقانه‌تر باشد، پرداخت به مبتکران بر پایه کار کارمزدی (به عنوان نمونه از طریق حق تالیف) تأثیر معکوس دارد.

در جامعه بدون مالکیت فکری هم رشد خلاقیت امکان دارد. بیشتر مشکلاتی که تصور می‌شود اگر مالکیت فکری نباشد اتفاق می‌افتد (مثل استثمار ناشران کوچکی که از کپی‌رایت صرف نظر کرده‌اند)، مناسب تمهیدات اقتصادی است که نابرابری را حفظ می‌کند. صحیح‌ترین مبنا برای جامعه بدون مالکیت فکری برابری سیاسی و اقتصادی بیشتر است. منظور فقط برابری در فرصت نیست بلکه برابری در بازده‌هاست. این به معنای یکنواختی و هم‌سطح کردن که از بالا تحمیل شده نیست؛ این به معنای آزادی و تنوع و موقعیتی است که مردم بتوانند آنچه را به آن نیاز دارند به دست بیاورند و امکان کسب قدرت یا ثروت فراوان توسط استثمار کردن کارهای دیگران وجود نداشته باشد. همین بس که بگوییم بحثهای شدید روان‌شناسانه و اجتماعی طرفدار برابری وجود دارد (Deutsch: 1985; Baker: 1987; Ryan: 1981).

## سیاستهایی برای تغییر

مالکیت فکری توسط بسیاری از گروههای قدرتمند، همچون قدرتمندترین حکومتها و بزرگ‌ترین شرکتها حمایت می‌شود. به نظر می‌رسد رسانه‌های عمومی کاملاً پشت سر مالکیت فکری هستند. از یک سو اگر اطلاعات آزادانه تکثیر شوند، حقوق انحصاری رسانه‌های عمومی تضعیف خواهد شد و از سوی دیگر به خاطر اکثر روزنامه‌نگاران قدرتمند که وابسته به حقوق اتحادیه برای داستانهایشان هستند.

شاید حمایت مالکیت فکری از طرف گروههای کوچک تولیدکننده فکری از جمله دانشگاهیها و نویسندگان مستقل به اندازه حمایت گروههای قدرتمند مهم باشد. با این حال

سود مالی برای این مبتکران به ندرت قابل ملاحظه است. آنها متقاعد شده‌اند که هر دو محتاج و مستحق حقوق ناچیز تألیفاتشان هستند. این شبیه رفتار مالکان خرد کالاها و زمین (مثل صاحبان خانه‌ها) است که شدیداً از سیستم مالکیت خصوصی دفاع می‌کنند، در حالی که ذی‌نفعان اصلی‌اش افراد بسیار ثروتمند و مالکان بنگاه‌های عظیم هستند که بر کار بسیاری اشخاص دیگر بنا شده است. متفکران همان‌گونه که تولیدکنندگان اثر فکری هستند مصرف‌کنندگان بزرگی نیز هستند. احتمالاً اکثریت، بدون مالکیت فکری از لحاظ مالی وضع بهتری داشته باشند، چرا که آنها مجبور نیستند همین اندازه برای کار افراد دیگر پردازند.

مشکل دیگر در توسعه استراتژیها اینکه به چالش کشاندن مالکیت فکری به تنهایی کمتر معقول می‌رسد. اگر صرفاً تصور کنیم که مالکیت فکری لغو شده، سیستم اقتصادی بدون تغییر باقی بماند، اعتراضهای زیادی ممکن است به وجود بیاید. به چالش کشاندن مالکیت فکری باید توسعه روشهایی برای حمایت از اشخاص خلاق را در برداشته باشد.

