

Distr.
GENERAL

TD/401
3 June 2004

ARABIC
Original: ENGLISH

مؤتمر الأمم المتحدة
للتجارة والتنمية



الدورة الحادية عشرة

ساو باولو، ١٣-١٨ حزيران/يونيه ٢٠٠٤

من الثانوي إلى الرئيسي:
تحديات السياسة العامة التي تواجه البلدان النامية
في صناعة الموسيقى العالمية*

* أعد هذه الورقة روجر واليس، أستاذ زائر متخصص في وسائل الإعلام المتعددة، المعهد الملكي للتكنولوجيا، ستكهولم، السويد؛ وزيليك كوزول - رايت، البرنامج الخاص بأقل البلدان نمواً، الأونكتاد. والآراء المعبر عنها في هذه الورقة هي آراء المؤلفين، وهي لا تعبر بالضرورة عن آراء الأونكتاد.

المحتويات

الصفحة

٣	مقدمة
٤	الاتجاهات في صناعة الموسيقى العالمية
٦	تحدي العولمة
٨	التطورات في تكنولوجيا صناعة الموسيقى
٩	تغيّر قنوات التوريد إلى المستهلكين
١٠	الاندماجات والتكتلات والمبادرات الناشئة عنها
١٣	داخلو السوق الجدد وعدم الاستقرار المتزايد في سلسلة القيمة
١٤	جمعيات التحصيل بوصفها وسيطاً أساسياً
١٥	القواعد الدولية والاحتياجات الوطنية
١٦	مبادرة نظام المعلومات المشترك للاتحاد الدولي لجمعيات المؤلفين والملحنين
١٦	قواعد اللعبة العادلة: التحديات الدولية والإقليمية والمحلية
١٨	القرصنة في البلدان النامية
١٨	أفضل الممارسات والتوصيات المتعلقة بالسياسات
١٩	تقاسم المخاطر
٢٠	التطوير المؤسسي
٢٠	بناء صناعة محلية ودعمها
٢١	الاستنتاجات

مقدمة

١- من سمات العديد من البلدان النامية اقتران ضعف الأداء الاقتصادي بوفرة المواد الخام التي تستغلها تجارياً شركات من الاقتصادات المتقدمة. وهذا ينطبق عموماً على حالة الموارد الطبيعية، ولكنه ينطبق أيضاً على حالة الموارد الثقافية التي لا تناقش إلا على نطاق أضيق. فالكثير من البلدان النامية هي بلدان غنية بأصولها الثقافية والمواهب المحلية وبتناجها الرمزي. إلا أن تلك البلدان لم تتمكن من تحويل هذه الوفرة إلى طاقة "إنتاجية" أوسع وأعمق، بل إنها ظلت، بدلاً من ذلك، حبيسة الحلقات الأدنى من سلاسل القيمة المضافة لصناعة عالمية تبلغ قيمتها مليارات الدولارات.

٢- وفي الحالة الخاصة المتمثلة في صناعة الموسيقى، ما برحت المهوبة والتجريب يشكلان منذ أمد بعيد مصدرًا من مصادر الإبداع أثر في الأنشطة التجارية الدولية (لوفارينغ، ١٩٩٨). ومع ظهور تكنولوجيات الاتصال الجديدة، الفعلية منها والافتراضية، التي تسمح بالتفاعل بين الثقافات وأشكال التعبير الثقافي تفاعلاً أوثق، فإن هذه الإمكانيات الإبداعية والتجارية يمكن أن تتوسع. وتوسع هذه الورقة إلى تحديد الفرص وكذلك التحديات الماثلة أمام مثل هذا التوسع المحتمل في البلدان النامية، وبالتالي فرص النمو والعمالة وحصائل الصادرات التي توجد حاجة ماسة إليها.

٣- وبصورة أكثر تحديداً، تطرح هذه الورقة عدداً من الأسئلة الرئيسية التي تهم المسؤولين عن رسم السياسات العامة الذين ينشدون استغلال أصولهم الثقافية استغلالاً أفضل، وهي أسئلة تسعى هذه الورقة إلى الإجابة عنها:

- ♦ هل يمكن للاتجاهات الراهنة في صناعة الموسيقى العالمية أن تدعم حدوث تدفق منصف للإيرادات من خلال عودتها إلى البلدان الأفقر في الحالات التي تُستغل فيها موسيقاها على نطاق العالم؟
- ♦ ما مدى مرونة سلسلة القيمة المضافة في صناعة الموسيقى، وهل تسمح هذه المرونة باستخدام التكنولوجيات الجديدة لصالح جميع الأطراف المبدعة؟
- ♦ ما هي الوسائط اللازمة لرعاية المصالح العالمية للمبدعين وأصحاب الحقوق في البلدان الأقل تقدماً، وما هو الوضع الراهن لنظام حقوق المؤلف في هذا السياق؟
- ♦ هل يشكل التكامل الرأسي في صناعة الترفيه تهديداً للأطراف الأضعف اقتصادياً؟

٤- ويجب السعي إلى إيجاد أجوبة عن هذه الأسئلة، في المقام الأول، على المستوى المحلي حيث يمكن لتأثير الجهود المبذولة في مجال السياسات العامة أن يكون على أشده، ولكن للعوامل الدولية أهميتها أيضاً. والواقع أن صناعة الموسيقى ما برحت تتشكل بقوة، منذ نشوتها، على أساس الترابط بين العوامل الاقتصادية، المحلية منها والدولية. وتشكل النظم والمؤسسات الخاصة بحق المؤلف صلة وصل مهمة بصفة خاصة في تطوير صناعة موسيقى تتوفر لها مقومات البقاء والاستمرار. ومن الاستنتاجات القاطعة أن نظام حق المؤلف، رغم ما يشوبه من جوانب القصور، يمثل السبيل الأفضل لتعزيز حماية مصالح المبدعين في البلدان النامية. ويجب تطوير هذا النظام على المستوى المحلي وإلا فسيكون هناك خطر حقيقي في أن يتم "اختطافه" من قبل "اللاعبين" العالميين الذين لا تمثل أولوياتهم في تحقيق الزيادة القسوى في العوائد لصالح البلدان الأفقر. إلا أن التقليل من هذا الخطر إلى أدنى حد سيتطلب تقديم دعم متضافر من المنظمات الدولية المتخصصة، وكذلك من سلطات مكافحة الاحتكار الوطنية والإقليمية وكذلك العالمية في نهاية المطاف.

الاتجاهات في صناعة الموسيقى العالمية

٥- إن صناعة الموسيقى هي خير مثال على الصناعة ذات الصلة بحقوق المؤلف، وهي منظمة حول أصول تتميز بدرجة عالية من التخصص، ودورات إنتاج قصيرة، وأسواق لا يمكن التنبؤ بها. وينشأ العديد من مميزات هذه الصناعة عن البعد العام القوي الذي تنطوي عليه الأنشطة القائمة على الأفكار التي تجعل عمل من السوق الحرة حلاً تنظيمياً أدنى من المستوى الأمثل فيما يتعلق بعرض المنتجات وتوريدها (دايتون جونسون، ٢٠٠٠). وينشأ الشكل المعاصر لهذه الصناعة عن الفصل الذي حدث في أواخر القرن التاسع عشر بين الفكرة الإبداعية وتجسيدها في إنتاج سلعة يمكن أن يصبح تصنيعها محوراً للابتكار التنظيمي والتكنولوجي. وقد دلت هذه السمات على أن خلق وحياسة وحماية الريوع الاقتصادية هي أمور بالغة الأهمية بالنسبة لفهم الهياكل والاستراتيجيات المتطورة في صناعة الموسيقى (أندرسون وآخرون، ٢٠٠٠).

٦- وقد أفضت إحقاقات السوق والريوع الاقتصادية إلى نشوء نزعة نحو هيكل صناعي مستقطب يعمل فيه عدد قليل من الشركات الكبيرة التي تنظم قطاعات رئيسية من سلسلة القيمة المضافة، بينما يتركز عدد كبير من الشركات الأصغر في قطاعات أنشطة تتميز بدرجة عالية من التخصص. وكثيراً ما جمعت الشركات الأكبر بين مجموعة مختلفة من الأصول المادية وغير المادية، إذ كثيراً ما تؤدي الابتكارات في الأصول المادية إلى نشوء مصادر جديدة لتوفير فرص تحقيق أرباح ضخمة، بينما تؤدي المزايا الكبيرة التي يتمتع بها "الرواد" إلى إطالة عمر الشركات على نحو مدهش. وهكذا فإنه من بين الشركات الدولية الخمس (AOL-Time Warner، و Vivendi Universal، و Sony، و EMI، و BMG - المعروفة باسم "الكبار") والتي تسيطر حالياً على ما نسبته ٨٠ في المائة من مبيعات المنتجات الموسيقية، تعتبر شركة Sony الشركة الوحيدة التي أنشئت بعد الحرب العالمية الثانية، في حين أن منشأ شركتي BMG و EMI يرجع إلى القرن التاسع عشر. وعلاوة على ذلك، فإن لجمع هذه الشركات تاريخاً يشتمل على الريادة التكنولوجية في جانب الإنتاج (نيغوس، ١٩٩٩، الصفحات ٣٧-٤٥). وكثيراً ما أدى وجود مجموعة من الشركات الأصغر التي توفر للرواد الأكبر في السوق خدمات تتميز بدرجة عالية من التخصص إلى نشوء علاقات محلية قوية، حيث كان ظهور الاقتصادات التكتلية المشابهة للمناطق الصناعية سمة من سمات صناعة الموسيقى (أندرسون وآخرون، ٢٠٠٠).

٧- وتبدأ العملية التقليدية لتوليد الدخل في صناعة الموسيقى بإبداع مؤلف موسيقي غير مادي وتنتهي بتحويل هذا المؤلف إلى منتج نهائي مادي يتم توريده إلى المستهلك. وتبين سلسلة القيمة المضافة لصناعة الموسيقى سلسلة الروابط بين مبدع المنتج الموسيقي ومستعمله (الشكل ١). وكل حلقة في هذه السلسلة تضيف قيمة إلى المنتج النهائي، رغم أن ذلك قد لا يتطابق مع ربحية النشاط التي تتوقف، بالإضافة إلى ذلك، على قوة المساومة فيما يتصل بالتعاملات مع الشركات في العمليات الرئيسية والفرعية (مول ووجينبيرغ، ٢٠٠٠).

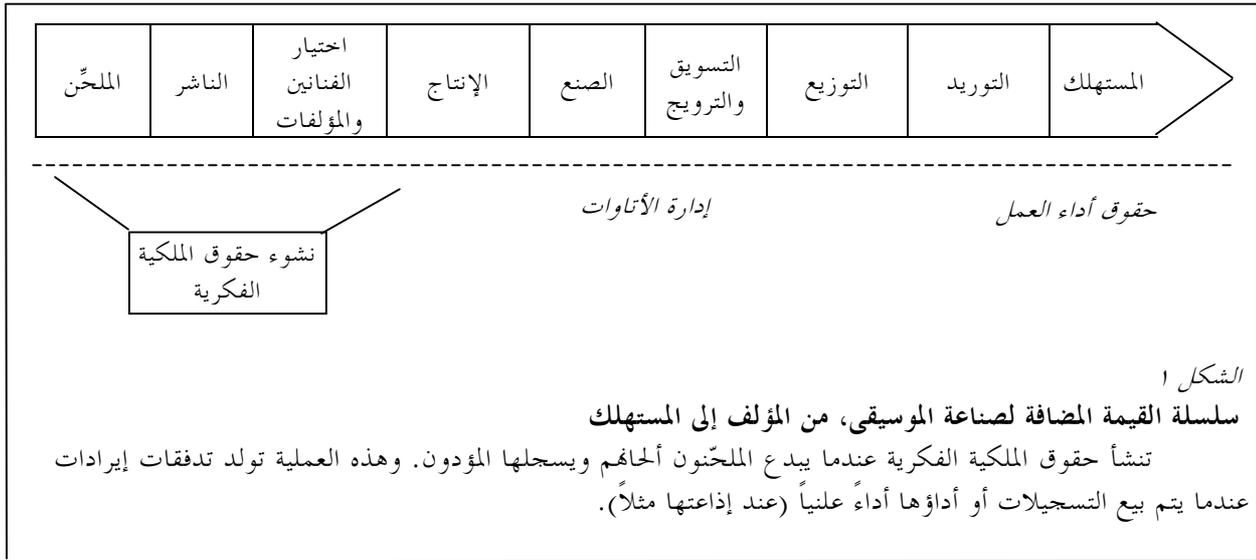
٨- وما يحدث تقليدياً هو أن الملحن يبدع عملاً موسيقياً ثم يتصل بناسر للأعمال الموسيقية (أو بقسم الفنانين والمؤلفات الموسيقية في شركة للتسجيلات الموسيقية). ويتم توقيع عقد يعطي للناسر حق استغلال العمل. وقد كان الناسر يشكل في الأصل جزءاً من عملية الإنتاج حيث يستثمر في الموسيقى المكتوبة ويقوم بتوزيعها. وقد اعتبر تقاسم الإيرادات مع المؤلف بالتساوي أمراً معقولاً بالنظر إلى اشتراطات الاستثمار من قبل الناسر في إنتاج الموسيقى المكتوبة. وعلى الناسر أيضاً أن يسعى إلى إيجاد الفنانين وشركات التسجيل الراغبة في تسجيل وتوزيع

أعمال الملحن. وحالما بيت في اختيار العمل والفنانين، تقوم شركة التسجيل بإنتاج التسجيل الموسيقي، وتنفيذ عملية التسجيل الصوتي، وترويج المنتج، وتوزيع التسجيل النهائي.

