

حقوق مالکیت فکری و قراردادهای نشر الکترونیکی

حمید محسنی

عضو هیئت علمی مرکز آموزش عالی امام خمینی (ره)، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، کرج، ایران

رایانامه: nashreketabdar@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۰۷ تاریخ ویرایش: ۱۴۰۱/۱۰/۱۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۱۷ تاریخ چاپ: ۱۴۰۱/۱۱/۰۳ صص: ۱-۱۲

چکیده

قراردادهای نشر طیف وسیعی از قراردادها را دربر می‌گیرند که هر یک چند و چون روابط بین عوامل درگیر در نشر آثار را تعریف می‌کنند. قرارداد ناشر با عرضه‌کنندگان الکترونیکی محتوا یکی از همین نوع قراردادهاست که اغلب با دیگر قراردادهای نشر مرتبط است. در این مقاله به برخی مسائل و چالش‌های قراردادهای اشاره خواهد شد که نوعاً با نشر الکترونیکی تک‌نگاشت‌ها مرتبط است و براساس ساز و کارهای قانونی و حقوقی ایران آن‌ها را با نام کتاب می‌شناسیم. بخش زیادی از این چالش‌ها را می‌توان پیش‌انشر محسوب کرد؛ از این جهت که به کم‌وکیف رابطه ناشر با تولیدکنندگان محتوا و نیز خود محتوا مربوط است که باید آماده نشر چاپی و سپس الکترونیکی شوند. بخش دیگر به چالش‌های پس از نشر الکترونیکی مربوط است که ممکن است با ناشران، تولیدکنندگان محتوا، و مصرف‌کنندگان مربوط باشد؛ اغلب عوارض آگاهانه و ناآگاهانه هر یک از این چالش‌ها ممکن است کم‌وبیش به دیگری و خود فرایندهای نشر الکترونیکی نیز منتقل شود. به همین دلیل، تلاش می‌شود به آن دسته از مسائل و چالش‌هایی اشاره شود که باید در انواع قراردادهای نشر، با تأکید بر قرارداد با انواع واسطه‌های الکترونیکی، پیش‌بینی شوند تا مشکلات آن خواسته و ناخواسته به دیگری منتقل نشود.

کلیدواژه‌ها: حقوق مالکیت فکری، نشر الکترونیک، واسطه‌های الکترونیکی، قراردادهای نشر، نشر، حقوق نسخه‌برداری.

مقدمه

ناشر یک فرد حقیقی یا حقوقی است که فرایندهای پیشانش، نشر و پس از نشر یک اثر را مدیریت می‌کند. هر کدام از این فرایندها، و حتی شکل انتشار محتوا، بر مراحل قبل و بعد از خود تأثیر دارد؛ چه از نظر فنی و چه غیر فنی و عمدتاً حقوقی که موضوع اصلی این مقاله است؛ البته با تأکید بر قراردادهای مرتبط با نشر الکترونیکی کتاب‌ها. برای مثال، افراد و نهادهای مختلفی در تولید و عرضه محتوا حضور دارند که توجه به حقوق آن‌ها اهمیت دارد. این مسائل به خصوص در سازمان‌های بزرگ دانشی، پژوهشگاه‌ها، دانشگاه‌ها و ناشران کوچک و بزرگ از این جهت اهمیت دارد که یک اشتباه ناآگاهانه می‌تواند اعتبار آن‌ها را خدشه دار کند و در عین حال، بر انجام وظایف فردی و سازمانی تأثیر منفی بگذارد. برعکس، مدیریت آگاهانه و مبتنی بر اهداف و وظایف سازمانی با کمک فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی می‌تواند بر فرایند ارتباط علمی و حرفه‌ای تأثیر مثبت زیادی بگذارد و برای دسترسی به اهداف، نهادی را ایجاد کند. زیرا امروزه نشر و ابزارهای دیجیتال از جمله راه‌حل‌های گریزناپذیر در انجام امور هستند.

نکته بسیار مهم در کم و کیف مدیریت انواع فناوری‌ها، از جمله فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در انواع سازمان‌های دانشی و غیردانشی این است که کم و کیف بهره‌گیری از این ابزارها بیش از هر چیز به مدیریت اطلاعات و دانش فردی و سازمانی گره خورده است، و نه خود این فناوری‌ها. در واقع، آخرین و آسان‌ترین حلقه، نشر خود محتوا و مدیریت فنی آن است. فرایندهای پیشانش عمدتاً به تولید محتوا و آماده‌سازی محتوایی و فنی اثر مربوط است. ویرایش علمی، ساختاری، ادبی، صوری و دیگر انواع ویرایش‌ها و نیز صفحه‌آرایی و طراحی گرافیکی در همین مرحله انجام می‌شود. نتیجه این فعالیت‌ها اثری است که برای نشر به صورت چاپی، الکترونیکی یا غیره آماده است. دریافت انواع مجوزها در ایران نیز جزو مراحل پیشانش است. ناشر با در دست داشتن همین مجوزهاست که می‌تواند آثار را به

شکل چاپی منتشر کند. نشر الکترونیکی کتاب‌ها به مجوز اضافی از نهادهای مرتبط با نشر نیاز ندارد. اما به دلیل برخی از فرایندهای فنی و حقوقی که برای نشر چاپی تعریف شده است، انتشار یک اثر چاپی اغلب با تأخیر زمانی همراه است. زیرا نشر الکترونیکی کتاب‌ها از زمانی آغاز می‌شود که نسخه چاپی اثر منتشر شده و مجوز توزیع را دریافت کرده باشد.