## تغییر فکر

گفت‌وگو درباره مالکیت فکری از ارتباط با مالکیت مادی حکایت می‌کند. در عوض بهتر است از حقوق انحصاری که توسط دولتها اعطا می‌شود، مثل امتیاز انحصاری صحبت کنیم. این ایده بهتری از آنچه در جریان است به دست می‌دهد و بنابراین به تضعیف قانونی بودن فرایند کمک می‌کند. این می‌تواند درخواستی برای اصول بازار آزاد باشد با به چالش کشیدن موانع تجارت ایده‌هایی که به وسیله حقوق انحصاری اعطا شده به دارندگان کپی‌رایت و حق اختراع تحمیل شده است. همچنین ربطی هم باید با ایده‌آلهای آزادی بیان ایجاد شود. به جای اینکه درباره مالکیت فکری از نظر مالکیت و تجارت صحبت شود، باید درباره آن از نظر بیان و نقایص آن صحبت کرد. درباره نظارت بر اطلاعات ژنتیکی باید از نظر بهداشت عمومی و رفاه اجتماعی و نه از نظر مالکیت بحث شود. شیوه‌ای که یک مسئله شکل می‌گیرد، تفاوت زیادی برای اعتبار موقعیتهای مختلف ایجاد می‌کند. روزگاری مالکیت فکری در ذهن شهروندان ضعیف بود و ساقط کردن حمایت‌های بنیادین آن بسیار آسان‌تر بود.

## عرضه قیمت‌ها

تأسیس و اداره سیستم مالکیت فکری می‌تواند هزینه زیادی داشته باشد. این شامل اداره‌های ثبت حق اختراع، قانونگذاری، پرونده‌های دادگاه، ادارات برای جمع‌آوری پول و موارد دیگر می‌شود. نیاز برای تحقیق به منظور محاسبه و تعیین این هزینه‌ها و انتقال پول میان گروه‌ها و کشورهای مختلف احساس می‌شود. کشوری متوسط از جهان اول مثل استرالیا برای مالکیت فکری خیلی بیشتر پرداخت می‌کند (اغلب به آمریکا) تا اینکه دریافت کند. همین که این ارقام قابل دسترس و فهم هستند، به کاهش مشروعیت سیستم جهانی مالکیت فکری کمک خواهد کرد (Drahos: 1996).

## تولید کارهای حمایت شده

۱۸۳

فقه و حقوق / مخالفت با مالکیت فکری

از دیدگاه مالکیت فکری این کار نشر غیرمجاز نامیده می‌شود (این یک عبارت افشاگرانه است، مثلاً هنگامی که رئیسی اعتبار کار زبردست خود را کسب می‌کند یا وقتی که کارهای فکری جهان سوم به خدمت موقعیت بهتر جهان اول گرفته می‌شود. از چنین بیانی به ندرت استفاده می‌شود. در هر مورد سرمایه‌گذاری‌هایی که شخص یا جامعه‌ای برای کار فکری می‌کند، به وسیله شخص یا جامعه دیگری که قدرت بیشتری دارد استثمار شده است). نشر غیرمجاز، هر روز هنگامی که مردم مقاله‌های به ثبت رسیده را تکثیر می‌کنند، موسیقی ثبت شده را ضبط می‌کنند، یا نرم افزار به ثبت رسیده را کپی می‌کنند، اتفاق می‌افتد. کاملاً به این خاطر که تکثیر غیرمجاز آن قدر آسان و عادی است، دولت‌ها و شرکت‌های بزرگ تهاجماتشان را برای حمایت از حقوق مالکیت فکری بالا برده‌اند. متأسفانه تکثیر غیرمجاز سیاست خوبی برای مقابله با مالکیت فکری نیست، همان‌گونه که دزدیدن کالاها روش خوبی برای به چالش کشاندن مالکیت اموال مادی نیست. دزدی از هر نوع به طور ضمنی سیستم مالکیت موجود را قبول می‌کند. به نظر می‌رسد که تکثیر کننده با تلاش برای مخفی کردن نسخه تکثیر شده و فرار کردن از جریمه‌ها مشروعیت سیستم را قبول دارد.

