



تأثیر استودیوهای خانگی، قالب‌های ذخیره‌سازی و فضای مجازی بر مالکیت ابزار تولید موسیقی

آروین صداقت‌کیش

در سال‌های پایانی سده‌ی بیستم، پیشرفت چشم‌گیر فن‌آوری رایانه و همه‌گیر شدن شبکه‌های اطلاعاتی تغییرات بزرگی را در چه‌گونگی تولید و دسترسی به اطلاعات، به ویژه در مورد آثار هنری به وجود آورد. از میان هنرها، موسیقی که پیش از آن در ابتدای سده‌ی بیستم چند جهش انقلابی دیگر را در زمینه‌ی پخش و انتشار پشت سر گذاشته بود، بیش‌تر از دیگر هنرها متحول گشت.

برای آن‌که این تحول به خوبی بررسی شود لازم است نگاهی به روش‌های سنتی انتشار و مصرف موسیقی بیاندازیم. تا پیش از اختراع دستگاه‌های ضبط صدا، موسیقی نیز مانند بیشتر هنرها (به غیر از ادبیات)، و حتا کم‌تر از آن‌ها امکان تولید انبوه به معنای صنعتی داشت. تولید موسیقی در این دوره (اگر بتوان واژه‌ی تولید را برای آن به کار برد) به معنای اجرای زنده بود. همان‌طور که مشخص است در این دوره هنوز میان تولید معنوی حقیقی (آهنگ‌سازی و اجرای موسیقی با ساز) و پخش یا انتشار رابطه‌ی بی‌واسطه وجود داشت. در نیمه‌ی دوم سده‌ی نوزدهم، به وجود آمدن وسایلی برای ضبط صدا این وضعیت را به سرعت تغییر داد. موسیقی به عنوان کالای قابل عرضه، بر روی رسانه‌ی فیزیکی زندانی شد. بنابراین تولید از این دوره به بعد به فرآیند دیگری اشاره دارد. فرآیندی که رابطه‌ی مستقیم میان تولید معنوی حقیقی (آهنگ‌سازی-اجرا) و مشتریان را غیر مستقیم و طولانی‌تر می‌کرد. انسان برای نخستین بار قادر به تولید انبوه موسیقی شد. این تولید بر خلاف نمونه‌های دیگری که در سده‌ی نوزدهم اتفاق افتاد (مانند همه‌گیر شدن استفاده از بالادهای^۱ خانگی) تولید انبوه موسیقی به صورت ضبط شده، بود. شنوندگان در این مورد تنها نقش مصرف‌کننده داشتند. مفهوم تولید انبوه موسیقی از این دوره به بعد بیش‌تر با انتشار و پخش آن گره خورد. اصطلاح ابزار تولید نیز با توجه به تغییراتی که اشاره شد، معنایی تازه یافت. تا پیش از این

دوره اگر به کار بردن اصطلاح ابزار تولید برای موسیقی امکان‌پذیر باشد؛ بر کمی کاغذ و جوهر (برای آهنگ‌سازی) و ساز(ها) (برای به اجرا درآمدن موسیقی) دلالت می‌کند، اما پس از آن اصطلاح ابزار تولید بیش‌تر به امکانات فرآوری و پخش صنعتی موسیقی اطلاق می‌شود. ناگفته پیداست که این ابزارها به دلیل گران قیمت بودن نمی‌توانست در دسترس خود موسیقی‌دانان باشد. به همین دلیل شرکت‌های انتشار موسیقی (صفحه پُرگونی) وارد ماجرا شدند و ابزارهای گران قیمت تولید انبوه را از طریق بستن قرار داد و خرید آثار موسیقی‌دانان در اختیار گرفتند. موسیقی‌دانانی که به هر دلیل نمی‌خواستند یا نمی‌توانستند این شرکت‌ها آثارشان را منتشر کنند، مجبور بودند از امکانات سنتی (سالن‌های کنسرت، کافه‌ها و ...) بهره بگیرند، که در بیش‌تر مواقع، به معنای شنونده‌ی کم‌تر و شهرت پایین‌تر بود.