الشكل ١

سلسلة القيمة المضافة لصناعة الموسيقى، من المؤلف إلى المستهلك

تنشأ حقوق الملكية الفكرية عندما يبدع الملحنون ألحانهم ويسجلها المؤدون. وهذه العملية تولد تدفقات إيرادات عندما يتم بيع التسجيلات أو أداؤها علنياً (عند إذاعتها مثلاً).

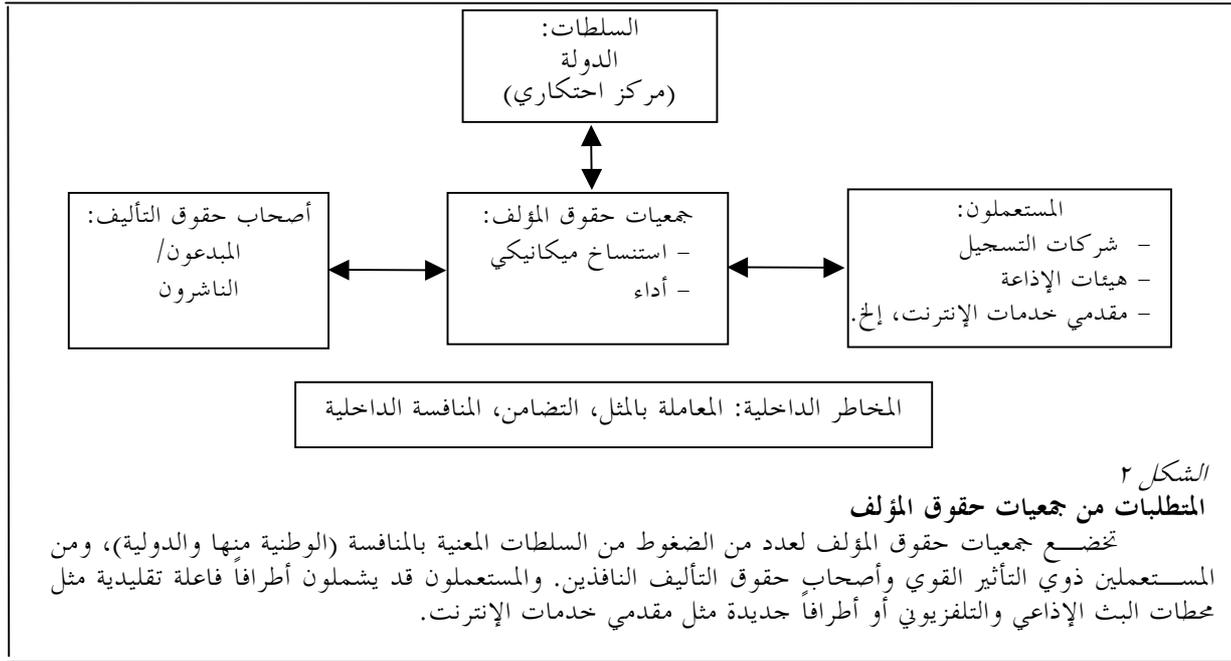


٩ - وبالنظر إلى أن أحد التحديات الرئيسية يتمثل في الوصول إلى أوسع جمهور ممكن وبأكبر عدد من الأشكال (الأداء، الموسيقى المكتوبة، التسجيلات الصوتية، وما إلى ذلك)، فإن تسويق الأغنية يصبح مكوناً رئيسياً من مكونات السلسلة. إلا أن وحدة السلسلة القيمة تتوقف بصورة أساسية على مدى تحول الفكرة الموسيقية إلى فكرة تخضع لنظام حق المؤلف. وبخلاف حقوق الملكية الفكرية الأخرى، فإن نظام حق المؤلف لا يوفر الحماية إلا للفكرة التي يعبر عنها بشكل محدد، وهو حق لا يعطى بل هو ببساطة حق للمبدع أن يطالب به. وفضلاً عن ذلك، فإن لمبدع الفكرة الموسيقية مصلحة، منذ البداية، في تأمين الوصول إلى الأسواق إلى أقصى حد. وعلى الرغم من أن للمؤلف حقوق ملكية أصلية، فإن عملية إثبات حق الملحن تُدخل هذا الحق في مجال عام يحتمل أن يكتسب فيه شكل ملكية مشتركة أكثر تعقيداً يشمل الملحن والناشر وشركة التسجيل وغير ذلك من الكيانات المشاركة في التسويق التجاري للمنتج الموسيقي. وهناك حقوق شتى تشكل الأساس لمختلف أشكال الإيرادات. وتشير حقوق الاستنساخ الميكانيكي إلى المبالغ التي تُدفع للملحنين والناشرين عندما يتم استنساخ الأعمال الموسيقية على وسائط مادية مثل الأقراص المدججة. وتوفر حقوق الأداء دخلاً للملحنين/الناشرين وكذلك، في معظم البلدان، للمؤدين والمنتجين عندما تؤدي التسجيلات أداءً علنياً (انظر الشكلين ٢ و ٣).^(١)

الشكل ٢

المتطلبات من جمعيات حقوق المؤلف

تخضع جمعيات حقوق المؤلف لعدد من الضغوط من السلطات المعنية بالمنافسة (الوطنية منها والدولية)، ومن المستعملين ذوي التأثير القوي وأصحاب حقوق التأليف النافذين. والمستعملون قد يشملون أطرافاً فاعلة تقليدية مثل محطات البث الإذاعي والتلفزيوني أو أطرافاً جديدة مثل مقدمي خدمات الإنترنت.



١٠ - ومن هذا المنظور، توفر حقوق المؤلف حوافز للإبداع، وأساساً لتنظيم السلسلة القيمة تنظيمًا صناعياً وإتاحة التجريب واقتباس الأفكار، وهو أمر أساسي للنشاط الموسيقي الإبداعي. غير أن حقوق المؤلف لا توفر بيئة خالية من المخاطر، ومن ثم فإن استراتيجيات الاستثمار التي تضعها الشركات يجب أن تسعى إلى التعامل مع أوضاع تنطوي على درجة عالية من عدم التيقن. ويوفر اختيار الفنانين وتطوير قدراتهم مصدراً فورياً لعدم التيقن. ولكن أسواق المنتجات الناشئة عن المواهب الموسيقية لا تكون جاهزة ومتوفرة ببساطة بل يجب إبداعها وصيانتها، مما يتطلب المزيد من الاستثمارات التي قد لا تنطوي على عوائد مؤكدة. وأخيراً، فإن الابتكار التكنولوجي قد انطوى على هزات كما انطوى على إيرادات محتملة منذ أن تحررت صناعة الموسيقى من قيود المكان والزمان المرتبطة بالمنتجات القائمة على الأداء (غروناو وساونيو، ١٩٩٧).

تحدي العولمة

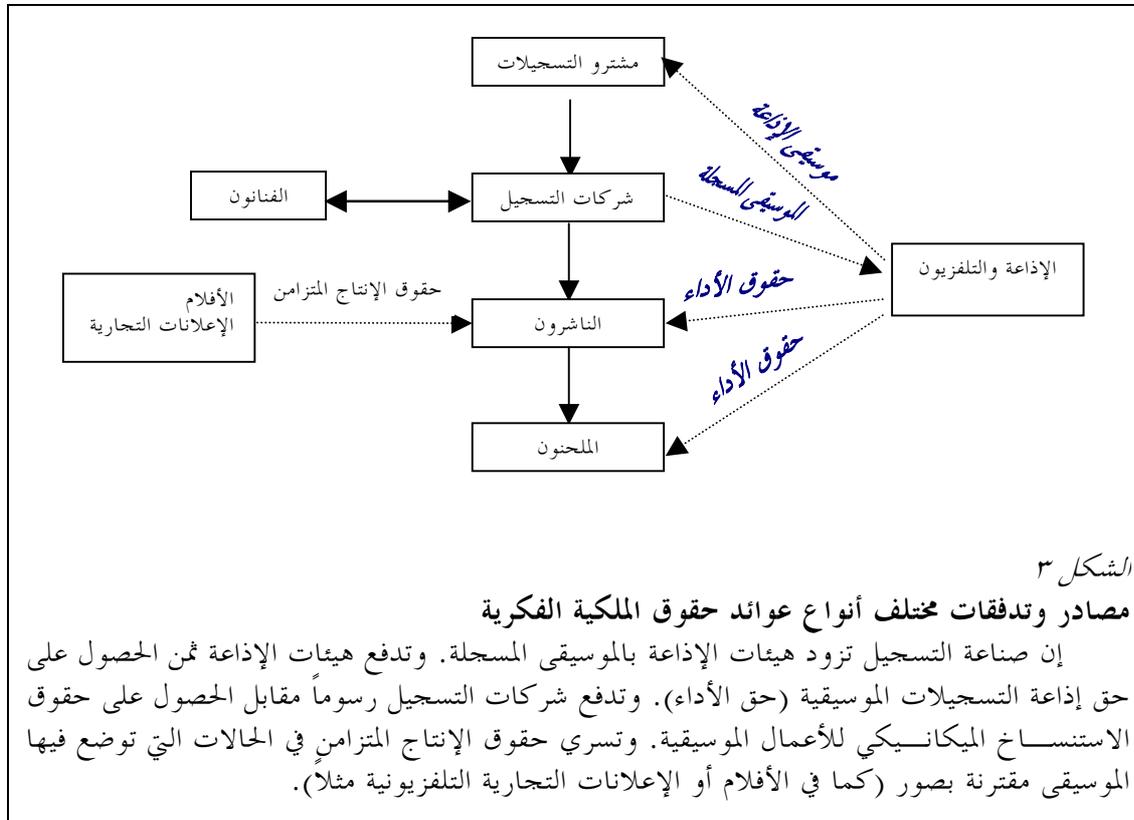
١١ - إن التغيرات الراهنة في صناعة الموسيقى هي - كما في حالة جميع صناعات وسائط الإعلام - نتيجة لخليط من العوامل الاقتصادية والسياسية والثقافية. وتشتمل العوامل الثقافية على جوانب اجتماعية وقانونية على السواء. وقد تأثر هذا الخليط تأثيراً قوياً بحدوث عملية تقارب تكنولوجي يمتد عبر مجموعة أوسع من الصناعات

السمعية – البصرية وصناعات الاتصالات. إلا أنه رغم وجود نزعة نحو التركيز على التكنولوجيا باعتبارها القوة الدافعة، فإن التغيرات في مجال السياسة العامة تتسم بقدر أكبر من الأهمية من نواحٍ عديدة.

الشكل ٣

مصادر وتدفقات مختلف أنواع عوائد حقوق الملكية الفكرية

إن صناعة التسجيل تزود هيئات الإذاعة بالموسيقى المسجلة. وتدفع هيئات الإذاعة ثمن الحصول على حق إذاعة التسجيلات الموسيقية (حق الأداء). وتدفع شركات التسجيل رسوماً مقابل الحصول على حقوق الاستنساخ الميكانيكي للأعمال الموسيقية. وتسري حقوق الإنتاج المتزامن في الحالات التي توضع فيها الموسيقى مقترنة بـ صور (كما في الأفلام أو الإعلانات التجارية التلفزيونية مثلاً).



١٢ - وعلاوة على ذلك، فإن من المهم في سياق اتجاه عولمة الشركات أن يتم تحديد دور مهيمن بصفة خاصة للتمويل سواء في تشكيل السياق الاقتصادي الدولي الأوسع (الأونكتاد، ١٩٩٧) أو في التشكيل الخاص لاستراتيجيات الشركات المنتهجة لتحقيق الأرباح واستبقائها (غراهل، ٢٠٠١). وقد نزع هذا الاتجاه إلى التحوّل بعيداً عن استراتيجيات الشركات الأكثر تحديداً والمرتبطة بالأوضاع المحلية المحددة للمقار الرئيسية للشركات، وفرض نمطاً أكثر تجانساً للهيكل والسلوك الصناعيين حيث اكتسبت عمليات الاندماج والشراء والوصول إلى موارد الأصول السائلة أهمية متزايدة في تشكيل استراتيجيات الشركات.