ناشران برای نشر الکترونیکی آثار عموماً از خدمات نهادهای واسطی استفاده می‌کنند که محتوای ناشران گوناگون را در دسترس قرار می‌دهند. آمازون، کتابراه و فیدیبو از جمله همین نهادها یا واسطه‌های الکترونیکی هستند. ناشر می‌تواند با یک یا چند واسطه الکترونیکی برای دسترسی پذیری محتواها تفاهم‌نامه یا قراردادی امضا کند. از امتیازات ویژه نشر الکترونیکی آثار آن است که به طور هم‌زمان می‌توان اثری خاص را در چند سکوی نشر الکترونیکی در دسترس قرار داد. انتشار آثار در سکوهایی مختلف نافی این موضوع نیست که ناشر، خود، نتواند آن‌ها را منتشر کند. این نکته به خصوص در سازمان‌های بزرگ آموزشی و پژوهشی، مثل سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، دانشگاه تهران و دیگر نهادهای دولتی از اهمیت زیادی برخوردار است. زیرا براساس قانون، آن‌ها باید اسناد و مدارک دولتی یا با هزینه دولت را رایگان و برای عموم در دسترس قرار دهند. در هر حال، چه ناشر دولتی باشد و چه خصوصی، بسیار مهم است که محتوای قرارداد با واسطه‌ها طوری تنظیم شده باشد که هم اختلالی در اهداف و وظایف قانونی آن‌ها ایجاد نشود و در عین حال، از مزایای نشر الکترونیک نیز به خوبی استفاده شود. بیشتر مسئولیت‌های حقوقی و قانونی مرتبط با تولید محتواها با ناشر یا نهادهای تولیدکننده محتواست و مسئولیت فنی و حقوقی دسترس‌پذیری الکترونیکی با واسطه‌ها.

قراردادهای نشر طیف وسیعی از قراردادها را دربر می‌گیرد و در هر یک از آن‌ها چند و چون روابط بین عوامل درگیر در نشر یک اثر تعریف می‌شود. از آنجایی که ناشر (چه فرد حقیقی یا حقوقی) وظیفه اصلی مرتبط با نشر اثر را بر عهده دارد،

از عوامل مختلفی متأثر است: قوانین و مقررات و نهادهای ناظر بر اجرای آن‌ها، نهادهای صنفی و حرفه‌ای، کم‌وکیف رقابت، و قدرت و ضعف بازیگران بزرگ و کوچک. هریک از این موارد را می‌توان به اجزای مختلفی تقسیم کرد که باهم و با عوامل محیطی دیگر هم‌کنشی مثبت یا منفی دارند. طبیعتاً محتوای قراردادها و حتی کم‌وکیف اجرای آن‌ها، همین نوع از رابطه افراد و نهادها را در کسب‌وکار و محیط حاکم بر آن نشان می‌دهد.

به بیان ساده، در قراردادهای نشر الکترونیکی کتاب‌ها، مقرر است یک واسطه، آثار ناشران مختلف را برای مصرف‌کنندگان در دسترس قرار دهد. یک‌سوی قرارداد ناشر و در سوی دیگر عرضه‌کننده قرار دارد. سرفصل‌های اصلی قرارداد عبارت‌اند از: تعریف و توصیف نوع کالا و خدمت، اهداف یا موضوع قرارداد، وظایف و تعهد طرفین، تشخیص هویت افراد / نهادها / کالاهای، تعریف و توصیف فرایندها، محدودیت‌های زمانی و مکانی مرتبط با قرارداد، حقوق مادی و معنوی طرفین و افراد ثالث، حفاظت از داده‌ها، پشتیبانی فنی و نرم‌افزاری، گزارش خدمات، تسویه حساب، حل و فصل اختلاف‌ها و داوری.

در همه انواع قراردادهای نشر الکترونیکی کتاب‌ها و حتی قراردادهای دیگر، بسیاری از بندها مشترک است. برای مثال، آماده‌سازی فنی محتوا برای نشر الکترونیکی، بازاریابی، فروش، خدمات جستجو و پشتیبانی از جمله مهم‌ترین وظایف عرضه‌کننده آثار است. برای این منظور، نرم‌افزارهایی طراحی شده است که به‌عنوان ابزار / سکو یا پلتفرم ارتباطی عرضه‌کننده با ناشر و با مخاطبان نهایی یا مصرف‌کنندگان اطلاعات نیز کاربرد دارد. وظیفه اصلی ناشر بارگذاری اطلاعات کتاب‌ها، اغلب در قالب فایل ورد یا پی‌دی‌اف است. به همین دلیل، درگاهی تعریف شده که ابزار اصلی ارتباط ناشر با عرضه‌کننده است. عرضه‌کننده پس از عقد قرارداد، این سکوی اختصاصی را با گذرواژه و نام کاربری در اختیار ناشر قرار می‌دهد تا فایل‌های هر کتاب (اغلب شامل فایل متنی ورد، فایل پی‌دی‌اف، تصویر