اگر این تعریف اولیه را برای کارگر بپذیریم که «کسی که بر ابزار تولید (مرتبط با کارش) مالکیت ندارد»، موسیقی‌دان از این دوره به بعد به گونه‌ی کارگر معنوی تبدیل شد. شرکت‌های صفحه پُرگونی، آهنگ‌سازان و نوازندگان را استخدام می‌کردند تا موسیقی را تولید کرده و به خیل مصرف‌کنندگان برسانند. با توجه به همین وضعیت، مساله‌ی مالکیت بر ابزار تولید^۲ قابل طرح شد.

اختراع رادیو در ابتدای سده‌ی بیستم، جبهه‌ی دیگری را گشود و مساله را پیچیده‌تر کرد. تا پیش از به وجود آمدن رادیو، بخشی از هزینه‌ی که برای خرید صفحه‌های موسیقی پرداخت می‌شد هزینه‌ی ماده‌ی به کار رفته در تولید این اجناس بود (یا دست‌کم طرفداران تولید انبوه موسیقی این طور استدلال می‌کردند). اما با اختراع رادیو و پخش موسیقی زنده و غیر زنده از آن، این مورد نیز تغییر کرد. در رادیو موسیقی بر روی رسانه‌ی فیزیکی ارایه نمی‌شد بلکه از طریق آنتن به گیرنده‌های مشتریان می‌رسید. به این ترتیب شنوندگان برای استفاده از موسیقی هزینه‌ی مستقیم نمی‌پرداختند^۳. این موضوع باعث می‌شد شنوندگان موسیقی رادیو بسیار بیش‌تر از مصرف‌کنندگان صفحه‌های موسیقی باشند، هر چند که شنونده‌ی رادیو حق انتخاب و تکرار قطعه‌ی موسیقی را از نظر فنی نداشت، یعنی شنونده بر زمان و تعداد دفعه‌های شنیدن موسیقی مورد علاقه‌اش نمی‌توانست کنترلی داشته باشد. در این‌جا نیز از دیدگاه مالکیت ابزار تولید تفاوتی با مورد پیش مشاهده نمی‌شود و حتا مالکیت موسیقی‌دانان بر ابزار تولید رادیویی مشکل‌تر و دورتر از ذهن است. اگر در مورد پیشین، امکان این‌که موسیقی‌دان ثروتمندی به طور استثنایی صاحب دستگاه‌های ضبط و تکثیر صفحه و استودیویی برای انجام این کار باشد، وجود داشت؛ در مورد رادیو به دلیل ملاحظات سیاسی دولت‌ها و مسایل فنی پیچیده‌تر، این امکان بسیار کم‌تر است.

هر چند که در دهه‌های بعدی سده‌ی بیستم نوار مغناطیسی و لوح فشرده به مورد یکم و تلویزیون نیز به مورد دوم اضافه شد، اما وضعیت مالکیت بر ابزار تولید چندان تغییر نکرد. چرا که در هر یک از این موارد امکانات فنی تولید انبوه تغییر کرده، اما کلیت موضوع بدون تغییر باقی ماند و هم‌چنان انتشار بر واسطه‌های فیزیکی یا از طریق رسانه‌های ارتباط جمعی متکی بود. در این میان گاهی نیز حالت‌هایی میانه‌ی دو وضعیت گفته شده به وجود می‌آمد؛ مانند شبکه‌های تلویزیون کابلی که در اواخر سده‌ی بیستم در ایالات متحد مرسوم شد. این مورد به نوعی امکان فروش را برای تولیدکنندگان فراهم می‌کرد ضمن این‌که هنوز یک تلویزیون بود.

با به میان آمدن تکنولوژی رایانه و امکان پخش برنامه‌ها از طریق ماهواره، کنترل بر مصرف برنامه‌ها به شکل

نوعی رمزگذاری بر امواج ارسال شده از ماهواره درآمد و به شکل موثرتری بر فروش انواع محصولات موسیقی اعمال شد، اما ابزار تولید هم‌چنان دور از دسترس تولیدکنندگان حقیقی (موسیقی‌دانان) ماند؛ چرا که مالکیت ابزارهایی مانند ماهواره‌های ارتباطی حتی برای شرکت‌های بزرگ نیز دشوار بود، چه رسد به افراد.