## رد صریح همکاری با مالکیت فکری

رد همکاری با مالکیت فکری بسیار قوی‌تر از تکثیر غیرمجاز است. در اینجا از شیوه‌های رفتار صلح‌آمیز که شامل عدم همکاری، تحریم‌ها و تأسیس نهادی جایگزین

می‌شود، می‌توان استفاده کرد. اگر با این چالش راحت برخورد کنیم، در این صورت فرصت بیشتری برای متمرکز کردن توجه به مسائل در معرض خطر و مذاکره درباره آنها وجود دارد. با پافشاری در مخالفت و قبول جریمه‌های نافرمانی مدنی از قوانین مالکیت فکری، بخت بسیار بیشتری برای پیروزی بر اشخاص ثالث وجود دارد. اگر مجازاتهای سخت برای کسانی که مالکیت فکری را خدشه‌دار می‌کنند به کار گرفته شود، این امر می‌تواند عکس‌العمل همدردی (دیگران) را ایجاد کند. اگر یک بار نافرمانی مدنی همگانی برای مالکیت فکری اتفاق بیفتد، متوقف کردن آن غیرممکن خواهد بود.

کارهایی شبیه به این قبلاً اتفاق افتاده است. تکثیر آثار تحت حمایت کپی‌رایت آن قدر مرسوم است که به ندرت برای اجرای قانون علیه متخلفان کوچک کوششی صورت می‌گیرد؛ زیرا در این صورت بسیاری از مردم از مالکیت فکری بیزار می‌شوند. در هر صورت مسئولان کپی‌رایت ابزارهای دیگری را برای کسب درآمد از مالکیت فکری جست‌وجو می‌کنند، مثل جوهری که توسط نهادها بر مبنای تکثیرهای کتابخانه‌ای گرفته می‌شود.

قبلاً نارضایتی عمومی در هند با تظاهرات صدها هزار نفر از کشاورزان علیه فشار رژیم جهانی مالکیت فکری و ثبت اطلاعات ژنتیکی به وجود آمد (Khor, 1995: 9 - 11). اگر این درجه از اعتراض بتواند با اقدامات دیگری که اعتبار مالکیت فکری را تضعیف می‌کند ترکیب شود، تمام سیستم می‌تواند خدشه‌دار شود.

## افزایش اطلاعات بدون مالک

یک مثال خوب برای (اطلاعات بدون مالک) نرم افزار عمومی است؛ نرم‌افزار کامپیوتری که به راحتی برای هر که بخواهد در دسترس است. توسعه دهندگان آزادافزار به خاطر کار فکری‌شان و ارائه خدمات به دیگران خوشحال می‌شوند. مؤسسه نرم‌افزار آزاد، توسعه و ارتقای آزاد نرم‌افزار را هدایت می‌کند. آزاد افزار برای رفع محدودیت از حق افراد برای استفاده، تکثیر، اصلاح و توزیع مجدد برنامه‌های کامپیوتری با تشویق افراد به توسعه و استفاده از نرم‌افزار اختصاص داده شد.

جایگزین مناسب برای کپی‌رایت حق استفاده مشترک است. یک نمونه آزادافزار می‌تواند همراه اطلاعیه‌ای باشد (شما می‌توانید این اطلاعات را تکثیر کنید، به شرطی که



دریافت کنندگان از شما نیز بتوانند این اطلاعات را تکثیر کنند). این تکثیر کننده را تشویق می‌کند، اما حق کپی‌رایت هیچ یک از آنها را قبول نمی‌کند.

مؤسسه نرم‌افزار آزاد با شیوه‌ای دیگر ارتقا یافت که «کپی‌لفت» (Copy left) نامیده می‌شود. این مؤسسه بیان می‌کند: ساده‌ترین شیوه برای آزاد سازی یک برنامه، قرار دادن آن در حوزه همگانی است بدون اینکه آن را ثبت کنیم. این مالکیت مدلهای اصلاح شده را اجازه می‌دهد که با آزادی دیگران برای اصلاح و توزیع مجدد آن منافات دارد: امثال این مدلها هدف را که آزادی دادن به همه کاربران بود تضعیف می‌کند. برای جلوگیری از این امر، کپی‌لفت از حق کپی‌رایت در شیوه‌ای جدید استفاده می‌کند. نوعاً حقوق کپی‌رایت آزادیها را از بین می‌برد، در حالی کپی‌لفت از آنها محافظت می‌کند. این ابزاری حقوقی است که مورد نیاز کسانی است که برنامه‌ای را ادامه می‌دهند تا حقوق استفاده، اصلاح، و توزیع مجدد رمز را به دست بیاورند. این رمز و آزادیها از جهت قانونی تفکیک ناپذیرند. نوآوریهای مانند کپی‌لفت برای دوری از استعمار کسانی که می‌خواهند کارشان را قابل دسترس برای دیگران کنند ضروری است تا اینکه کپی‌رایت کنار گذاشته یا منسوخ شود.