یک‌سوی بسیاری از قراردادهاست از جمله قرارداد با نویسنده، مترجم، ویراستار، و چاپخانه. براساس این نوع از قراردادهاست که ناشر می‌تواند با سایر افراد و نهادهای مرتبط با نشر اثر، تعامل برقرار کرده و قرارداد امضا کند. مانند انواع قراردادهای مرتبط با نشر الکترونیکی محتوا به شکل فایل‌های متنی، صوتی، فیلم و غیره. به‌عبارت‌دیگر، ناشر (حقیقی یا حقوقی) یک اثر است که می‌تواند آن را به شکل چاپی، الکترونیکی یا سایر انواع محمل‌ها منتشر کند.

در ادامه به برخی از مسائل و چالش‌های مرتبط با قراردادهای نشر الکترونیکی آثاری اشاره خواهد شد که نوعاً تک‌نگاشت هستند و براساس سازوکارهای قانونی و حقوقی ایران آن‌ها را کتاب می‌نامیم. این آثار به‌دلیل سازوکارهای قانونی مرتبط با نشر کتاب در ایران قرینه الکترونیکی نسخه‌های چاپی هستند. بخش زیادی از این کتاب‌ها قبلاً فقط به شکل چاپی منتشر شده بودند؛ یعنی سازوکارهای فنی و حقوقی مرتبط با نشر الکترونیکی آن‌ها پیش‌بینی نشده بود. به همین دلیل چالش‌های فنی و حقوقی باز نشر الکترونیکی این بخش از آثار به‌مراتب بیشتر از تازه‌های نشر است. درواقع، بخش زیادی از این چالش‌ها پیش‌انشر بوده و به کم‌وکیف رابطه ناشر با تولیدکنندگان محتوا و نیز محتوایی ربط می‌یابند که باید آماده نشر چاپی و سپس الکترونیکی شوند. بخش دیگر، چالش‌های پس از انتشار الکترونیکی اثر هستند و به ناشران، تولیدکنندگان محتوا، و مصرف‌کنندگان آثار ربط می‌یابند؛ عوارض آگاهانه یا ناآگاهانه هریک از این چالش‌ها نیز ممکن است کم‌وبیش به مراحل قبل و بعد نیز سرایت کند. از این‌رو، با تأکید بر انواع واسطه‌های الکترونیکی تلاش می‌شود تا به آن دسته از مسائل و چالش‌هایی اشاره شود که باید در انواع قراردادهای نشر پیش‌بینی شود تا از انتقال مشکلات خواسته یا ناخواسته به بخش‌های دیگر پرهیز شود.

مرور کلی محتوای قراردادها

رابطه افراد و نهادها در کسب‌وکار و حتی در روابط شخصی،

به همین نکته‌ها و شکاف‌های فنی و حقوقی اشاره شود.

قدرت و ضعف فنی و نهادی و قراردادها

انواع روابط و قراردادها در چرخه اطلاعات و دانش، از جمله آموزش، پژوهش، و صنعت نشر را می‌توان براساس شاخص قدرت و ضعف بازیگران آن مطالعه کرد و چنین گزاره یا فرضیه‌ای را آزمود: روابط و قراردادها موجود در نشر الکترونیکی تحت تأثیر کم و کیف قدرت و ضعف بازیگرانی است که در این عرصه حضور دارند. اگرچه به نظر یک اصل یا گزاره بدیهی و خنثی به نظر می‌آید اما پایه و راهنمای توصیف و تحلیل برخی از روابط و محتوای قراردادهاست. فرضیه یا گزاره زیر گرچه آن را خاص تر می‌کند اما باید آن را با شواهد و مستندات خود قراردادها و روابط بین ناشران و عرضه کنندگان آزمود:

بیشتر رابطه‌ها و قراردادها نشر الکترونیکی کتاب‌ها در ایران براساس توان فنی و قدرت و ضعف عرضه کنندگان محصولات نشر یا همان واسطه‌های نشر الکترونیکی است و نه تولیدکنندگان و مصرف کنندگان اطلاعات. سوی دیگر گزاره فوق این است که تولیدکنندگان و مصرف کنندگان محتوا به بسیاری از مزایای مرتبط با نشر الکترونیکی محتوا دسترسی ندارند. این موارد براساس تجربه شخصی و نیز تحلیل قراردادها و نوع روابطی حاصل آمده است که در این حوزه جاری است و در این مقاله به آن‌ها اشاره می‌شود. البته به مورد یا نامی خاص اشاره نمی‌شود تا قوت و ضعف محتوای قرارداد و نوع رابطه‌ها برجسته شود نه نام‌های خاص.