آن چه گاهی میان این رسانه‌ها و امکانات ذخیره‌سازی جدید تفاوت ایجاد می‌کرد، مسایل و مشکلات مربوط به حقوق معنوی آثاری بود که از طریق هر یک ارایه می‌شد. برای نمونه این چالش که در هنگام پخش اثر ضبط شده‌ی یک هنرمند (که یک شرکت صفحه‌پُرکُنی آن را تولید کرده است) حق معنوی به شرکت باز می‌گردد یا هنرمند، یا این پرسش که پخش دوباره‌ی اثری که در یک شبکه‌ی رادیویی خاص و برای پخش در همان رادیو ضبط شده است از همان شبکه یا شبکه‌ی دیگر یا حتی شرکت صفحه‌پُرکُنی نامرتبط با آن شبکه آیا حقی را به هنرمند باز می‌گرداند یا خیر؟ از پرسش‌هایی است که در سال‌های نخستین سده‌ی بیستم برای مراکز قانون‌گذاری و نظریه‌پردازان حقوق معنوی مطرح بود. با همه‌ی این‌ها ضمن گونه‌گونی و تفاوت‌های مشاهده شده در این رسانه‌های ذخیره‌سازی یا توزیع، یک چیز در همه‌ی آن‌ها مشترک بود و آن هم مالکیت نداشتن تولیدکنندگان واقعی بر ابزار تولید انبوه کارشان است.

در دو دهه‌ی پایانی سده‌ی گذشته، فن‌آوری‌ی هم‌زمان و موازی آن‌چه گفته شد در حال تکوین بود که تا حدود زیادی با رسانه‌های دیگر تفاوت داشت. فن‌آوری رایانه که پس از جنگ جهانی دوم ابتدا در مراکز نظامی، علمی و صنعتی پیشرفته مورد استفاده بود، آرام آرام (از دهه‌ی ۸۰ به بعد) با ساخته شدن رایانه‌های شخصی و در دسترس قرار گرفتن آن‌ها، جزیی از زندگی شهروندان معمولی (ابتدا کشورهای پیشرفته و سپس دیگر کشورها) شد. به وجود آمدن قالب‌های ذخیره‌سازی اطلاعات صوتی دیجیتال از یک سو و کمی بعدتر افزوده شدن امکانات ضبط موسیقی به رایانه‌های شخصی از سوی دیگر معادلات سنتی مالکیت بر ابزار تولید را بر هم زد. تا این‌جا هنوز هم شرکت‌های تولید انبوه حضوری چشم‌گیر داشتند، چرا که بازار توزیع هنوز به طور کامل در دست آن‌ها بود.

مساله‌ی تولید به معنای ساختن یک شی فیزیکی در این موارد به کلی حذف شد چرا که رایانه‌ها اطلاعات را به صورت علایم الکترونیکی رد و بدل می‌کردند؛ این اطلاعات به دلیل همین خصوصیت تا بی‌نهایت تکرارپذیر و قابل استفاده می‌شد، بنابراین بر خلاف موارد سنتی، در دست داشتن یک کپی برابر با داشتن نمونه‌ی اصل بود. این موضوع بسیار ساده که قالب‌های ذخیره‌سازی متفاوت می‌توانست مالکیت انحصاری بر نسخه‌ی اصلی تولید شده را از میان ببرد، سر آغاز تغییر در مناسبات سنتی میان شرکت‌های تولیدکننده و موسیقی‌دانان شد. توزیع نیز از طریق هر نوع کپی‌برداری ممکن بود؛ هر اثر می‌توانست تنها به کمک یک یا چند رایانه‌ی شخصی توسط افرادی که ممکن بود با یکدیگر بی‌ارتباط نیز باشند تکثیر شود و در اختیار مصرف‌کننده قرار گیرد.

در دهه‌ی نود رایانه‌ی شخصی به اندازه‌ی کافی قدرت‌مند شد تا بتواند کلیه‌ی کارهای لازم برای آماده کردن یک ضبط مورد قبول از موسیقی اجرا شده را انجام دهد. کوچک شدن، توانا‌تر شدن و ارزان شدن قیمت سخت‌افزارهای لازم برای بر پا کردن چیزی که بعدها یک استودیوی خانگی^۴ نام گرفت، باعث شد که بیش‌تر موسیقی‌دانان (به خصوص آن‌ها که مستقل‌تر بودند) علاقه‌مند شوند استودیوهای کوچکی برای خود برپا سازند. این مساله به نوعی مالکیت بر ابزار تولید را برای تولیدکنندگان حقیقی امکان‌پذیر کرد. مالکیت نداشتن بر ابزارهای ویژه‌ی ضبط صدا