١٣- وهذه التطورات الحارية أهميتها في سياق الطرق المتغيرة التي يتم من خلالها توزيع المنتجات الموسيقية والثقافية. ويتعلق أحد أهم الاتجاهات في هيكل عوائد حقوق الملكية الفكرية. وتشير حقوق الملكية الفكرية في هذا السياق إلى حقوق المبدعين أو ممثليهم في السيطرة على إبداعاتهم والمطالبة بثمن استغلالها، فضلاً عن توسيع نطاق الحماية ليشمل المؤلفين والمنتجين في تلك البلدان التي وقّعت على اتفاقية روما لعام ١٩٦١ بشأن "الحقوق المجاورة" (مالم وواليس، ١٩٩٢). وقد أضافت التطورات التي حدثت مؤخراً في إطار الاتفاق العام بشأن التعريفات الجمركية والتجارة ("الغات")، واتفاق منطقة التجارة الحرة لأمريكا الشمالية، وفي الاتحاد الأوروبي، المزيد من الزخم إلى هذه العملية وبخاصة من خلال المكاسب الناشئة عن إحكام السيطرة على الملكية الفكرية، بما في ذلك تمديد أجل حماية حقوق المؤلف لمدة لا تقل عن ٧٠ سنة بعد وفاة المؤلف في الاتحاد الأوروبي و٧٥ سنة في الولايات المتحدة. وهذه التطورات القانونية قد جعلت هذه الحقوق تتميز حتى بقدر أكبر من الجاذبية كاستثمارات طويلة الأجل^(١).

١٤- ولا يقتصر الأمر على حدوث نمو عام في تدفقات عوائد حقوق الملكية الفكرية، بل إن هناك أيضاً تحولاً عن العوائد القائمة على التوزيع الفعلي لوسائط النقل المادية، مثل بيع الأقراص المدجة والأشرطة، والاتجاه بدلاً من ذلك نحو الإيرادات الناشئة عن تقاضي رسوم إصدار التراخيص لاستخدام المنتجات الموسيقية في قنوات الإعلام. والعوامل الرئيسية هنا تتمثل في نمو البرامج التلفزيونية المخصصة للموسيقى، وتكاثر محطات الإذاعة الخاصة، واستخدام الموسيقى في الإعلانات ومنتجات ألعاب الفيديو. وبالتالي فإن هناك اعتماداً متزايداً من قبل الجهات الفاعلة في ميدان الإعلام العالمي على الحقوق غير المادية كمصادر للإيرادات. ويبيّن أحدث الأرقام المستقاة من بيانات شركة EMI أن أنشطة النشر التي يُسندها المؤلفون إلى هذه الشركة، ولا سيما الأنشطة المدرة للإيرادات من خلال استغلال أو تداول حقوق الملكية الفكرية، تُشكل ما نسبته ١٧ في المائة من المبيعات الإجمالية للمجموعات التابعة لشركة EMI، ولكنها تُشكل ما لا يقل عن ٤٧ في المائة من صافي الإيرادات في سنة ٢٠٠٠ (الموسيقى وحقوق المؤلف، ٢٠٠٢).

التطورات في تكنولوجيات صناعة الموسيقى

١٥- إن رفع الضوابط التنظيمية المشار إليه أعلاه قد عزز التغييرات في ميدان التكنولوجيا كما تعزز بها. فالتكنولوجيا التي تدعم صناعة الموسيقى قد أصبحت متاحة على نحو متزايد على نطاق العالم. وقد أظهرت الأدلة المستقاة من فترة الثمانينات من القرن الماضي أن تكنولوجيات تسجيل الأشرطة الموسيقية القائمة على النسخ المتعدد تنتشر بوتيرة سريعة لتشمل جميع البلدان تقريباً (واليس ومالم، ١٩٨٤). إلا أن اقتصاديات صناعة الموسيقى قد أصبحت في الوقت نفسه أكثر عالمية حيث إن حجم التكتلات قد تعاضم من خلال مختلف أشكال عمليات الاندماج. ورغم ذلك، فإن معظم النشاط الحقيقي للإنتاج الموسيقي يبدأ على المستوى المحلي حيث تتفتح القدرات الإبداعية بمجموعة هائلة من الأشكال المختلفة.

١٦- وكملاحظة عامة، يؤدي ظهور التكنولوجيا الجديدة التي تكون متوافرة على نطاق واسع (بما في ذلك في البلدان المنخفضة الدخل)، مقترناً بنمو احتكار المنتج الصناعي على نطاق العالم، إلى تقليص الفوارق في الفرص المتاحة للأطراف الأصغر التي تزاوّل هذه الصناعة في كل من البلدان الغنية والفقيرة. وهذا يرجع إلى أن التحول إلى

التكنولوجيا الرقمية قد أخذ يتغلغل في الصناعة على نطاق العالم، بدءاً بعملية الإنتاج من خلال التصنيع وانتهاءً بالأشكال المادية وغير المادية لشبكات التوزيع (واليس وآخرون، ١٩٩٨؛ وكريشنر وآخرون، ١٩٩٩).

١٧- ثم إن الشبكات والبرمجيات المرتبطة بها والتي تمكّن المبدع، نظرياً، من الوصول إلى جمهور عالمي قد أخذت تصبح أكثر تطوراً وملاءمةً للمستخدمين. فتقنيات تقاسم "الملفات" بين النظراء، مثل تلك التقنيات التي كانت تُستخدم على المواقع التي أُغلقت الآن مثل موقع نابستر (Napster) أو موقع كازا (Kazaa) الأحدث عهداً، تتيح للمستهلكين المحتملين المهتمين بالأمر تبادل عينات من المواد الموسيقية اختياريّاً. وتُشير الأدلة المستقاة من الشواهد إلى أن عدداً من الفرق الموسيقية في أفريقيا قد أنشأت "أوساطاً مهمة" خاصة بها في فنلندا بالاستناد إلى عمل الأفراد الذين اكتشفوها عقب إتاحة التسجيلات بواسطة شبكات التبادل بين النظراء. كما أن عملية إنشاء مجموعات من جمهور المعجبين بالفنون الموسيقية (الثقافات الفرعية) في العالم الحقيقي يمكن أن تُحاكى إلى حد ما في بيئة افتراضية. إلا أن نفس التكنولوجيات يمكن أن تسمح للمستهلكين بتجاوز القيود المتصلة بالمدفوعات مقابل حقوق الملكية الفكرية التي تُشكل الأساس لمحاولات الصناعة التقليدية لاعتراض هذه التكنولوجيات (أو السيطرة عليها من خلال الشراء).

تغيير قنوات التوريد إلى المستهلكين

١٨- بموازاة هذه الاتجاهات في جانب الإنتاج، حدث تغيير هائل في القنوات التي تُنقل من خلالها الموسيقى إلى المستهلكين. فخلال فترة الثمانينات من القرن الماضي، سعت حكومات غربية عديدة إلى رفع الضوابط التنظيمية عن وسائط الإعلام، مما أسفر عن انتشار قنوات الإذاعة والتلفزيون المحلية الجديدة، بما في ذلك قنوات البث بواسطة الكابلات والتوابع. ويمكن ملاحظة اتجاه مماثل في فترة التسعينات في عدد من البلدان النامية. وقد أضافت شبكة الإنترنت وسيطاً جديداً من وسائط التوريد بالنسبة للعالم النامي.

١٩- إن شبكة الإنترنت لا تخضع، بطبيعتها، لدرجة كبيرة من التنظيم. وهذا يثير عدداً من المسائل التي لا تزال إلى حد بعيد، دون حل فيما يتعلق بالمسؤوليات في "الفضاء الإلكتروني"، بما في ذلك مسائل الخصوصية والأمن وحق المؤلف. وقد أدت سهولة الوصول إلى المواقع التي تُخزّن فيها المواد الموسيقية وتُتاح في شكل ثابت ومناسب (مثل ملفات MP3) إلى ظهور مشاكل رئيسية بالنسبة لأولئك الذين يتحكمون بالاستثمارات الأولية الكبيرة في إبداعات الفنانين. وقد تبني المستهلكون بحماس تطبيقات تقنيات تقاسم "الملفات" ولكن الجهات الرئيسية الفاعلة في صناعة الموسيقى قد تصدت لهذه التطبيقات في دعاوى أمام المحاكم. إلا أن العديد من هذه المسائل القانونية قد حُلّت بالفعل إما خارج المحاكم (بين بعض شركات التسجيل الرئيسية وموقع MP3.com مثلاً)، أو من خلال صفقات تعاونية ترمي إلى جعل التطبيقات الجديدة "شرعية" (مثلاً بين شركة Bertelsmann، وهي الشركة الأم لشركة تسجيلات BMG وموقع Napster)^(٣).

٢٠- إن "الهلع الأخلاقي" في الصناعة الراسخة في ما يتصل بأنشطة المستهلكين الأغنياء في بيئة الإنترنت قد أدى إلى التحول عن الحلول القانونية نحو الحلول العملية بدرجة أكبر. ولهذه التطورات، بطبيعة الحال، أهمية كبيرة بالنسبة للفرص المتاحة لمبدعي الموسيقى في البلدان النامية لكي يستخدموا قنوات رقمية جديدة للوصول إلى جمهور عالمي محتمل. فهناك مبادرتان للتوزيع الرقمي أُطلقتا في عام ٢٠٠١ من قبل أكبر شركات الموسيقى، وهما شركتا

MusicNet و Pressplay، كان يمكن أن تؤدي إلى احتكار الشركتين لتوزيع ما نسبته ٨٠ في المائة من التسجيلات الموسيقية المتوفرة تجارياً على نطاق العالم. وكان من المفترض أن تعرض شركة Pressplay التسجيلات الموسيقية التي تسيطر عليها شركتنا Sony و Vivendi Universal (بالتعاون مع شركة مايكروسوفت). وقد أُتيحت لشركة MusicNet إمكانية الحصول على الأعمال التي تمتلكها تكتلات الشركات الأخرى المتعددة الجنسيات (EMI، و Time Warner، و BMG). وقد كانت كلتا المبادرتين قائمتين على أساس نماذج اشتراك يدفع بموجبها المستهلكون مبلغاً شهرياً ثابتاً، مما يتيح لهم تنزيل عدد محدد من الأعمال الموسيقية المسجلة. وعندما تنتهي مدة الاشتراك، يفقد الزبون إمكانية الوصول إلى جميع المواد التي كان يقوم بتنزيلها في السابق. إلا أن أوجه عدم اليقين التي تكتنف قابلية هاتين الخدمتين للاستمرار تجارياً قد أخرجت مواعيد تدشينهما الفعلي^(٤). وعندما بدأ تشغيل هاتين الخدمتين في النهاية، ثبت أنهما غير جذابتين للمستهلكين. وقد بيعت شركة Pressplay لشركة Roxio (وهو ما حدث أيضاً للعلامة التجارية لشركة Napster) وتقرر إعادة إطلاق الخدمتين مجتمعتين كخدمة قانونية لتنزيل المواد الموسيقية في الولايات المتحدة في أواخر عام ٢٠٠٣.

الاندماجات والتكتلات والمبادرات الناشئة عنها

٢١- وفي حين أن كبرى شركات الموسيقى ما برحت تضغط من أجل زيادة التحرير ورفع الضوابط التنظيمية كوسيلة لتوسيع الأسواق سعياً إلى الحصول على قدر أكبر من الربوع، فقد تعين عليها أيضاً أن تستجيب للضغوط التنافسية الجديدة التي نشأت عن ذلك. فتزايد الديون المرتبطة بهذا التوسع، بصفة خاصة، قد جعل الشركات عرضة للتأثر بأي انخفاض في المبيعات أو غير ذلك من الهزات، كما أنه قد أسفر عن احتدام البحث عن مصادر بديلة للإيرادات في الجانب الأسفل من سلسلة القيمة المضافة.