بدیهی است بیشتر ناشران نه توان فنی تولید نرم‌افزارهای قدرتمند مرتبط با نشر الکترونیکی کتاب‌ها را دارند و نه حتی سرمایه‌گذاری انفرادی و در مقیاس خرد ناشران در این زمینه اقتصادی و منطقی است. در همه جهان نیز انواع نهادها و مرتبط با نشر الکترونیکی در نقش واسطه بین تولیدکنندگان و مصرف کنندگان شکل گرفته‌اند. آن‌ها با نرم‌افزارهای قدرتمند

(جلد) و اطلاعات مرتبط با هر اثر را جداگانه در وبگاه بارگذاری کند. بیشتر پیگیری‌های مرتبط با کتاب نیز با استفاده از همین درگاه یا واسطه کاربری انجام می‌شود از جمله: درخواست‌ها و پیگیری‌های فنی / محتوایی / خدماتی / اطلاعاتی مرتبط با هر اثر، درخواست پشتیبانی، گزارش پیشرفت کار، گزارش آماری فروش / آمار دسترسی مشتریان به هر اثر به تفکیک نوع اطلاعات، دریافت گزارش دقیق مقایسه‌ای و مدیریتی، جمع‌آوری بازخورد مشتریان و ارتباط احتمالی ناشر با مخاطبان، دسترسی به فایل‌ها و مستندات آثار، ارائه خدمات اطلاعاتی مرتبط با کتاب‌ها، مدیریت خدمات خاص و غیره. بیشتر این موارد به عنوان تعهدات عرضه‌کننده در قرارداد نیز ذکر می‌شود.

کم و کیف ارائه این خدمات از نظر سهولت ورود اطلاعات و ویرایش پیشینه‌ها، جستجو و بازیابی اطلاعات، کیفیت نمایش محتوا و مدیریت فایل‌های آرشیو کتاب‌ها براساس فیلدهای دلخواه، ارائه انواع گزارش‌های آماری کلی و جزئی برای تحلیل محتوایی و رفتاری مخاطبان، و کم و کیف پشتیبانی از جمله شاخص‌های مهم در انتخاب عرضه‌کننده است. کیفیت و کمیت ارائه این خدمات به مصرف کنندگان نهایی محتوا و سرعت ارائه نیز با اهمیت است.

درواقع، ساختار فنی و محتوایی وبگاه عرضه‌کننده محتوا و درگاه مدیریت محتوا را می‌توان زبان مشترک همه فعالیت‌ها، فرایندها و تعهدات فنی، حقوقی، مالی، اخلاقی، و حرفه‌ای طرفین نسبت به یکدیگر و حتی نسبت به مخاطبان آن‌ها تلقی کرد. به همین دلیل، مطالعه و ارزیابی آن از نظر فنی، حقوقی و غیره پیش از امضای قرارداد، می‌تواند اطلاعات لازم را در اختیار ناشر و گروه حقوقی او قرار دهد. برخی از بندهای به‌نظر ساده و مشترک در بیشتر قراردادها در ترکیب با عوامل دیگر (از جمله ساختار و کم و کیف عرضه محتوا، نوع رابطه ناشر با عرضه‌کننده، رابطه عرضه‌کننده با مصرف کنندگان، و نیز رابطه همه این‌ها با قوانین و مقررات) گاهی رخنه‌هایی دارد که راه را برای سوءاستفاده احتمالی باز می‌گذارد. در ادامه تلاش می‌شود

دانشی، به ویژه نهادهای قانونی و نظارتی، برای حفاظت از حقوق مالکیت فکری و حقوق مصرف کنندگان اطلاعات از ضعف‌های زیرساختی برخوردارند که نتیجه منفی آن در کل کشور مشهود است. از جمله کمترین آسیب‌ها آن که نویسندگان، پژوهشگران، و دیگر افراد و نهادهای دانشی، و به طور کل ناشران، برای عرضه الکترونیکی انواع محتواها و کتاب‌های خود با گزینه‌های محدودی روبرو هستند و رقابت بین کنشگران مختلف در این عرصه به خوبی شکل نگرفته است. این موارد باعث می‌شود تا مصرف کنندگان اطلاعات، از جمله محققان، کارشناسان، مدیران و به طور کلی افراد و نهادهای دانشی نیز نتوانند از همه مزایای نشر الکترونیکی استفاده کنند. ورود سازمان یافته همه بازیگران و تعامل و هم‌کنشی آن‌ها، علاوه بر افزایش قدرت رسوخ اطلاعات و دانش و نیز نشر الکترونیک به عنوان ابزار و محمل آن در بازار، می‌تواند رخنه‌های فنی و حقوقی را کاهش دهد. ارتباط این موارد با حقوق مالکیت فکری روشن است اما شاید سؤال شود که این موارد با ضعف و قدرت یا کم و کیف توان فنی عرضه کنندگان محتوا چه ارتباطی دارد؟