اولین مشکل مربوط به تغییر در مناسبات سنتی بود که بدین ترتیب حل شد. هم‌چنین مسایل مربوط به فن‌آوری‌های پیشین را نیز به نوعی حل کرد یا از دیدگاه دیگری بر هم زد؛ تعداد شنوندگان^۴ که تا حدود زیادی قابل کنترل بود غیر قابل کنترل شد (شبیه رادیو) و نیز انتخاب دل‌خواه بر اساس زمان و نوع و تکرارپذیری هم حفظ و حتا ساده‌تر شد (مانند ابزارهای ذخیره‌ی فیزیکی)؛ پس افزون بر تغییر در مناسبات مربوط به تولید، قواعد توزیع نیز در حال تغییر بود. آن چه باعث می‌شد این مطلب کامل نشود آخرین وابستگی انتقال داده‌ها به رسانه‌های فیزیکی بود. به بیان دیگر اگر لازم می‌شد اطلاعات از یک رایانه به رایانه‌ی دیگر منتقل شود (نقل مکان جغرافیایی) باید این کار را انسان با کمک رسانه‌ی ذخیره‌سازی (برای مثال دیسکت) انجام دهد. این موضوع باعث می‌شد که هنوز قدرت توزیع تولیدکنندگان حقیقی با شرکت‌های بزرگ انتشار موسیقی برابر نباشد.

با به وجود آمدن فن‌آوری شبکه‌های رایانه‌ی و پس از آن اینترنت مسالهی توزیع نیز حل شد. به این ترتیب کافی بود، موسیقی تولید شده از طریق شبکه‌ی اینترنت ارایه شود تا تعداد بسیار زیادی از مصرف‌کنندگان بتوانند آن را دریافت کرده و بشنوند. به وجود آمدن قالب‌های فشرده و ذخیره‌سازی اطلاعات در شبکه‌های رایانه‌ی و رایانه‌ها (مانند قالب بسیار موفق MP3) و فضای مجازی موجود در این گونه شبکه‌ها باعث چالش‌های جدی بر سر راه اعمال حق کپی شد. این قوانین که پیش‌تر به عنوان ضمانت قدرت‌مند برای اعمال کنترل بر مالکیت تولید به کار می‌رفت، در رویارویی با شرایط جدید یا کاملاً کارآیی خود را از دست داد یا برای هماهنگ شدن با آن به ناچار تغییر یافت. در حقیقت از این پس حق کپی در صورتی که پدید آورندگان اصلی یک اثر مایل نبودند، نمی‌توانست از طریق شرکت‌های بزرگ اعمال و ابزار فرآوری سود بیش‌تر شود.

پایین آمدن هزینه‌ی تولید که در اثر ارزان شدن لوازم استودیوهای خانگی اتفاق افتاد، همراه با ارزان شدن هزینه‌ی توزیع (حتا بخشی از این هزینه به عهده‌ی خود شنوندگانی گذاشته شد که از سرویس دهنده‌های اینترنتی استفاده می‌کردند) راه را برای تغییر کامل ساختار سنتی چرخه‌ی تولید و همچنین مالکیت بر ابزار تولید باز کرد. تا پیش از این دوره چرخه‌ی تولید شامل تولیدکننده‌ی معنوی (آهنگ‌ساز)، فراهم‌کنندگان امکان اجرای فیزیکی (نوازندگان)، فرآوری نسخه‌های اصلی، تکثیر و انتشار می‌شد؛ اما در دوره‌ی جدید این چرخه می‌تواند به تولید معنوی و اجرا محدود شود.

تأثیر تغییر در وضعیت ابزار تولید بر هنر شاید به گونه‌ی آزادی هنرمندان از وابستگی به درخواست بازار باشد که از طریق شرکت‌های بزرگ تولید موسیقی اعمال می‌شود؛ یعنی از این پس موسیقی‌دانان برای ارایه‌ی کارشان تنها به انتشار به وسیله‌ی شرکت‌های بزرگ وابسته نیستند، بلکه می‌توانند، در صورتی که بخواهند، به طور مستقیم با شنوندگان ارتباط داشته و فارغ از فضای تحمیلی تجارت هنری، آثار خود را تولید کرده و به دست مصرف‌کنندگان برسانند. این به آن معنا نیست که از این پس هر گونه اعمال فشار بازار بر موسیقی‌دانان برای تغییر در آثارشان متوقف یا بی‌اثر می‌شود، بلکه بیش‌تر به این مفهوم است که این فشارها از طریق انحصار مالکیت ابزار تولید (و حتا توزیع) موسیقی اعمال نخواهد شد.