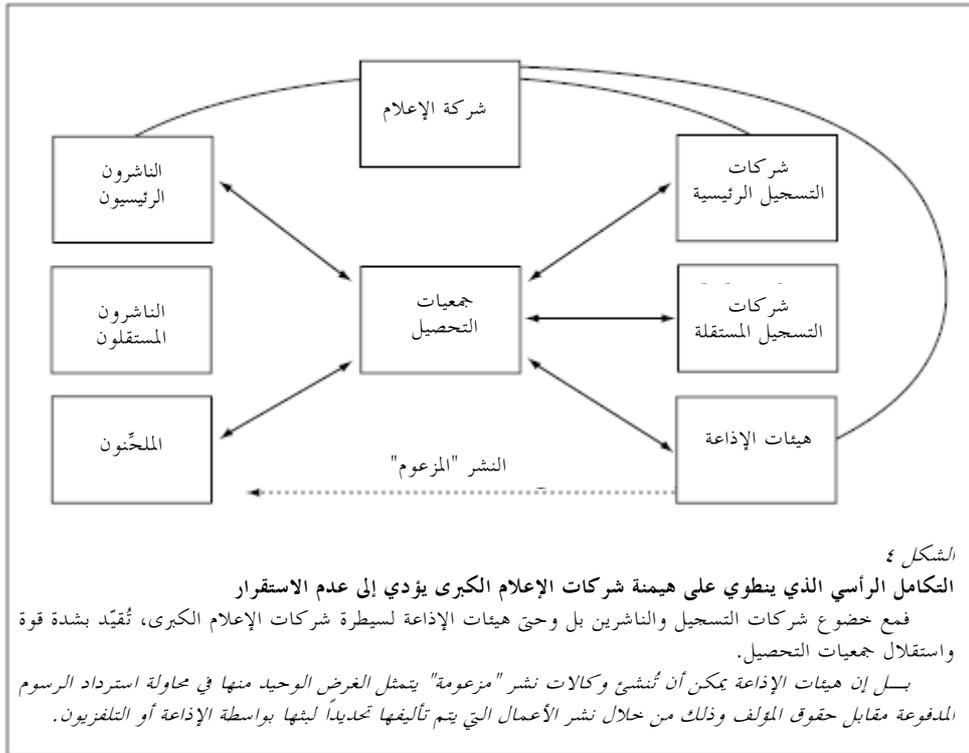
٢٢- وفي هذا الصدد، حظي التقارب الجغرافي والتكنولوجي الذي يوفر فرصاً جديدة للجمع بين المنتجات الموسيقية وغيرها من المنتجات الإعلامية بقدر كبير من الاهتمام. والأهم من ذلك أن "التكامل الرأسي" (الشكل ٤) قد شكّل اتجاهًا بارزاً بقوة في صناعة الموسيقى على المستوى الدولي على مدى العقود القليلة الماضية. وقد استُخدمت عمليات الاندماج والشراء استخداماً استراتيجياً من أجل زيادة السيطرة على المراحل الرئيسية ضمن عملية الإنتاج والتوزيع. وفي فترة الثمانينات من القرن الماضي، كان التركيز منصباً على أنشطة التوزيع، مع انتقال السيطرة على مؤلفات الفنان بعيداً عن الشركات ذات العلامات التجارية المستقلة أولاً، ثم مع تحوّل الاهتمام نحو إدارة السوق من خلال السيطرة على منافذ البيع بالتجزئة، بما في ذلك عن طريق التوسع في تسويق المنتجات ذات الصلة بالموسيقى (مثل القمصان والملصقات الدعائية) التي تنطوي على هامش تجزئة أعلى. وحدث تحول آخر، في أواخر فترة الثمانينات، نحو أنشطة النشر. وقد اشتمل هذا على نشوء تكتلات من المنظمات التي تُنتج الموسيقى المسجلة (شركات الاسطوانات أو التسجيلات الصوتية) والمنظمات التي تمتلك حقوق التأليف فيما يتعلق بالموسيقى المسجلة (شركات نشر الموسيقى). ولم تؤد هذه العملية إلى تغيير تكوين صناعة الموسيقى التقليدية فحسب، بل إنها قد غيّرت أيضاً ديناميات نمو هذه الصناعة وتطورها، مما سمح للشركات الكبرى بممارسة قدر كبير من الهيمنة الجماعية على السوق.

الشكل ٤

التكامل الرأسي الذي ينطوي على هيمنة شركات الإعلام الكبرى يؤدي إلى عدم الاستقرار

فمع خضوع شركات التسجيل والناشرين بل وحتى هيئات الإذاعة لسيطرة شركات الإعلام الكبرى، تُقيّد بشدة قوة واستقلال جمعيات التحصيل.

بل إن هيئات الإذاعة يمكن أن تُنشئ وكالات نشر "مزعومة" يتمثل الغرض الوحيد منها في محاولة استرداد الرسوم المدفوعة مقابل حقوق المؤلف وذلك من خلال نشر الأعمال التي يتم تأليفها تحديداً لبثها بواسطة الإذاعة أو التلفزيون.



٢٣ - و"يملك" الآن عدد قليل من شركات وسائط الإعلام المتعددة الجنسيات أغلبية ألمع النجوم، وكذلك ذخيرة وافرة جداً من حقوق التأليف في مجال الموسيقى. وتمثل باستمرار شركات Sony (اليابان) و Vivendi Universal (فرنسا) و AOL Time Warner (الولايات المتحدة) و EMI-Virgin (المملكة المتحدة) و BMG (ألمانيا)، مجتمعة، ٧٠ إلى ٨٠ في المائة من المبيعات العالمية في مجال الموسيقى وإيرادات النشر^(٥). وللتركز اللامتناسق إلى حد كبير في الملكية تأثير عميق على التنوع الثقافي العالمي.

٢٤- وفيض عمليات الاندماج في صناعة الموسيقى والتسليّة التي سُجّلت على امتداد العقود القليلة الماضية تعكس الرغبة في تحقيق وفورات في الحجم والنطاق (بيع القطع الموسيقية العالمية الرائجة في سوق عالمية). وهي تعكس أيضاً الرغبة في الحد من عدم اليقين في السوق الذي ينطوي على مخاطر متأصلة، كما تعكس الرغبة في تحسين تحصيل الإيرادات والاحتفاظ بها من خلال زيادة التحكم في الإنتاج والتوزيع (أندرسين وآخرون، ٢٠٠٠)^(٦). والزعة "التمويلية" المتزايدة في استراتيجيات الشركات تعني أن عمليات الاندماج قد تبعها قدر كبير من الترشيح والتضييق لنطاق الإنتاج وحصره على ألمع النجوم القادرين على الدوام دولياً.

٢٥- ومن نتائج ذلك الحتمية أن كبار الفاعلين يعطون الأولوية لحماية الاستثمارات الرأسمالية الأولية الكبيرة، ومحاولين السيطرة على السوق من خلال مزايا الحجم. ومن السهل فهم نفوذ هذه الحوافز بالنسبة للفنانين من ألمع النجوم. وربط حقوق الملكية بحقوق الاستغلال - وهذا هدف طبيعي للتكامل المتكامل رأسياً - يمكن أن تكون له آثار سلبية على الأوضاع الاقتصادية لأغلبية المؤلفين. وهذا هو الحال بشكل خاص بالنسبة لأولئك الذين يعتمدون على جمعيات تحصيل جديدة لا تمثل مجموعات واسعة من المؤلفات (وبالتالي لا تتمتع بمركز نفوذ دولياً). بل ومن المشكوك فيه أيضاً ما إذا كان مثل هذا "الربط" بين حقوق المؤلفين ومقدمي العروض الفنية بحقوق الاستغلال (الإنتاج والتوزيع) أمراً يخدم المنافسة أو حتى النمو في الأجل الطويل في الصناعة. ويمكن أن تحد الهيمنة الرأسمالية التكاملية/الجماعية مجدية من فرص وصول المبدعين إلى مختلف القنوات لبلوغ جمهور محتمل، الأمر الذي قد يكون الشرط الأساسي الأهم لوجود إبداع سليم في سوق الثقافة. ومن ثم فإن الفاعلين الأصغر حجماً قد يشهدون قدراً أدنى من حرية التصرف على ساحة السوق، إذا ما لم تدعم مصالحهم بشدة قوانين لمكافحة الاحتكار و/أو وسطاء مستقلون نزهاء بين المنتج/المبدع والمستهلك^(٧).

٢٦- وعلى المشاركين الجدد، بمن فيهم المشاركون من البلدان النامية الناشئة، مواجهة هذه التحديات في الصناعة، وبشكل خاص هيمنة الشركات الكبرى فيما يتعلق بالتوزيع والترويج الدوليين. ومن الأساسي بناء على ذلك أن يقيم الفنانون وأصحاب المشاريع والمؤسسات الموسيقية بل وحتى الحكومات في البلدان النامية علاقات منصفة مع صناعة الموسيقى الدولية، ورصد هذه العلاقات. وفي نفس الوقت، سمحت نفس هذه الاتجاهات بقدر كبير من الإبداع على حساب المجازفة المالية في الوفرة الهائلة من الشركات الأصغر حجماً ("المستقلة") التي تمثل مجموعة متنوعة متعددة من الثقافات والثقافات الفرعية التي تتأني فيها أفكار جديدة عن التجربة. وهذا هو المجال الذي يوجد فيه للعديد من الأمم الصغيرة والفقيرة ميزة محتملة.

٢٧- وقد انتقل بعض الناشرين تدريجياً إلى مجالات تقليدية من مجالات عمليات شركات التسجيل، ولا سيما منها A&R، حيث التوفيق بين مجموعة المؤلفات واختيار الفنانين. وشركات التسجيل إذ أقامت استوديوها الخاصة وتعاقدت مع المغنين - مؤلفي الأغاني لتلحين الأغاني والقيام بتسجيلات نموذجية (قد تصدرها وتوزعها شركة تسجيل أو لا تصدرها ولا توزعها) فقد ارتقت بذلك في سلسلة القيمة في اتجاه المستهلك. وكون مصدر النزاع المحتمل هذا لم يُعلن على الملأ يمكن نسبته إلى عمليات الاندماج العديدة التي جمعت بين ملكية كل من حصص النشر والتسجيل.

٢٨- ومن جهة أخرى فإن الحجم يمنح جهات النشر الكبرى نفوذاً هائلاً في عالم حقوق التأليف. وهذه العلمية ليست بديهية جداً في البلدان المصدرة للأعمال الموسيقية الناضجة مثل المملكة المتحدة أو الولايات المتحدة. فقد

استطاع المبدعون ومحاموهم في هذين البلدين زيادة قدرتهم التفاوضية أو الاحتفاظ بالسيطرة عن طريق إقامة شركاتهم الخاصة في مجال النشر (لأعمالهم الخاصة). وهذه الدراية القانونية/الخاصة بالأعمال كثيراً ما يفتقد إليها العديد من البلدان الفقيرة. ففي العديد من البلدان نجد أن عقد "النشر" هو من النوع المعرف بـ "الإيرادات ٥٠/٥٠"، الأمر الذي يعني أساساً أنه كل مرة تنتقل فيها النقود من ناشر إلى آخر في سلسلة تنتهي من جديد عند الملحن تُقتطع نسبة ٥٠ في المائة إضافة إلى رسم إدارة. ومن نتائج ذلك أن الملحن المسجل، لنقل في كينيا، والذي له عمل موسيقي ناجح في الولايات المتحدة، يمكن أن ينتهي به الأمر إلى تقاضي أقل من نسبة ٢٠ في المائة من بعض أموال حقوق التأليف المحصلة في الولايات المتحدة. وإذا ما أضفنا إلى ذلك شروط عقد "مدة حياة حق التأليف" (مدة حياة الملحن زائداً ٧٥ سنة في الولايات المتحدة و ٧٠ سنة في أوروبا)، أصبح عندئذ واضحاً بجلاء السبب الذي من أجله أصبح النشر نشاطاً من أكثر الأنشطة ربحاً في صناعة الموسيقى الدولية.

٢٩- وكون الشركات الكبرى تلعب دوراً حيوياً في كل جانب من جوانب التجارة الدولية في المنتجات الموسيقية وفيما يتصل بالفنانين أمر لا يمكن تجاهله. وعلى سبيل المثال، أقامت الشركات الفرعية التابعة لكبار الناشرين في السويد الاتصالات اللازمة لعرض ألحان سويدية على فنانين أمريكيين بارزين^(٨). فالاستوديو الصغير يحصل على مشروع التسجيل ويكسب الناشر المتعدد الجنسيات حصة من حقوق التأليف، وتتولى توليفة من الشركات الكبرى والشركات المستقلة صنع التسجيلات وتوزيعها.