در ابتدا باید به این نکته اشاره داشت که عرضه کنندگان، خود، در همین فضای پرچالش و آسیب‌زا فعالیت کرده و از آن متأثر هستند. به همین دلیل، برخی از نابسامانی‌ها سبب می‌شود تا ارائه راه‌حل‌های نرم‌افزاری نیز دشوار، پرهزینه و درعین حال نابسند باشد. برای مثال در وبگاه‌های آمازون، الزویر و غیره فایل پی‌دی‌اف با کمترین نگرانی در اختیار خریدار قرار می‌گیرد. نتیجه آن که مصرف کننده اطلاعات به راحتی می‌تواند اثر را در انواع نظام‌ها و ابزارهای شخصی مطالعه، ذخیره، و حمل کند که جزو حقوق اولیه اوست. کتاب‌خوان‌های الکترونیکی نیز با قیمت مناسب در اختیار آن‌ها قرار دارد که می‌توانند با آن هزاران عنوان کتاب و محتوا از ناشران و عرضه کنندگان مختلف را مطالعه کنند. صرف نظر از منافع ناشی از فروش سخت‌افزار و محتوا به مصرف کنندگان، استفاده غیرمجاز از فایل‌ها نیز قابل ردگیری است و مجازات سنگینی دارد. اما در ایران، همین

خود میلیون‌ها عنوان کتاب و دیگر محتواها را با الگوهای متفاوت عرضه می‌کنند. برای مثال پیشگامان نشر الکترونیکی، ائتلاف‌های قدرتمندی مثل اس‌ال‌سی هستند. خود این نهاد در اصل یک ائتلاف کتابخانه‌ای برای اشتراک و دسترس‌پذیری محتواها به شکل الکترونیکی است. اما همین نهاد در ائتلاف یا تعامل با ناشران توانست یکی از اولین الگوهای نشر الکترونیکی مجلات و انواع پایگاه‌های اطلاعاتی را عرضه کند.

راه‌حل‌های نرم‌افزاری مشابه در جهان فراوان است و بیشتر آن‌ها نتیجه همکاری تولیدکنندگان محتوا، ناشران، کتابخانه‌ها یا نهادها و دانشگاه‌های مادر آن‌هاست. در واقع، افراد و نهادهای عمدتاً رقیب، به شکلی باهم رقابت و همکاری دارند تا همگی از مزایای آن بهره‌مند شوند. برخی از ناشران و واسطه‌های سنتی محتوا مثل سوئیتز، اِسکو، الزویر و غیره نیز به این عرصه وارد شده و با اهدافی کم‌ویش مشابه، الگوهای متفاوت نشر و خدمات الکترونیکی را توسعه داده‌اند. اما هنوز ائتلاف‌ها یا همکاری‌های مشابه در ایران شکل نگرفته است. در واقع، نشر الکترونیکی کتاب در ایران در دوران نوباوگی و اوان‌سالی خود قرار دارد. دانش علمی و فنی مرتبط با این حوزه به خوبی شکل نگرفته یا هنوز به نظام‌ها، نهادها و پایگاه‌های الکترونیکی کارآمد تبدیل نشده است. به عبارت دیگر، بخش اصلی مرتبط با این صنعت و بازار بزرگ در مقایسه با نمونه‌های جهانی هنوز فعال نشده است؛ صنعت و بازاری که خود مکمل بازار سنتی نشر و بلکه پیش‌ران و گاه جایگزین آن به شمار می‌آید. پس از رواج نشر الکترونیکی، آسیب‌ها و چالش‌های مرتبط با حوزه نشر، از جمله حقوق مالکیت فکری، به مراتب بیشتر شده است تا حدی که برای نشر سنتی و حتی خود نشر و اهدافی که برای آن در چرخه اطلاعات و دانش و نظام ارتباط علمی و اجتماعی و دیگر نظام‌های اجتماعی پیش‌بینی شده تهدیدی به شمار می‌آید. به عبارت دیگر، افراد و نهادهای این حوزه به جای استفاده حداکثری از مزایای تحول دیجیتال، بیشتر با آسیب‌ها و رخنه‌هایی درگیر شده‌اند که فضای دیجیتال آن‌ها را پررنگ‌تر کرده است. زیرا افراد و سازمان‌های

کاهش جرائم مرتبط با حقوق مالکیت فکری نتایج مثبتی داشته باشد. زیرا ثبت این اطلاعات فنی و حقوقی در اثر الکترونیکی سبب می‌شود تا جابجایی غیرمجاز فایل‌ها بهتر ردگیری شود.

نکته مهم دیگر این که نرم‌افزارهای جاری در حوزه نشر الکترونیکی کتاب‌ها عمدتاً در حد خرده‌فروشی است. به عبارت دیگر، بخش بزرگ و اصلی بازار مصرف محتوا، یعنی افراد حقوقی مثل کتابخانه‌ها و سازمان‌ها هنوز فعال نشده‌اند. نتیجه آن این است که دیگر واسطه‌های اطلاعات، مثل کتابخانه‌های ملی، عمومی، دانشگاهی و سایر نهادهای مرتبط با دسترس‌پذیری اطلاعات نتوانند وظایف تخصصی، عمومی، ملی، و نهادی خود را به خوبی انجام دهند. بدیهی است که محرومیت قشر آسیب‌پذیرتر جامعه از اطلاعات و دانش در فرایند آموزش، پژوهش، یاددهی و یادگیری، پیامد بعدی آن است. دسترسی کارشناسان و مدیران نهادهای دولتی و خصوصی و مشکلات ناشی از آن نیز از این فضا متأثر است. از سوی دیگر، دسترسی‌پذیری گسترده و البته قانونی کتاب‌های الکترونیکی در انواع کتابخانه‌ها و سازمان‌های دولتی و غیردولتی می‌تواند بر کاهش مصرف غیرمجاز آثار تأثیرگذار باشد.