آبان ۱۳۸۵

* این مقاله پیش‌تر در ماهنامه‌ی *تقدیر*، سال سوم، شماره‌ی ۱۶، دی و بهمن ۸۵ چاپ شده‌است.

۱. نوعی ترانه‌ی سُبک که چون در سده‌ی نوزدهم در مهمانی‌های خانوادگی به عنوان یکی از سرگرمی‌های مرسوم اجرا می‌شد، تصنیف کردن‌اش برای آهنگ‌سازان و هم‌چنین انتشار کتابچه‌های نُت آن برای شرکت‌های انتشاراتی سودآور بود. در این میان اگر تولید را به گوش رسیدن موسیقی بدانیم، در نهایت خریداران تولیدکننده به حساب می‌آمدند. حتا اگر آهنگ‌ساز را نیز تولیدکننده‌ی اصلی بدانیم رابطه‌ی میان او و مصرف‌کنندگان بسیار مستقیم و نزدیک بوده‌است. این مورد را به سختی می‌توان تولید موسیقی به حساب آورد، شاید بتواند در دسته‌بندی تولیدی چاپ و انتشار قرار گیرد.
۲. شاید بهتر بود در این جا از اصطلاح با معنی‌تر «ابزار توزیع» استفاده می‌شد، اما چون ابزار تولید در ادبیات سوسیالیستی شناخته شده‌تر است، همان آمد.
۳. هزینه‌ی خرید دستگاه رادیو به شرکت‌های تولیدکننده‌ی گیرنده‌ی رادیو می‌رسید و هیچ ربطی به این موضوع نداشت. در برخی از کشورها هزینه‌ی استفاده از رادیو (مانند دیگر خدمات عمومی) در مالیات محاسبه شده بود.
۴. قیمت ابزارهای لازم برای راه‌اندازی یک استودیوی صدا برداری از چند صد هزار دلار (برای یک استودیوی بزرگ) به چند هزار دلار (برای یک استودیوی خانگی) رسید. اگر مسایل مربوط به راحتی بیش‌تر و همیشه در دسترس بودن امکانات برای موسیقی‌دانان را نیز به معادله اضافه کنیم، دلیل علاقه‌ی بیش از حد آنان به داشتن چنین استودیوهایی مشخص می‌شود.
۵. در متون کلاسیک مربوط به حق کپی، به این که رسانه‌های فیزیکی تعداد شنوندگان را کنترل می‌کنند، اشاره شده‌است. اما به نظر می‌رسد کنترل اعمال شده از طریق شمارگان انتشار، بیش‌تر بر تعداد دارندگان اثر قابل اعمال است تا تعداد شنوندگان (برای مثال یک صفحه را چندین نفر ممکن است گوش کنند بدون آن که آن را داشته باشند). برای مطالعه‌ی بیش‌تر ر.ک. کتابنامه.

کتابنامه

- 1- Cordella, A. & Klang, M., "Property Rights in the MP3 Era", online resource.
- 2- Drake, M. & Perelson, A. & Spivey, I. "An Analysis Of Digital Rights Management systems from the musicians' perspective." Online Resource <http://mattdrake.mit.edu/other/ethicsandlaw/paper.pdf>.
- 3- Rosenmeier, M. & Teilmann, S. *Art and Law The Copyright Debate*, DJØF Publishing, 2005.
- 4- Abramowicz, M. "A Theory of Copyright's Derivative Right and Related Doctrines", *Law Review*, 2003.
- 5- Gartner, G. "Copyright and Digital Media in a Post-Napster World", 2003.
- 6- Un Known, "Digital Rights Managements Framework.", Thesis From university Of Wollongong.
- 7- SACLJ, "Rocking And Ripping On The World Wide Web The Collision Between Digital Music And Copy Right Law".
- 8- Janecke, c. "Technology as a medium in the art", Online Resource www.aol.com.
- 9- Adorno, T. "On popular music", *Studies in Philosophy and Social Science*, New York: Institute of Social Research, 1941, IX, 17-48.
- 10- Blanchette, k. "Effects of MP3 Technology on the Music Industry: An Examination of Market Structure and Apple iTunes", 2004.