### توسعه اصول مرتبط با اعتبار کارهای فکری

توسعه اصول مهم است حتی اگر پاداش مالی نباشد. این می‌تواند شامل رهنمودهایی برای غلط معرفی نکردن کار اشخاص دیگر باشد. مالکیت فکری وانمود به متوقف شدن تصرف ناعادلانه ایده‌ها می‌کند، در حالی که حقیقت کاملاً متفاوت است. اگر مالکیت فکری باید به چالش کشیده شود، لازم است به مردم اطمینان خاطر مجدد داده شود که سوء استفاده از ایده‌ها مشکل بزرگی نخواهد شد.

اساسی‌تر اینکه لازم است توسط ایشان تأیید شود که اثر فکری یک فرایند جمعی است؛ هیچ‌کس به طور کامل مالک ایده‌های اولیه و اصلی نیست: ایده‌ها همیشه بر همکاری قبلی دیگران بنا شده است (این مطلب به طور خاص در عصر ما صادق است). در هر صورت فرهنگ (که ایده‌ها را ممکن می‌سازد) تنها بر همکاری فکری بنا نشده، بلکه بر همکاری عملی و مادی که شامل تربیت خانواده‌ها و احداث ساختمانها می‌شود نیز بنا شده است. مالکیت فکری گاهی اوقات از افراد مبتکر و در کل همیشه از اجتماع سرق می‌شود.

در جامعه‌ای با همکاری بیشتر اعتبار برای مالکیت فکری، موضوعی این چنین بحث برانگیز نیست. امروزه بحث‌های شدیدی میان دانشمندان وجود دارد در اینکه چه کسی باید اعتبار یک اکتشاف را کسب کند. به این خاطر زندگی‌های دانشمندان و مهم‌تر از آن اعتبارشان وابسته به اعتبار ایده‌هاست. در جامعه‌ای با طبقات کمتر و برابری بیشتر، ارضای حس فطری و انگیزه درونی می‌تواند سود عمده از همکاری برای توسعه‌های فکری باشد. این کاملاً با آنچه در باره طبیعت انسان دانسته شده هماهنگ است (Kohn: 1990). سیستم مالکیت گروه‌ها را تشویق می‌کند که منافع خصوصی را بالاتر از منافع عمومی قرار دهند. شریک شدن در اطلاعات بی‌شک مؤثرترین شیوه برای توزیع منابع تولیدی است. هرچه اعتباری که از ایده‌ها به دست می‌آید کمتر باشد، احتمال بیشتری وجود دارد که مردم ایده‌ها را شریک شوند تا اینکه بخواهند درباره کسی که شایسته کسب اعتبار آن است نگران باشند.

برای اکثر ناشران کتاب، چاپ یک بحث مخالف با مالکیت فکری وضعیت را دشوارتر می‌کند. اگر کاری همان‌طور که معمول است تحت حمایت کپی‌رایت قرار گیرد، این با بحث در مخالفت به کپی‌رایت منافات دارد. از سوی دیگر اگر کاری تحت حمایت کپی‌رایت نباشد، در نتیجه تکثیر بی‌قید و بند میزان فروش را تحلیل می‌برد. انعکاس این وضعیت دشوار، همان‌گونه که در این مقاله به کار برده شده، ارزشمند خواهد بود.