به ضعف‌های فنی و حقوقی دیگری نیز می‌توان اشاره کرد که زنجیره‌وار به هم متصل‌اند، زیرا نتایج منفی ناشی از ناتوانی یک بخش می‌تواند به دیگر بخش‌ها و کل جامعه سرایت کند. و برعکس، نتایج مثبت یک بخش، هم‌افزایی مثبت دیگر بخش‌ها را در پی خواهد داشت. البته در قراردادها اغلب به این نکته اشاره می‌شود که مسئولیت حفاظت از داده‌ها و محتوای ناشران و ارائه خدمات اطلاعاتی و پشتیبانی الکترونیکی بر عهده عرضه‌کننده است، اما واقعیت این است که توان فنی عرضه‌کنندگان

پدیده به رخنه‌ای بزرگ در نشر الکترونیکی آثار بدل شده است. برای مثال، عرضه‌کنندگان ترجیح می‌دهند فایل پی‌دی‌اف را در اختیار خریدار قرار ندهند. به همین دلیل، خواننده برای مطالعه اثر به همان سکو یا برنامه‌ای وابسته است که عرضه‌کننده در اختیار او قرار داده است. محدودیت‌های زیاد دیگری نیز وجود دارد که از موضوع این مقاله خارج است.

برای رفع برخی از مشکلات و محدودیت‌های مرتبط با محتواهای الکترونیکی، دو معاهده مهم جهانی وجود دارد که در واقع سازوکاری فنی و حقوقی است: (۱) معاهده حق نسخه‌برداری سازمان جهانی مالکیت فکری (ویپو)^۱ و (۲) معاهده نمایش‌ها و آوانشان‌های سازمان جهانی مالکیت فکری (ویپو)^۲. این دو معاهده را معاهده اینترنت هم می‌نامند. براساس این دو معاهده، افراد و کشورها علاوه بر توجه به حقوق مالکیت فکری ذکر شده در دیگر معاهده‌ها، باید دو نوع کمک فنی مرتبط را نیز فراهم آورند تا صاحبان حقوق مطمئن شوند که برای حفاظت از حق خود می‌توانند از فن‌آوری استفاده کنند و مجوز بهره‌گیری از آثار خود را نیز به صورت درون‌خطی ارائه دهند. نخست آن که کشورها برای رفع مشکل «رنخه رایانه‌ای»^۳ باید قانون «ضد حيله»^۴ را اجرا کنند. یعنی برای مقابله با حيله کاربران، سازوکارهای فنی (مثل رمزگذاری)^۵ - که صاحبان حقوق برای محافظت از حق خود از آن استفاده می‌کنند - را به کار گیرند یا با راه‌حل‌های حقوقی لازم آن را به خوبی مهار کنند. کمک فنی دوم آن است که کشورها، تغییر یا حذف عمدی «حقوق مدیریت اطلاعات»^۶ الکترونیکی را ممنوع کنند تا درستی و انسجام بازار درون‌خطی حفظ شده و قابل اطمینان باشد. حقوق مدیریت اطلاعات، اطلاعاتی است که در ماده محافظت شده درج می‌شود و اثر، تولیدکننده، مجری یا مالک آن و شرایط و مقررات استفاده از آن را مشخص می‌کند (وبگاه ویپو، نقل در: محسنی، نشر و اطلاع‌رسانی، ص. ۳۷۹-۳۹۹).

ایران عضو این دو معاهده نیست اما توجه کشورها و شرکت‌های نرم‌افزاری به سازوکارهای فنی آن می‌تواند در

1. World Intellectual Property Organization (WIPO) Copyright Treaty (WCT)

2. Phonogram

3. WIPO Performances and Phonograms Treaty

4. Hacking

5. Anti-circumvention

6. Encryption

7. Rights Management Information

اگرچه نتیجه آن ایجاد رابطه نابرابر، اختلال در نظام تولید، توزیع و دسترسی به اطلاعات، و نیز تضییع حق و حقوق افراد و نهادهاست. در هر حال، افزایش دانش فنی مرتبط با نشر و نیز آگاهی افراد درباره حقوق خود می‌تواند این وضعیت را به نفع جامعه و حتی نهادهای میانجی و عرضه‌کننده محتوا متعادل کند.