٣٠- وما زالت اختلافات هامة تميز سلسلة قيمة الصناعة في البلدان المتقدمة والبلدان النامية. وبشكل خاص فإن الشركات الكبرى التي لها روابط هيكلية على طول سلسلة القيمة ضعيفة أو غائبة في العديد من البلدان النامية. وهذه الاختلافات هي نوعاً ما امتداد لتاريخ الصناعة الأطول المرتبط ارتباطاً وثيقاً بالعلاقة الديناميكية بين الفاعلين بكبيرهم وصغيرهم. والمجموعة الصغيرة من التكتلات المتعددة الجنسيات التي تتحكم في قرابة ٨٠ إلى ٩٠ في المائة من تجارة الموسيقى العالمية موجودة في البلدان المتقدمة، في حين أن العالم النامي يستضيف وفرة من المؤسسات الأصغر حجماً التي تعمل كحاضنات للمواهب في جميع أنحاء العالم (أندرسين وآخرون، ٢٠٠٠).

داخلو السوق الجدد وعدم الاستقرار المتزايد في سلسلة القيمة

٣١- توحي الملاحظات بأن عملية إعادة هيكلة جذرية لصناعة الموسيقى جارية حالياً على الرغم من تنامي هيمنة الشركات الكبرى. غير أن الصورة معقدة. فشركات عديدة اكتسبت مستويات مرتفعة من الديون خلال موجات الاندماجات في الثمانينات والتسعينات، فيما تسبب الانفجار الناتج عن غليان السوق في مشاكل يُحتمل أن تطلق جولة إضافية من عمليات الاندماج الدفاعية مثل المحاولة الجارية لدمج إدارتي التسجيل في شركتي Sony و BMG (٢٠٠٤).

٣٢- ومن جهة أخرى فإن الفرص الجديدة واضحة ومن المفروض أن تعزز صغار الفاعلين. كما من المفروض أن يكون بإمكان كل من المغنين - ملحنين الأغاني واستوديوهات التسجيل المنتجة لأغانيهم قادران على تجاوز الصناعة القائمة واستكشاف الجمهور الملائم في أي مكان في العالم عبر الإنترنت (ما دام بإمكانهم التعريف بأنفسهم وبأغانيهم في جلبة قناة التوزيع هذه). فعلاً فإن بعض منظمات أبحاث السوق قد تنبأت باهتبار السيطرة الاحتكارية على إنتاج الموسيقى وتوزيعها (جويتر كومونيكيشنز، ١٩٩٨).

٣٣- والذي حصل في الواقع حتى الآن يكاد لا يدعم هذه التنبؤات. وفي البداية كانت شركات الموسيقى الرائدة الخمس بطيئة جداً في اعتماد الإنترنت كقناة للتوزيع. وفي الوقت الذي كانت تقرر فيه ببطء كيف يمكن الاندماج في البيئة المباشرة، هناك شركات أخرى تقوم بذلك بسبل مختلفة. فالشركة التي عنوان موقعها على الشبكة هو MP3.com وما اتصل بها من شركات، إنما توفر الموسيقى بكل بساطة بطريقة تتنافى بشكل واضح مع تشريع الملكية الفكرية. وتبعتها في ذلك شركة نابستر Napster. بما تبين أنه "برنامج قاتل"، وهو برنامج بسيط بشكل ملحوظ يسمح للمستخدمين بتقاسم إمكانيات الوصول إلى الموسيقى المخزنة على القرص الدائم لحواسيبهم.

٣٤- وما يسمى بمبادرة الموسيقى الرقمية الآمنة قد كان أكثر محاولات صناعة الموسيقى شيوعاً لتوفير بيئة رقمية آمنة للتوزيع في مجال الموسيقى. وهذه المبادرة لم تتجسد وربما كان السبب في ذلك النطاق الواسع لبرامج العمل الشخصية الحافلة لمختلف أعضاء الكونسورسيوم. وأدى تحدي قرصنة الحاسوب في أواخر عام ٢٠٠٠ إلى فك الرموز في غضون ساعات على أيدي الباحثين بجامعة برينستون في الولايات المتحدة^(٩).

٣٥- ولم تقلع المبيعات على الشبكة مباشرة بطريقة مثيرة. وكانت حصة سوق ناقلات الصوت على الشبكة مباشرة في عام ٢٠٠٠ تبلغ ٣,٢ في المائة، مسجلة ارتفاعاً بنسبة ٠,٨ في المائة مقارنة مع عام ١٩٩٩. والرسالة الإخبارية لشركة الموسيقى وحقوق التأليف المتمركزة بلندن والتي نقلت هذه الأرقام عن رابطة صناعة التسجيلات الصوتية في أمريكا، لاحظت أن هذه الأرقام "تدعم الرأي وأن تأخر شركات التسجيل الدولية الرئيسية في استنباط استراتيجياتها المباشرة قد خفّض وتيرة توسع سوق الولايات المتحدة المباشرة" (الموسيقى وحقوق التأليف، ٢٠٠٣). ودخول حواسيب آبل (Apple) للسوق، التي كثر الحديث عنها والتي هي مجهزة ببرمجيات "iTunes" لا بد من النظر إليه أيضاً في سياق عالمي. وما زال مليار من الأقراص المدججة يباع سنوياً في جميع أنحاء العالم. وهذا يساوي قرابة ١٠ مليارات من القطع المسجلة (أو قرابة ٣ مليارات في الولايات المتحدة). ورقم "آبل" القياسي على الخط مباشرة والمتمثل في ١٠٠ مليون قطعة مستنسخة. بمبلغ ٩٩ سنتاً للقطعة في العام الأول لا بد من تقييمه من منظور الحجم هذا. والنقطة المهمة هي دور آبل في سلسلة القيمة إذ حلت محل بائع التجزئة التقليدي.

٣٦- ويمكن ملاحظة نوع ثان من ردود الفعل في حالة شركات التسجيل المستقلة الصغرى ("the Indies") التي كانت ولا تزال توافقة لاختبار التكنولوجيا الجديدة. وقد رأت في الإنترنت فرصة للمبدعين الموسيقيين لاكتشاف أقصر مسافة إلى الجمهور المحتمل في أي مكان في العالم. وهذه الشركات التي تعمل أحياناً مع فنانيين أقل شهرة أو أنواع موسيقية أقل شعبية، فإنها رأت أن مثل هذه الفرص تتعدى الصناعة العادية لكونها مغرية بشكل خاص. غير أن النجاح كان محدوداً هنا أيضاً. وأبدى المستهلكون قدراً ضئيلاً من الاستعداد لدفع ثمن منسوخات رقمية لموسيقى مسجلة. وميلهم إلى الدفع ازداد انخفاضاً بظهور شركات مثل MP3.com واستخدامات تقاسم الملفات مثل "نابستر" التي أتاحت الموسيقى المسجلة "مجانياً"^(١٠).

جمعيات التحصيل بوصفها وسيطاً أساسياً

٣٧- لقد ظهرت حقوق التأليف بوصفها طريقة لتنظيم المصالح الجماعية في صناعة قد تكون مجزأة وغير مستقرة. غير أن تعزيز نظام تدفقات الإتاوات بين مستخدمي الموسيقى وأصحاب حقوق التأليف لا يعدّ بأي طريقة من الطرق عملية آلية وإنما هو ضمناً آلية للرصد والإدارة يمكن أن تكون معقدة، نظراً للبعد الدولي للصناعة.

القواعد الدولية والاحتياجات الوطنية

٣٨- تقتضي حرية الإبداع وجود بيئة مفضية إلى الإبداع يكون فيها المبدع على ثقة من أن أولئك الذين يمثلون مصالحه أو يحرسونها يؤدون عملهم بفعالية وبإنصاف، ومن أنه لا يتعرض لأي تحايل. ونظراً لطبيعة هذا المنتج وأهمية استعارة الأفكار ومزجها في مشهد موسيقي مبدع فإن حقوق التأليف في مجال الموسيقى لا توفر حماية كاملة لهذه الصناعة. وبالإضافة إلى ذلك فإنه في حين يمكن أن يدعم مثل هذا النظام الصناعة، إلا أن تعزيز تدفقات الدخل بين مستخدمي الموسيقى وأصحاب حقوق الملكية ليست آلية بأي حال من الأحوال وإنما تحتاج إلى رصد وإدارة من خلال بنية مؤسسية ملائمة. وهذا هو أساساً دور جمعية التحصيل (أندرسين وآخرون، ٢٠٠٠).

٣٩- ويرد في الشكل ٢ مثال لجمعية التحصيل. وهذه الجمعيات تعمل كوسيط مستقل مزعوم بين أصحاب الحقوق (الناشرون والمؤلفون) والمستخدمون (مستمعو الموسيقى). وبما أنها كثيراً ما تعمل كاحتكارات بحكم الواقع فإنها تخضع لمستوى متزايد من التدقيق من جانب الهيئات الرسمية مثل الهيئات الناظمة الدولية وسلطات المنافسة. ولطالما اشتكى المستخدمون من أن الجمعيات تستخدم مركزها الاحتكاري لانتزاع معدلات عالية بشكل غير منصف. وفي أوروبا شجعت اللجنة الأوروبية على قدر من المنافسة بين الجمعيات، ولربما كان ذلك اعتباراً منها لكون نفوذ بعض المستخدمين يشكل ضماناً يحمي من تعسف الجمعية.

٤٠- وتاريخ جمعيات التحصيل المثلة للملحنين في أفقر البلدان مجزأ جداً ولا يثير الإعجاب في جميع الأحوال. وفي العديد من المستعمرات البريطانية السابقة أطلقت جمعية حقوق فنون الأداء في المملكة المتحدة جمعيات محلية بدائية الهدف الرئيسي منها هو تحصيل إيرادات الأعمال في المملكة المتحدة، وليس إقامة سوق محلية أو دولية للمبدعين المحليين في البلد المستقل الجديد. وبالإضافة إلى ذلك، وتطور هذه الجمعيات الناشئة، اشتكى الكثيرون من مزاعم عدم الكفاءة بل وحتى الفساد.

٤١- والإطار العام لقوانين جمعيات التحصيل (المجسدة في ميثاق الاتحاد الدولي لجمعيات المؤلفين والملحنين) قد سمح لوكالات حقوق التأليف المحلية بالاحتفاظ بنسبة ١٠ في المائة من الإتاوات لاستخدامها "لأغراض اجتماعية وثقافية". وهذا يعطي الجمعية فرصة لدعم الموسيقى المحلية ويربط عموماً مسألة الإبداع بحماية حقوق الملكية الفكرية.

٤٢- والمطالبات بوجود جمعية قوية ومستقلة لتحصيل حقوق التأليف مطالبات صريحة وإن كانت متشددة. فالوسيط الذي يحدد مجال استخدام الأعمال الموسيقية ويحصّل ويوزع الإيرادات لا بد أن تكون لديه قواعد بيانات صحيحة وعصرية وفعالة تشمل المؤلفين والأعمال، كما ولا بد من أن يكون لديه نظام فعال لتجهيز الصفقات، ومخططات شاملة للتفاوض والتحصيل في منطقتة الجغرافية، ومخططات فعالة للتوزيع المحلي، وكذلك اتفاقات منصفة وعملية متبادلة مع الجمعيات الشقيقة في البلدان الأخرى.

٤٣- ويتعلق التحدي الرئيسي بنوعية البيانات التي تزود بها جمعية التحصيل. ويتعلق تحد آخر بالربط بين مختلف قواعد البيانات كي لا تضطر كل جمعية من الجمعيات إلى تسجيل كل البيانات بنفسها، ولكن يكون بإمكانها الاطلاع على البيانات في قواعد أخرى عبر محركات بحث ملائمة. والأمثلة العملية الوحيدة لذلك توجد في المنطقة

النوردية حيث ربطت جمعيات حقوق فن الأداء الموسيقي في كل من السويد وفنلندا والداينرك والنرويج وآيسلندا مصادر بياناتها فيما يتعلق بالأعمال الموسيقية والمؤلفين عبر قاعدة بيانات افتراضية تسمى "نوردوك" (Norddoc).

مبادرة نظام المعلومات المشترك للاتحاد الدولي لجمعيات المؤلفين والملحنين

٤٤ - الاتحاد الدولي لجمعيات المؤلفين والملحنين هو المنظمة الدولية لجمعيات التحصيل لصالح المؤلفين، ومقره باريس. وهو يضع قواعد اللعبة الدولية التي تنظم العلاقات بين جمعيات التحصيل. وقواعد البيانات التي تتيح لكافة الجمعيات نفس الفرص لتحقيق الفعالية إنما هي عناصر أساسية لقيام نظام عالمي منصف. وفي منتصف التسعينات، أصدر الاتحاد مبادرة هامة في ذلك الاتجاه، ألا وهي نظام المعلومات المشترك الذي يسمح بأشكال تحديد موحدة للأعمال (والصلاوات بالملكية). والربط بهذا النظام أفضل طريقة لجمعية حقوق التأليف الصغيرة للدفاع عن مصالح أعضائها في جميع أنحاء العالم. ومن شأن نظام المعلومات المشترك الفعال مثلاً أن يجعل من الصعب على الأشخاص قليلي المهمة زعم أنهم ألفوا أعمالاً سبق أن سجلها بالفعل مبدعون في بلد نام، بمجرد التعريف بذلك في نظام المعلومات المشترك.