این مهم است که به ذهن بسپاریم هر اندازه هدف چالش وسیع‌تر شود فساد قدرت اطلاعاتی بیشتر می‌شود. حکومتها و شرکت‌های بزرگ به طور خاص مستعد برای این فسادها هستند. آنها باید اهداف اولیه در توسعه استراتژی مخالفت با مالکیت فکری باشند.

فریدوم پرس (Freedom Press) یک ناشر معمولی نیست. این ناشر نوشته‌های آنارشیست شامل کتابها، مجلات، جزوات و اعلامیه‌ها را از سال ۱۸۸۶ منتشر می‌کرد. گفتنی است که نه به نویسندگان و نه به ویراستاران پولی برای کارشان پرداخت نمی‌شد. فریدوم پرس با مسائل و تغییرات اجتماعی مرتبط است نه با درآمدهای مادی برای هرکسی که در کار درگیر بوده است.

چون فریدوم پرس یک ناشر کوچک است برایش دشوار است که علی‌رغم خواستش، مطالباتش برای کپی‌رایت را به اجرا بگذارد. آنها که با اهداف فریدوم پرس ابراز همفکری می‌کنند و مایل اند بعضی از آثار این ناشر را چاپ کنند، در هر صورت باید به جای مسائل

حقوقی مسائل منطقی را مورد توجه قرار دهند. آیا تکثیر کردن می‌تواند تا این اندازه مؤثر باشد که میزان فروش محدود فریدوم پرس را تضعیف کند؟ آیا تکثیر کردن به فریدوم پرس اعتبار کافی می‌دهد تا اینکه به فروش بیشتر او کمک کند؟ آیا تکثیر کردن برای اهداف اقتصادی است یا غیر اقتصادی؟

در پاسخ به چنین سؤالاتی منطقی است از فریدوم پرس سؤال شود. تکثیر کاربرد دارد؛ خواه اثر تحت حمایت کپی‌رایت باشد یا نباشد. اگر سؤال کردن امکان نداشت یا تکثیر کردن محدود به حدی است، از داوری صحیح باید استفاده شود. به نظر من (به کار بردن یک فصل) مخصوصاً این فصل برای اهداف غیر انتفاعی به طور معمول خوب است. بنابراین در مورد فریدوم پرس روش باید مذاکره با حسن نیت و استفاده از داوری صحیح در پرونده‌های کم‌اهمیت یا ضروری باشد. در هر جامعه‌ای که فراتر از مالکیت فکری حرکت می‌کند، مذاکرات و داوری صحیح از این نوع ضروری خواهد بود.

## منابع

1. Alfie Kohn, *The Brighter Side of Human Nature: Altruism and Empathy in Everyday Life* (New York: Basic Books, 1990).
2. Baker (see note 16).
3. Benjamin Ginsberg, *The Captive Public: How Mass Media Promotes State Power* (New York: Basic Books, 1986).
4. Brian Martin, "Plagiarism: a misplaced emphasis," *Journal of Information Ethics*, Vol. 3, No. 2, Fall 1994, pp. 36-47.
5. C. Edwin Baker, *Human Liberty and Freedom of Speech* (New York: Oxford University Press, 1989).
6. David D. Kirkpatrick, "Brilliant minds may think alike, but Brilliant lines cas cost you," *Wall Street Journal*, 27 January 1997, p. B 1.
7. David Vaver, "Rejuvenating copyright," *Canadian Bar Review*, Vol. 75, March 1996, pp. 69-80.
8. Dorothy Nelkin, *Science as Intellectual Property: Who Controls Research?* (New York: Macmillan, 1984).
9. Edwin C. Hettinger, "Justifying intellectual property," *Philosophy and Public Affairs*, Vol. 18, No. 1, Winter 1989, pp. 31-52, quotes at pp. 39 and 42. 16 David Vaver, "Intellectual property today: of myths and paradoxes," *Canadian Bor Review*, Vol. 69, No. 1, March 1990, pp. 98-128.
10. George Munster, *Secrets of State: A Detailed Assessment of the Book They Banned* (Australia: Walsh & Munster, 1982).