حقوق مادی و معنوی اشخاص ثالث و قراردادهای

یکی از بندهای قرارداد بین ناشر و عرضه‌کننده الکترونیکی به‌طور طبیعی این است که ناشر، مسئول حقوق مادی و معنوی پدیدآوران آثاری است که عرضه‌کننده الکترونیکی آن‌ها را منتشر می‌کند. این گزاره کوتاه نکته‌های حقوقی زیادی را به مفاد قراردادهای تعهدات طرفین سرازیر می‌کند که لازم است ناشران، پدیدآوران و عرضه‌کنندگان محتوا به آن‌ها توجه کنند. بنابراین، ناشر باید به این پرسش‌های مهم توجه داشته باشد که نشر یا بازنشر الکترونیکی هر اثر چاپی یا غیرچاپی ممکن است کدام مسئله حقوقی را با پدیدآوران، ناشران و دیگر عوامل نشر همان اثر ایجاد کند؟ و چگونه آن را حل و فصل کند؟ (محسنی، ۱۴۰۰). مسائل حقوقی مرتبط با افراد و نهادهای ثالث در قراردادهای نشر الکترونیکی را می‌توان به سه دسته تقسیم کرد: (۱) حقوق مادی و معنوی مرتبط با پدیدآورندگان، (۲) مسائل مرتبط با مجوز نشر اثر از افراد و نهادهای قانونی، و (۳) حقوق افراد و نهادهای مصرف‌کننده اطلاعات. پیش‌فرض قراردادهای نشر الکترونیکی آن است که ناشر اجازه نشر الکترونیکی آثار را، هم‌ازسوی پدیدآورندگان و هم‌ازسوی نهادهای قانونی، برعهده دارد و ادعاهای افراد و نهادهای ثالث در این زمینه را پاسخ‌گوست.^۱

تأکید بر مسئولیت مادی و معنوی ناشر و واسطه در قراردادهای نشر الکترونیکی از زاویه دیگر هم اهمیت دارد. از این جهت که تشخیص اصالت محتوا، رعایت مالکیت مادی و معنوی افراد ثالث و نیز حقوق فردی و اجتماعی آن‌ها پیش‌شرط نشر محتوا و قراردادهای مرتبط با آن‌هاست. پیش‌فرض اصلی عرضه‌کننده

کتاب‌ها و دیگر محتواهای الکترونیکی - چه از نظر کم و کیف ارائه خدمات و چه از نظر سایر حقوق تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان اطلاعات - با نرم‌افزارهای مشابه خارجی قابل مقایسه نیست. فضا یا محیط ناظر و حاکم بر تولید و مصرف اطلاعات، از جمله نهادهای قانون‌گذار، ناظر و مجری قوانین و مقررات نیز از همین ضعف بزرگ رنج می‌برند. به همین دلیل نیز در این بخش تأکید شده است که بیشتر رابطه‌ها و قراردادهای نشر الکترونیکی کتاب‌ها در ایران براساس توان فنی و قدرت و ضعف عرضه‌کنندگان محصولات نشر یا همان واسطه‌های نشر الکترونیکی و دیدگاه آن‌ها تنظیم شده است نه براساس نیازها و حقوق تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان اطلاعات.

خلاصه آن که مطالعه رابطه‌های فردی و نهادی براساس نقاط قوت و ضعف (فنی، حقوقی، و موارد مشابه) می‌تواند دستاوردهای مناسبی در پی داشته باشد؛ به‌ویژه از این جهت که رابطه‌ها تا چه حد براساس حقوقی است که در سنت‌ها و قوانین، و حتی در رابطه متقابل و قراردادهای آن‌ها اشاره شده است. بازنگری در قوانین، سیاست‌ها، برنامه‌ها، و روابط متکی بر آن‌ها می‌تواند از جمله نتایج آن باشد. در واقع، دولت‌ها و نهادهای ملی و بین‌المللی تلاش می‌کنند تا منابع محدود ملی را به گونه‌ای مدیریت کنند که همه آحاد و نهادهای، به‌ویژه افشار آسیب‌پذیر، رشد و توسعه یابند و منافع عمومی برآورده شود.

در بخش‌های بعد به نکته‌های دیگری اشاره خواهد شد که از تسلط دیدگاه‌ها و توان فنی عرضه‌کنندگان در قراردادهای مرتبط با نشر الکترونیکی کتاب‌ها و نیز نظارت ناکافی نهادهای قانونی، اجرایی و صنفی حکایت دارد. برخی از چالش‌ها شاید به دلیل ناتوانی یا ضعف دانش فنی و حقوقی افراد و نهادهای اصلی مرتبط با نشر الکترونیکی محتواسست و نه قدرت ناشی از انحصار و حذف رقابت آزاد، و یا سوءاستفاده از روابط نابرابر.

۱. برای مطالعه مسئولیت‌های حقوقی ناشر در برابر پدیدآورندگان و نهادهای قانونی مرتبط با نشر به مقاله‌های دیگر همین مؤلف در این مجله مراجعه کنید؛ از جمله: محسنی، حمید (۱۴۰۰). نشر الکترونیکی کتاب و حقوق مالکیت فکری برای دانش‌کاران و نهادهای دانشی.

است عرضه کننده محتوا باید مسئولیت فنی و حقوقی مرتبط با کم و کیف عرضه و احتمال سوءاستفاده از آن را بپذیرد. اما نکته مهم این است که اغلب سازوکارهای حقوقی، فنی و از آن مهم تر، اجرایی مرتبط با تضمین امنیت حقوق مالکیت فکری و نسخه برداری در کشور ایران و به ویژه در فضای الکترونیکی ضعف های اساسی دارد.