٤٥ - وتبين الحجة أعلاه مدى أهمية أن تقيم البلدان النامية جمعيات تحصيل عملية يمكن أن تقوم بواجبات التسجيل من هذا القبيل بشكل فعال - وأن تشمل هذه المهمة حتى تسجيل ألحان الموسيقى التقليدية المحلية المغيرة. وإقامة نظام محلي فعال هو أحسن ضمان ل : (أ) تأمين عودة الإيرادات التي يحصلها الأعضاء الموفقون إلى البلد الأصلي، (ب) عدم التفويت في الملحنين المحليين والتخلي عنهم لصالح جمعيات في الخارج. وبأهمية الطلبات على نظم المعلومات والاتصالات الفعالة هناك أيضاً خطر أن تسعى مجموعات الجمعيات إلى السعي وراء المشاريع خارج منطقتها قصد الاستثمار في النظم المشتركة الجديدة. وحتى داخل مجتمع حقوق التأليف يمكن أن تكون للفظه "الاندماج" دلالتها.

٤٦ - والتعاون بين الجمعيات الناضجة والجمعيات الفتية سيكون أساسياً، طالما حصل بشروط متساوية - على سبيل المثال أعطت جمعية التحصيل للملحنين السويديين (STIM) مساعدة مالية وتقنية في آن واحد للجمعيات الناهضة في دول البلطيق (إستونيا وليتوانيا ولاتفيا)^(١).

قواعد اللعبة العادلة: التحديات الدولية والإقليمية والمحلية

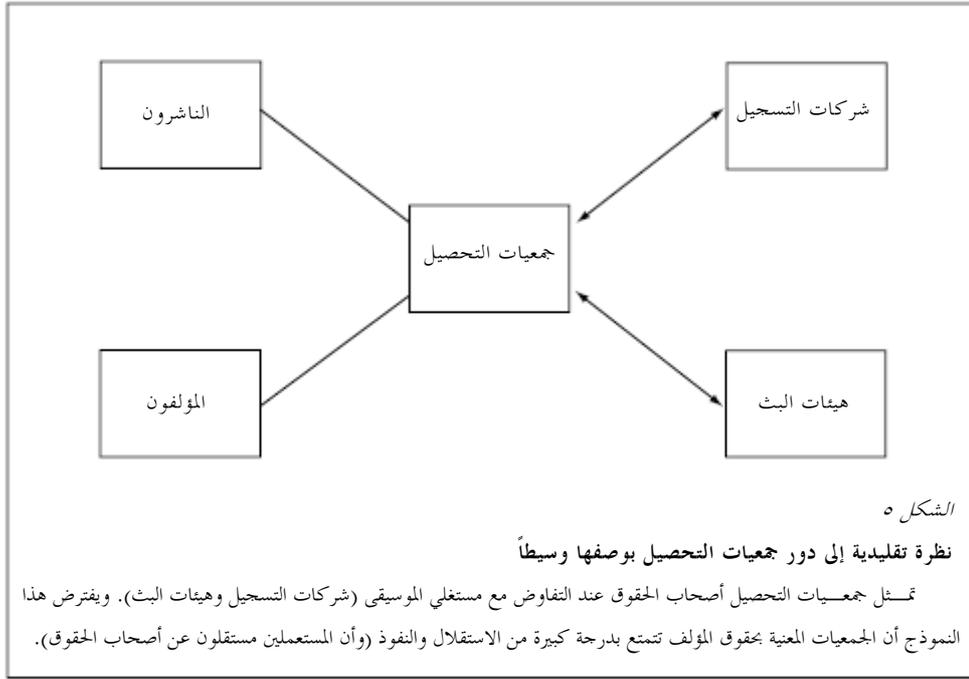
٤٧ - يُستدل من الشكل ٥ أن جمعية التحصيل تشغل موقعاً محورياً في صناعة الموسيقى، فهي تعمل كوسيط نزيه بين مصالح أصحاب الحقوق والمستغلين، وتحدد التعريفات من خلال مفاوضات معقولة مع المستعملين بالنيابة عن جميع المؤلفين (ما يمكنها من عرض مؤلفات شاملة)، وتوازن بين الطلبات المعقولة لكل من أصحاب الحقوق والمستعملين. وللتكامل الرأسي الذي يحدث عن طريق دمج المشاريع التجارية تأثير بالغ على هذا الاستقلال. وتحتكر قلة من شركات النشر الكبرى السوق الدولية. ولا يُستبعد أن تكون فروعها المحلية ممثلة في مجالس الجمعيات المحلية لحقوق المؤلف، ولذلك قد يتنازع ممثلها ولاءً مزدوجاً للمجلس المحلي لجمعية التحصيل ولأسيادهم الدوليين. وأتاح ذلك للشركات الكبرى جني مكاسب مالية على حساب الشركات الأصغر حجماً. فقد عرضت أقسام شركات التسجيل الكبرى جميع أعمالها (مثل تسليم مستحقات إتاوات الاستنساخ الميكانيكي

في مجمل أوروبا) على شركة بعينها لقاء خصومات في الأسعار. ولم تلبث أن طلبت أقسام النشر المتصلة بها من الجمعيات خفض العمولات التي تتقاضاها عن تسليم المستحقات على الأغاني الصادرة على أقرص التسجيل. وتضرر في ذلك مؤلفو الأغاني الصادرة تحت أسماء تجارية لشركات أصغر حجماً، إذ رُفعت في كثير من الأحيان معدلات العمولات لفتح الجمعيات التحصيل موازنة حساباتها. ومن المحتمل فعلاً أن تؤدي تطورات مماثلة إلى إضعاف قوة جمعيات التحصيل الناشئة في البلدان النامية.

الشكل ٥

نظرة تقليدية إلى دور جمعيات التحصيل بوصفها وسيطاً

تمثل جمعيات التحصيل أصحاب الحقوق عند التفاوض مع مستغلي الموسيقى (شركات التسجيل وهيئات البث). ويفترض هذا النموذج أن الجمعيات المعنية بحقوق المؤلف تتمتع بدرجة كبيرة من الاستقلال والنفوذ (وأن المستعملين مستقلون عن أصحاب الحقوق).



٤٨ - ولهذه الملاحظات عدد من التبعات بالنسبة لجمعيات التحصيل في البلدان النامية. فمن الواضح أنها يجب أن تتمتع بالكفاءة والشفافية، وأن تحظى بدعم معنوي وقانوني من السلطات الحكومية. ويجب أن تصبح جزءاً من الأسرة الدولية، ولكنها تطالب في الوقت نفسه بأن تنطبق عليها ذات القواعد المنطبقة على الجمعيات المستقرة الأكبر حجماً. ويُستنتج من هذه الملاحظات أنه لا بد من تعزيز دور الاتحاد الدولي لجمعيات المؤلفين والملحنين، بوصفه مسؤولاً عن دمج أنشطة جمعيات التحصيل، وقيماً على مبدأي المعاملة بالمثل والتضامن، وتوسيع نطاق هذا

الدور والارتقاء. بمستواه ليعكس الوجه المتغير لصناعة الموسيقى العالمية. كما تقع على عاتق المنظمة العالمية للملكية الفكرية، بوصفها قيماً على قواعد اللعبة العالمية، مسؤولية كبيرة في هذا السياق^(١٢).

القرصنة في البلدان النامية

٤٩ - كثيراً ما تعتمد صناعة الموسيقى العالمية إلى تذكير العالم بأن القرصنة تكلف الفنانين والملحنين مليارات الدولارات من الكسب الفائت. فقد بلغت مبيعات المنتجات المقرصنة في عام ٢٠٠٠ على نطاق العالم ما يقدر بـ ٤,٢ مليارات دولار، وما من شك في أن القرصنة متفشية في بعض البلدان النامية^(١٣). وقد كان انتشار تكنولوجيا الاستنساخ الرخيصة وتزايد سعة أقراص التسجيل المصدر الرئيسي للقرصنة في السنوات الأخيرة، واستأثرت الأقراص المدججة بما يزيد على ثلث مبيعات المنتجات المقرصنة في عام ٢٠٠٠. بيد أن تحسين القوانين المتعلقة بحقوق المؤلف كان له أثر جلي في خفض مبيعات المنتجات المقرصنة في بلدان مثل تايلند وجمهورية كوريا (Throsby, 2002).

٥٠ - ومن ناحية أخرى، فإن "القرصنة" التي تتم من خلال استنساخ الموسيقى دون ترخيص ولا تنطوي على "خسائر في المبيعات" لا يترتب عليها دائماً كسب فائت. فمن يتعذر عليه شراء قرص مدمج لقاء ١٠ دولارات أو ١٥ دولاراً ويفضل شراء نسخة مقرصنة بدولارين لن يشتري بالضرورة عدداً مماثلاً من الأقراص المدججة إذا ما خلت الأسواق من الأقراص المستنسخة. ويمكن سوق الحجة نفسها بالنسبة للمستهلكين الذين يقومون بتزليل المقطوعات الموسيقية من شبكة الإنترنت عن طريق خدمات مثل خدمة Kazaa. وبالفعل أشارت عدة دراسات إلى أن استعمال خدمات "الند للند" في تزليل المقطوعات الموسيقية من الأقراص الصلبة لمستعملين آخرين أدى في حقيقة الأمر إلى تعزيز الاتجاه صوب شراء منتجات موسيقية مادية مثل الأقراص المدججة (أو حتى إلى زيادة التجارب المادية مثل حضور الحفلات الموسيقية) (Oberholzer F and Koleman S, 2004).

٥١ - وبطبيعة الحال، يجب أن تولى جميع البلدان أولوية رئيسية لمكافحة أصحاب المصانع غير المشروعة التي تنتج أقراصاً مدججة وأشرطة مسجلة مقرصنة. ولعل أنجع سبيل إلى مكافحة القرصنة هو منح المؤسسات المحلية حوافز اقتصادية لاستئصال القرصنة. فعلى سبيل المثال، تستطيع جمعية محلية تُعنى بحقوق المؤلف أن تجني فوائد من أنشطة مكافحة القرصنة، لأن هذه الأنشطة ستدر عليها دخلاً (يتمثل في إيرادات حقوق الملكية الفكرية المتأتية من المبيعات المشروعة).

أفضل الممارسات والتوصيات المتعلقة بالسياسات

٥٢ - لا توجد مجموعة من الحلول السياساتية صالحة لجميع المشاكل التي تواجهها الصناعات الناشئة في البلدان النامية، بما فيها أقل البلدان نمواً. إلا أن التحليل الوارد في هذه الورقة يشير إلى أن التغيرات الجارية في صناعة الموسيقى يمكن أن تتيح فرصاً جديدة للمشاريع الأصغر حجماً ومجالاً ناشئاً هاماً لإيجاد فرص العمل والتوسع التجاري. ويشمل ذلك القدرة على در إيرادات عالية تعوض عن الأرباح المعاد استثمارها. ومن سمات صناعة الموسيقى أنها تنطوي على مخاطر كبيرة، وتتفرع إلى أجزاء كثيرة متداخلة، وهذا أمر لا بد منه لتكوين أفق بعيد المدى في وجه قدر كبير من اللايقين والتقلب. إلا أن هذه الاتجاهات ذاتها يمكن أن تحقق أيضاً للمشاريع السباقية

مزايا ضخمة تمنع القادمين الجدد من الانخراط في أكثر الأنشطة منفعةً. أما بالنسبة للبلدان الصغيرة فطريق النجاح يتمثل على الأرجح في نموذج مختلط من مشاركة القطاعين الخاص والعام. وينبغي تحسين العلاقات المهنية بين العناصر المبدعة و"غير المبدعة" في القطاع بغية تجاوز العقبات التي تحول دون التوسع. ويستند أنصار تدخل الدولة إلى الحججة الاقتصادية المعروفة بفشل السوق وإلى طابع السلعة العامة الذي تتسم به المنتجات الثقافية.