11. James Boyle, *Shamans, Softwars, and Spleens: Law and the Social Construction of the Information Economy* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1996).
12. John Baker, *Arguing for Equality* (London: Verso, 1987); Morton Deutsch, *Distributive Justice: A Social-psychological Perspective?* (New Haven: Yale University Press, 1985); William Ryan, *Equality* (New York: Pantheon, 1981)
13. Lance Rose, "Technical foul: the NBA double dribbles on intellectual property," *Wired*, Vol. 5, No. 1, January 1997, p. 96.
14. Laurie Stearns, "Copy Wrong: plagiarism, process, property, and the law," *California Law Review*, Vol. 80, No. 2, March 1992, pp. 513-553.
15. On these points, see respectively Jeffrey Ian Ross(ed.), *Controlling State Crime: An Introduction* (New York: Garland, 1995); Steve Wright, "The new technologies of political repression: a case for arms control?" *Philosophy and Social Action*, Vol. 17, Nos. 3-4, July-December 1991, pp. 31-62; Nils Christie, *Crime Control as Industry: Towards Gulags, Western Style* (London: Routledge, 1994, 2<sup>nd</sup> edition); Alfie Kohn, *Punished by Rewards: The Trouble with Gold Stars, Incentive Plans, A S, praise, and other Bribes* (Boston: Houghton Mifflin, 1993).
16. Peter Drahos, "Decentring communication: the dark side of intellectual property," in *Tom Campbell and Wogciesz Sadurski (eds.), Freedom of Communication* (Aldershot: Dartmouth, 1994), pp. 249-279, at p. 274.
17. Peter Drahos, "Global property rights in information: the story of TRIPS at the GATT," *Prometheus*, Vol. 13, No. 1, June 1995, pp. 6-19; Surendra J. Patel, "Intellectual property rights in the Uruguay Round: a disaster for the South?" *Economic and Political Weekly*, Vol. 24, No. 18, 6 May 1989, pp. 978-993; Darrell A. Posey and Graham Dutfield, *Beyond Intellectual Property: Toward Traditional Rights for Indigenous Peoples and Local Communities* (Ottawa: International Development Research Centre, 1996).

18. Richard Dunford, "The Suppression of technology as a strategy for controlling resource dependence," *Administrative Science Quarterly*, Vol.32, 1987, pp. 512 – 525.
19. Rob Edwards, "Scottish court case could unravel the Web," *New Scientist*, 16 November 1996, p. 5.
20. Robert M. Entman. *Democracy without Citizens: Media and the Decay of American Politics* (New York: Oxford University Press, 1989).
21. Stanley Ingber, "The marketplace of ideas: a legitimizing myth," *Duke Law Journal*, Vol. 1984, No. 1, February 1984, pp. 1-91.
22. The magazine *Third World Resurgence* has regular reports on this issue. See for example Martin Khor, "A Worldwide fight against biopiracy and patents on life," *Third World Resurgence*, No. 63, November 1995, pp. 9-11, and *the special issues on patenting of life*: No. 57, May 1995 and No. 84, August 1997.
23. These two strategies are proposed by Peter Drahos, "*Thinking strategically about intellectual property rights*," paper prepared for the Forum of Parliamentarians on Intellectual Property and the National Working Group on Patent Laws, 1996.
24. Thomas Mallon, *Stolen Words: Forays hnto the Origins and Rovages of Plagiarism* (New York: Ticknor and Fields, 1989); Ari Posner, "The culture of plagiarism," *The New Republic*, 18 April 1988, pp. 19-24.
25. Thomas Mandeville, *Understanding Novelty: Information, Technological Change, and the Patent System* (Norwood, NJ: Ablex, 1996).
26. Vandana Shiva and Radha Holla-Bhar, "Intellectual piracy and the neem tree," *Ecologist*, Vol. 23, No. 6, 1993, pp. 223-227.
27. Victor Papanek, *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change* (London: Thames and Hudson, 1985, 2<sup>nd</sup> edition), p. xi.
28. Wendy M. Grossman, "alt. scientology. War," *Wired*, Vol. 3, No. 12, December 1995, pp. 172-177, 248-252.