تقاسم المخاطر

٥٣- لئن كان الحصول على التمويل مسألة تهم جميع المشاريع التجارية فإن الدراسات تظهر أن المشاريع الثقافية، لا سيما الصغيرة منها، تواجه عقبات هائلة (Cunningham, 2004). وتعكس المشكلة جزئياً طبيعة أي منتج ثقافي، نظراً لما تتسم به هذه المنتجات من طابع السلعة العامة الذي يعرضها لخطر ارتفاع المتطفلين بها مجاناً. ونتيجة لذلك فإن ممارسات التمويل الراهنة غير مرضية إطلافاً في مرحلتها إنشاء وتطوير المشاريع الثقافية، وهما المرحلتان اللتان تشتد فيهما المخاطر في جميع الأحوال. وتزداد هذه المشكلة حدةً في البلدان النامية حيث تتسم الأسواق المالية بالهشاشة وحيث أدى رفع الضوابط إلى إبعاد الفرص عن الصناعات التي تنطوي على مخاطر أكبر أو تحتاج إلى فترات نضج أطول أو تتسم بمياكل مؤسسية معقدة (Felix, 2003).

٥٤- وتفتقر معظم البلدان النامية إلى سياسة قطاعية شاملة لتطوير صناعاتها الثقافية. وتصحيح هذا الأمر خطوة أولى نحو تحسين صورة الصناعة باعتبارها تتيح فرصة ممكنة للتمويل. وأغلب المشاريع التجارية المتصلة بالموسيقى في البلدان النامية تنتمي إلى فئة المشاريع الصغيرة والمتوسطة، وسيتعين على هذه البلدان أن تستحدث شركات متوسطة إلى كبيرة الحجم لكي تدخل الأسواق العالمية بوصفها شركات قادرة على المنافسة وذات التزامات مالية واضحة. وأحد السبل الممكنة لتحقيق ذلك هو إنشاء تكتلات حرفية أو مناطق صناعية، وهو ما يعد سمة من سمات هذه الصناعة في البلدان المتقدمة ويمكن أن يشكل بديلاً عن المشاريع الكبيرة المتكاملة رأسياً (Kozul, 1993).

٥٥- وتوجد في أوروبا طائفة واسعة من المخططات المالية العامة والخاصة والمختلطة، وهي متاحة لتطوير المشاريع الثقافية، بما في ذلك تقديم القروض التجارية، والقروض الميسرة، والمنح، ومخططات المنح المعدة خصيصاً لتطوير المشاريع الصغيرة والمتوسطة الثقافية (EU, 2000). وتعد الأدوات النقدية الجديدة (مثل مخططات الصرافة المحلية) من النوع الذي أنشئ في المملكة المتحدة، مثلاً، أكثر ملاءمة للظروف المحلية^(٤). ومن الأدوات السياساتية الهامة الأخرى في هذا الصدد ضمانات القروض، وهي عبارة عن نظام مشترك بين القطاعين العام والخاص لضمان القروض يرتبط بأشكال من الدعم المالي، مثل معهد تمويل الصناعة السينمائية والصناعات الثقافية (IFCIC) في فرنسا، وجمعية تطوير المشاريع الثقافية (SODEC) في كيبك بكندا. وتوجد مخططات لضمان القروض في بعض البلدان الأفريقية، مثل صندوق ضمان الاستثمارات الخاصة في غرب أفريقيا (GARI) (لومي، توغو)، ومؤسسة FANG (تونس) وغيرها. ورغم أن هذه المخططات ليست بديلاً عن الإقراض المصرفي فإنها يمكن أن توفر نوعاً من التأمين للقطاع المصرفي لدعم تطوير المشاريع التجارية.

٥٦- وأخيراً، يمكن لوكالات التنمية أن تؤدي أيضاً دوراً هاماً في توفير رأس المال للمشاريع الثقافية. وحتى اليوم، لم يكن لهيئات التمويل المتعددة الأطراف ومصارف التنمية الإقليمية دور بارز في هذا المجال، وإن أخذت

تلوح بعض بوادر التغيير. ويمكن لوكالات دولية أخرى، مثل الأونكتاد واليونيدو، أن توفر دعماً تقنياً تكميلياً لرابطات المشاريع الصغيرة والمتوسطة وللوكالات الحكومية في إنشاء تكتلات للصناعات الثقافية.

التطوير المؤسسي

٥٧- إن أحد الاستنتاجات العامة التي تخلص إليها هذه الورقة ضرورة التركيز على المؤسسات المعنية بحقوق المؤلف. ويتعين على البلدان النامية، عند الاقتضاء، تحديث تشريعاتها الخاصة بحقوق المؤلف وتيسير إنشاء نظام خاص بهذه الحقوق يتسم بالكفاءة ويكفل معاملة متكافئة بين المبدعين في هذه البلدان والمبدعين المنافسين لهم على الصعيد الدولي. وينبغي أن تتلقى البلدان النامية في هذا المسعى دعماً تقنياً ومالياً من الأوساط الدولية المعنية بحقوق المؤلف كيما تتمكن من رعاية هيئاتها هي المعنية بحماية حقوق المؤلف، وجعلها تعمل بكفاءة ونزاهة وشفافية. وهذا يفترض أن هذه الهيئات يمكنها الوفاء بعمليات لمراجعة الحسابات على قدر معقول من الصرامة والاستقلال، وأن مستعملي الموسيقى (أي الذين يدفعون المال للجمعيات) ومبدعي الموسيقى (أي الذين يحصلون على نصيبهم من هذا المال) مقتنعون بدرجة معقولة بأن الإيرادات توزع على الذين تؤدّي مقطوعاتهم الموسيقية.

٥٨- ومن شأن أي تغييرات عالمية في صناعة الموسيقى تضعف مبدأي المعاملة بالمثل والتضامن اللذين حافظا على تماسك نظام حقوق المؤلف حتى الآن (أو أي تغييرات تتجاوز هذا النظام كليةً، وهذا أسوأ قطعاً) أن تخلف نتائج سلبية في هذا السياق. وهنا تقع على كاهل منظمات دولية مثل المنظمة العالمية للملكية الفكرية والاتحاد الدولي لجمعيات المؤلفين والملحنين مسؤوليات هامة، نظراً لما تؤديه من دور يجمع بين المشورة والحماية.

خلاصة القول إن السياسات ينبغي أن تشمل ما يلي:

- ◆ تشجيع المبدعين، إن أمكن، على الاحتفاظ بحقوقهم الأصلية في أوطانهم (عن طريق ناشر أصلي محلي)، وعلى إبرام عقود للاستغلال الدولي قائمة على شروط "معقولة" (الشروط التي تعد معقولة في الأمم التي لها باع في تصدير الموسيقى)؛
- ◆ التماس أشكال نقل المعرفة والتكنولوجيا والدعم التشغيلي من دول أخرى أصغر في العالم المتقدم تسنى لها إنشاء مؤسسات محلية مستقلة ناجحة في إدارة حقوق المؤلف (مثل آيرلندا والسويد)؛
- ◆ التعاون مع هيئات دولية مثل المنظمة العالمية للملكية الفكرية لتزويد الموسيقيين والملحنين ومنظمي المشاريع في صناعة الموسيقى على الصعيد المحلي بمعارف محسنة عن هذه الصناعة.

بناء صناعة محلية ودعمها

٥٩- يُبنى الأساس الإبداعي، بدايةً، على المستوى المحلي. ومن شأن تهيئة مناخ موات لتنظيم المشاريع يشجع الشركات الصغيرة المستقلة على إنتاج طائفة واسعة من المنتجات الموسيقية أن يوفر الأساس لنجاح التصدير. وهذا بدوره يمكن أن يشجع الفروع المحلية للشركات الكبرى على الاستثمار في المؤلفات المحلية والفنانين المحليين. ومن

شأن هذا المناخ أن يسمح برعاية نمو المشاريع المحلية التي يمكن أن تستمد من التعاون مع فروع التكتلات المتعددة الجنسيات لصناعة الموسيقى قيماً تشد من أزرها.

٦٠ - واعتمدت بعض البلدان برامج مختلفة للتمويل المباشر و/أو الجزئي للإنتاج المحلي. ففي كندا، أنشئ برنامج تطوير التسجيلات الصوتية (SRDP) في عام ١٩٨٦ لدعم الشركات المملوكة كندياً في إنتاج برامج موسيقية سمعية ومرئية وبرامج إذاعية، وتقديم تسهيلات التسويق والتوزيع. وبلغ التمويل السنوي في ذلك الحين خمسة ملايين دولار كندي سنوياً. ويخلص تقرير أعدته فرقة عاملة تابعة للحكومة الكندية إلى أن لهذا البرنامج أثراً إيجابياً للغاية في صناعة التسجيلات الصوتية المحلية على الرغم من تراجع التمويل بنحو ٢٧ في المائة بقيمة الدولار الثابتة. ومن الانتقادات التي وُجّهت إلى البرنامج أنه لا يقدم إلا قدرًا ضئيلاً من الدعم للتسويق والتوزيع.

٦١ - وأغلب الظن أن المشاريع التجارية الدولية الناجحة ستجمع، بأشكال شتى، بين منظمي المشاريع المحلية والشركات الدولية. ومن الشروط اللازمة للنجاح توافر الخبرة في مجال "الصفقات المعقولة"، بما في ذلك حسن إدراك المبدعين لمساوئ التنازل عن الحقوق لقاء دفعة أولية صغيرة. ولا بد لصناعة ناشئة في بلد من البلدان النامية من إرساء مبادئ وممارسات جيدة فيما يخص العلاقات بين الجهات الفاعلة في الصناعات المحلية والوطنية ونظرائها على الصعيد الدولي. وليس من شك في أن صناعة الموسيقى الوطنية، بصرف النظر عن قيمة أصولها الإبداعية، ستضطر كثيراً إن لم تكن على علم بالمعايير المطبقة، مثلاً، في الدول التي لها باع طويل في تصدير المنتجات الموسيقية.

الاستنتاجات

٦٢ - إن الاتجاهات صوب عولمة الشركات في صناعة الموسيقى لم تبطل مفهوم صناعات الموسيقى الوطنية أو حتى الإقليمية. وصحيح أن قنوات التوزيع العالمية كالسواتل أو الإنترنت لا تبدِ احتراماً تكنولوجياً للحدود الوطنية أو الإقليمية أو الثقافية (اللغوية)، ولكنها من ناحية أخرى لا تقتصر على الترويج لعدد متناقص من منتجات ونجوم الترفيه العالميين.

٦٣ - ومن شأن اجتماع عدد من العوامل المحلية، مثل الثقافة والتعليم والأوضاع الاقتصادية والحصول على التكنولوجيا، حتى عند التفاعل مع الاتجاهات الدولية، أن يؤدي إلى ارتفاع مستويات النشاط المحلي. ومن ثم قد يشكل الأثر الكلي مورداً وطنياً بحكم الواقع. وهذا ما هو عليه الحال منذ عدة عقود في المملكة المتحدة والولايات المتحدة. وأخيراً أثبتت بلدان أخرى، منها بلدان صغيرة، مثل آيرلندا والسويد وجامايكا، أنها قادرة على تطوير صناعات مزدهرة.

٦٤ - ويمكن تحديد عدد من المجالات التي تستوجب مزيداً من البحث. وتتصل هذه المجالات بالقضايا الأساسية المبينة أعلاه: نظام الإدارة الجماعي، وأشكال الدعم الحكومي والخاص لبناء صناعات محلية، وتطوير مهارات صناعة الموسيقى من خلال التعليم والتدريب. ومما يستحق أيضاً مزيداً من الاهتمام توسيع إيرادات حقوق الملكية الفكرية لتشمل فئات أخرى من أصحاب الحقوق، وكذلك مسألة سرعة انخراط البلدان النامية في هذه العملية، هذا إن كان لها أن تنخرط أصلاً في حالات معينة.

٦٥- ويتسم ما تقدم بأهمية بالغة، لا للبلدان النامية فحسب وإنما أيضاً للصناعات الإبداعية الدولية إجمالاً. وإذا أريد للعالم أن يفيد من الذخيرة الثقافية الضخمة التي تتمتع بها البلدان النامية فلا بد من تقديم دعم فعال للصناعات الإبداعية فيها بغية تطوير قدراتها التوريدية ولا بد من مساعدتها في توسيع التجارة وتنميتها في ظل شروط تجارية عادلة. وسيطلب هذا توفير أوضاع تنافسية متكافئة ومستوى مناسب من المعارف الدولية حتى على الصعيد المحلي. ويمكن للصناعات الإبداعية كالموسيقى أن تكون وسيلة حاسمة الأهمية لتشجيع التنوع الثقافي ورعايته. ومع مراعاة ما تقدم، يتعين على المجتمع الدولي أن يضع تدابير وآليات خاصة بهدف تشجيع التنوع الثقافي الذي يعترف بحق المجتمعات والفئات الاجتماعية في إنتاج السلع والخدمات الثقافية التي تحترم هويتها وكرامتها وفي نشرها وتوزيعها والحصول عليها.

الحواشي

(١) تعتبر الولايات المتحدة استثناءً بارزاً فيما يتعلق بهذا الجانب الأخير، رغم أن هذا يمكن أن يتغير مع بدء العمل بقانون حقوق المؤلف الرقمية للألفية.

(٢) كما أن تمديد أجل الحماية بموجب قانون الولايات المتحدة قد اقترن أيضاً بعملية تحرير للشروط المفروضة على بعض مستعملي المنتجات الموسيقية؛ فقد أُعفيت بعض فئات المطاعم والحانات من اشتراط دفع ثمن استخدام المنتجات الموسيقية في مقارها. وقد أدى هذا بدوره إلى حدوث خلاف بين الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة، وقد اعتبرته منظمة التجارة العالمية، في وقت لاحق، غير مقبول. وتدفع الولايات المتحدة حالياً غرامة سنوية - ولكنه لم يتم إلغاء الإعفاء (٢٠٠٤).

(٣) اشترت شركة Bertelsmann شركة Napster في عام ٢٠٠٢ ثم عادت فباعتها لشركة Roxio، وهي شركة مصنعة لبرمجيات الأقراص المدججة. وتعمل شركة Roxio حالياً على إعادة إنشاء موقع Napster كخدمة قانونية لتزليل البيانات ولكنها لا تشتمل على مميزات التبادل بين النظراء. وتتمتع شركة Vivendi Universal بسيطرة تامة على موقع MP3.com. إلا أن قابلية هذه الأنشطة للاستمرار على المدى الطويل لا تزال موضع شك.

(٤) ليس من الواضح ما إذا كان المستهلكون، حتى في الأسواق الصناعية المتقدمة، مستعدين لدفع ما يصل إلى ١٠ دولارات أمريكية في الشهر للحصول على هذه الخدمات. إلا أن أعضاء في الكونغرس ومنظمات تُمثل صغار منتجي المواد الموسيقية في الولايات المتحدة قد أعربوا بالفعل عن قلق بالغ إزاء مخاطر الهيمنة الجماعية المتجسدة في مبادرتي شركتي "Pressplay و Reocrd labels launch online MusicNet" (Financial Times, London 4 December 2001, "Opening Shots", Music Business Interantionl, "music ventures", October 2001).

(٥) تشير الأرقام الخاصة بالسوقين (أستراليا والمملكة المتحدة) لمبيعات الموسيقى المادية خلال الأشهر الستة الأولى من عام ٢٠٠١ إلى الشركات الخمس الكبرى التي تتحكم في نسبة ٧٤ في المائة من السوق في أستراليا وأكثر من ٩٠ في المائة في المملكة المتحدة (المصدر: ميوزيك بيزنيس إنترناشيونال، تشرين الأول/أكتوبر ٢٠٠١).

(٦) صناعة الموسيقى هم بشكل خاص التكتلات القائمة على وسائط الإعلام، ذلك أن القدرة على توفير المعلومة تنتقل عبر شبكة رقمية بسبب موقعها المحوري في المنتجات الوسيطة المترابطة المعقدة.

الحواشي (تابع)

- (٧) Wallis, 1990; Malm & Wallis 1992; Choi & Hilton 1995, Burnett 1996, Negus, 1999 .
- (٨) إن النجاح في هذا الشكل من أشكال التجارة رائع بدرجة أن نجوماً عالمية بارزة (مثل بريتي سبيرز) أصبحت تتجه الآن إلى السويد للتسجيل في استديوهات تملكها مجموعات صغيرة من ملحنين الأغاني/الفنيين المحليين.
- (٩) تحاول الشركات الكبرى حالياً تطوير تكنولوجيا جديدة ستمنع المستهلكين من استنساخ الأقراص المدججة بل وحتى "حرق" أقراصهم المدججة من الملفات الرقمية المنسوخة على الأصل. ولا تشير الأدلة إلى أن هذه الشركات ستجد حلاً تكنولوجياً مثالياً لأي من المشاكل التجارية التي تخلفها التكنولوجيا الجديدة. فعلاً فقد شنت هذه الشركات مؤخراً حملة قانونية هجومية، لم تكمل حتى الآن بالنجاح إلا جزئياً، على المستخدمين غير الشرعيين للملفات الموسيقية المستنسخة.
- (١٠) هذا وتوجد بعض الأدلة على أن تزايد توافر الموسيقى في شكل صوري كملفات من نوع MP3 يؤدي إلى زيادة استهلاك المنتجات المادية مثل الأقراص المدججة.
- (١١) لولا هذه المساعدة لما كان بمسئطاع الملحنين من البلطيق الذين لقوا رواجاً في مسابقة الغناء في إطار الاتحاد الإذاعي الأوروبي (أوروفيزيون) على مدى السنتين الماضيتين، الحصول على عائد معقول لإيرادات حقوق الملكية الفكرية لبلداتهم.
- (١٢) من الجدير بالملاحظة أن هذه الممارسة الشائعة لم تُعرف وتطبّق في السويد إلا مؤخراً، رغم النجاح الذي حققه الملحنون السويديون في السوق الدولية. ومن الأمثلة على ذلك القاعدة التي وضعها الاتحاد الدولي لجمعيات المؤلفين والملحنين والتي تنص على أن ٥٠ في المائة من المبالغ المتقاضاة عن حقوق الأداء (مثل إيرادات الأداء على محطات الإذاعة والتلفزيون أو في الحفلات الموسيقية) في بلد آخر يجب أن تعاد إلى الملحن، عن طريق جمعية التحصيل التي ينتسب إليها في البلد الذي قيّد فيه نفسه. وهذا يفترض أن للملحن جمعية تحصيل محلية يعوّل عليها، وأن الأعمال المعنية سُجّلت محلياً وأن هذه البيانات متاحة على صعيد دولي. أما نسبة الـ ٥٠ في المائة "الأخرى" فتُدفع عادة إلى ناشر محلي يمثل الناشر الأصلي للملحن في الإقليم المعني. وهذا التقسيم بالمناصفة قاعدة قديمة تعود أصولها إلى وقت كان فيه "الناشر الفرعي" المحلي، كمثل أغنية ألمانية في الولايات المتحدة مثلاً، يطبع الموسيقى المكتوبة. ويستأثر عدد كبير من الملحنين المعروفين، عن طريق إبرام صفقات "عند المنبع"، بحصة مباشرة أكبر من نسبة الـ ٥٠ في المائة. وفي صناعة الموسيقى بالمملكة المتحدة، من الشائع إبرام صفقات "عند المنبع" بنسبة ٣٠/٧٠ حتى فيما يخص ملحنين أقل شهرة، وبعبارة أخرى، يُمنح الملحن ما نسبته ٧٠ في المائة من جميع الأموال المحصلة (مطروحاً منها الضرائب والرسوم الإدارية لجمعية التحصيل). وأفلح بعض الملحنين الناجحين في التفاوض على صفقات بنسبة ١٠/٩٠، ما يعني أن الناشرين لا يستطيعون أبداً الاحتفاظ بأكثر من ١٠ في المائة من إجمالي الأموال المحصلة.
- (١٣) مما يدل على أن هذه المشكلة لا تقتصر على البلدان النامية أن المجموع التقديري لمبيعات المنتجات المقرصنة بلغ ٢٨٠ مليون دولار في [...] و ١٨٠ مليون دولار في إيطاليا.
- (١٤) إن مناقشة هذا الموضوع تخرج عن نطاق هذه الورقة، ولكن انظر (2000) EU.

المراجع

- Ahlgren B (2000). Electronic trade in music: The shift from physical to non-physical products. Masters' thesis, Department of Media Technology and Graphic Arts, Royal Institute of Technology (KTH), Stockholm, Sweden.
- Andersen B, Kozul-Wright Z and Kozul-Wright R (2000). *Copyrights, Competition and Development: The Case of the Music Industry*, UNCTAD, Discussion Paper, 145, January, UNCTAD/OSG/DP/145, United Nations, Geneva.
- Burnett R (1996). *The Global Jukebox: The International Music Industry*. London: Routledge.
- Choi CJ and Hilton B (1995). "Globalization, originality, and convergence in the entertainment industry". In: L. Foster (ed.), *Advances in Applied Business Strategy*, Greenwich, CT: JAI Press.
- Cunningham S (2003). *Evolving creative industries: From original assumptions to contemporary interpretations*, transcript of a seminar, 9 May, Q U T Brisbane, Australia.
- Dayton-Johnson, J (2000). "What's Different About Cultural Products? An Economic Framework." (Dalhousie University) Paper produced for Strategic Research and Analysis (SRA), Strategic Planning and Policy Coordination, SRA501. Ottawa: Department of Canadian Heritage
- European Union (EU) (2000). Banking on culture, www.EU.org
- Felix D (2003). The Past as Future? The Contribution of Financial Globalization to the Current Crisis of Neo-Liberalism as a Development Strategy, PERI Working Paper Series no. 57. Political Economy Research Institute, University of Massachusetts, Amherst.
- Gerdes J and Rolland E (2000). "Www-What went wrong. An analysis of the apparent collapse of the dot coms", Proceedings of the Third International conference on Telecommunications and Electronic Commerce (ICTEC), Dallas: Southern Methodist University.
- Grahl J (2001). "Globalized finance", *New Left Review*, March-April.
- Gronow P and Saunio I (1998). *An International History of the Recording Industry*, Cassell, Llewellyn, Wellington House, London.
- Hirsch PM (1992). Globalization of mass-media ownership: Implications and Effects, *Communication Research* 19: 677-681.
- Jupiter Communications (2000). "Selling music On-line", paper presented by O. Beauvillan at PopKommconference, Cologne, August.
- Kozul Z (1993). Innovation and industrial organisation, PhD thesis, University of Cambridge, Cambridge.
- Kretschmer M and Wallis R (2000). "Business models and regulation in the electronic distribution of music". In: B. Stanford-Smith, *E-Business: Key Issues, Applications and Technologies*, Amsterdam: IOS Press, pp. 197-204.
- Kretschmer, M, Klimis G and Wallis RA (1999). "The changing location of intellectual property rights in music: A study of music publishers, collecting societies and media conglomerates", *Promethues* 17/2, pp. 163-186.

- Lovering J (1998). "The global music industry: Contradiction in the commodification of the sublime" In: A. Leysham et al (eds.), *The Place of Music*, New York: Guildford Press.
- Malm K and Wallis R (1992). *Media Policy and Music Activity*, London: Routledge.
- Mol JM and Wijnberg NW (2002). "Value chain envy: Explaining new entry and vertical integration in popular music", Research Report, SOM, 02B32, University of Groningen, Netherlands.
- Music & Copyright (2002). "EMI reports an 83% rise in EBITDA to US\$ 24 million", No. 240, 27 November, Informa Media Group, London.
- Music & Copyright (2003). "On Line retail market expands but high costs and increased competition threaten standalone web retailers", No. 265, 24 December, Informa Media Group. London.
- Negroponte N (1996). *Being Digital*, Vintage Books.
- Negus K (1999). *Music Genres and Corporate Cultures*, London: Routledge.
- Oberholzer F and Koleman S (2004). The effects of file sharing on record sales: An empirical analysis, research paper, Harvard Business School/UNC Chapel Hill, March.
- Rutten P (1991). Local popular music on the national and international markets, *Cultural Studies* 5: 294–305.
- Tapscott D, Ticoll D and Lowy A (2000). *Digital Capital: Harnessing the Power of Business Webs*, Harvard Business School Press, Cambridge, MA.
- Throsby D (2002). "The music industry in the new millennium: Global and local perspectives", paper prepared for the Global Alliance for Cultural Diversity, A Division of Arts and Cultural Enterprises, UNESCO, Paris.
- UNCTAD (1997). *Trade and Development Report 1997*, United Nations, Geneva.
- ____ (2003). Proceedings of the Youth Forum, Music Industry Workshop, Brussels, Third UN Conference on the Least Developed Countries, European Parliament, May, United Nations, Geneva and New York.
- Wallis R (1990). "Internationalisation, Localisation and Integration: The Changing Structure of the Music Industry", working paper of the Department of Mass Communication, Gothenburg University, Sweden.
- ____ (2000). "The music industry and the digital environment seen through the eyes of a smaller collecting society". In: J. Turton and E. Lauvaux (eds.), *Legal and Commercial Effects of Digitisation on the Music Industry*, Apeldoorn, Netherlands: Maklu Publishers, pp. 221–232.
- Wallis R, Kretschmer M, Holtham C and Skinner C (1998). "Credibility capital: The new logic of electronic markets". *Proceedings of First International Conference on Telecommunications and Electronic Commerce (ICTEC)*, Nashville: Vanderbilt University.
- Wallis R and Malm K (1984). *Big Sounds from Small Peoples: The Music Industry in Small Countries*, London: Constable.