پدیده انحصار

پدیده انحصار از جمله مواردی است که ممکن است به شکل های مختلف در کسب و کارها و روابط بین بازیگران آن اختلال ایجاد کند. از جمله نمود آشکار و پنهان آن در قراردادهای نشر الکترونیکی است. برای مثال برخی از عرضه کنندگان محصولات نشر ممکن است به هر دلیلی تأمین کننده یا ناشر را وادارند که اجازه انتشار الکترونیکی همان محصول از طریق عرضه کنندگان دیگر را ندارد. در واقع، این مسئله نوعی انحصار در توزیع و عرضه است که با مزیت نشر و عرضه الکترونیکی در تضاد است. سازمان های دولتی باید در زمینه محدودیت عرضه منابع الکترونیکی خود دقت ویژه ای داشته باشند. زیرا ممکن است در اجرای وظایف سازمانی آن ها نیز اختلال و محدودیت ایجاد کند. مثلاً انتشار منابع دولتی و رایگان را به مجاری خاص محدود کنند. در هر حال، مدیران نشر خصوصی یا دولتی با پذیرش این نوع محدودیت های انحصار آفرین (جدا از نقض حقوق فردی و اجتماعی و قوانین مرتبط با آن ها) خود و جامعه مصرف کننده اطلاعات را در استفاده از مزیت های نشر الکترونیکی محدود می کنند. برای مثال، عرضه هم زمان، تنوع بسته بندی و مجاری عرضه، مزیت بسیار ویژه فضای دیجیتال است. زیرا یک محتوای خاص را می توان به شکل های مختلف بسته بندی کرد، تا هم زمان، عرضه کنندگان مختلفی آن را عرضه کنند.

سیاست ناشران، مصرف کنندگان و حتی مجموع سازان بسط این رویکردهای متنوع است. رویکرد نظام مدیریت کلان نشر نیز تشویق و حمایت قانونی از تنوع و رقابت سالم و حتی مبارزه با

محتوا در این زمینه آن است که ناشر یا تأمین کننده محتوا (فرد حقیقی یا حقوقی) برای نشر آن به شکل چاپی و الکترونیکی و براساس سازوکارهای قانونی، مجوز لازم را دارد. فیبا و شناسه ملی کتاب بهترین شاخص قانونی در این زمینه، حداقل برای عرضه کننده محتواست. طبیعی است مسئولیت حقوقی مرتبط با نشر الکترونیکی چنین آثاری با همان ناشر (حقیقی یا حقوقی) است. البته ناشر ممکن است مسئولیت انتشار الکترونیکی همه یا برخی از آثار خود را به فرد یا ناشری دیگر واگذار کند. در این صورت، عرضه کننده محتوا باید مستندات مرتبط با نمایندگی خود را از فرد ثالث دریافت کند. کتاب های چندناشره نیز مصداق همین مسئله هستند، گرچه اصل بر این است که عرضه کننده محتوا، ناشر اول را نماینده رسمی به شمار آورد. بدیهی است ناشر دوم یا بقیه افراد مدعی باید مستندات مربوط به نمایندگی خود را عرضه کنند. با وجود همه این ملاحظات، ممکن است اثری همه این شاخص ها را تا زمان محدود و حتی در هنگام نشر الکترونیکی واجد باشد اما به دلایلی اعتبار آن تمام شده باشد. ناشر باید این موضوع را به عرضه کننده اطلاع دهد.

مسئولیت عرضه کننده الکترونیکی نیز تضمین برخی از حقوق افراد و نهادهای ثالث زیر است: آماده سازی فنی آثار برای نشر الکترونیکی بدون تغییر محتوا و با توجه به حقوق مادی و معنوی افراد ثالث، تضمین دسترس پذیری محتواها برای مصرف کنندگان اطلاعات و پشتیبانی فنی / نرم افزاری / آموزشی آن ها، حفاظت از اطلاعات کاربران و برخی از حقوقی که در قوانین یا تعهدات طرفین به آن ها اشاره شده است. در همه موارد، ناشر باید درباره کم و کیف رعایت استانداردهای مرتبط با تأمین امنیت فنی و حقوقی داده ها از سوی عرضه کنندگان مختلف مطمئن شود و آن ها را در مقایسه با هم و نیز گزینه های فنی و حقوقی موجود در سطح ملی و جهانی ارزیابی کند.

در بیشتر قراردادهای نشر الکترونیکی نیز بندهایی مرتبط با این مسئله وجود دارد که به نظر کافی و وافی است. اما کم و کیف نظارت فنی بر آن باید شفاف و قابل راستی آزمایی باشد. بدیهی

که از میان همه حوزه‌های اقتصادی و اجتماعی، بی‌تردید بخش اطلاعات بیش از بقیه به سیاست‌ها، برنامه‌ها و رفتارهای نهادهای قانونی، قضایی و دولتی وابسته است و درعین حال، بیش از هر بخش دیگر بر ابعاد مختلف رشد و توسعه فردی و اجتماعی تأثیرگذار است. در هر حال، انحصار در این حوزه می‌تواند به شکل‌های مختلفی در بازار ایجاد شود که مهم‌ترین آن استفاده از قدرت نفوذ سیاسی و مالی و سایر ابزارهای مربوط است. وظیفه دولت و سایر نهادهای ملی، ایجاد انواع زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری در سطح ملی و تدوین قوانین و مقررات مناسب و نظارت بر اجرای دقیق آن‌ها برای تشویق حضور همه کنشگران این حوزه، به‌ویژه بخش خصوصی است.

شاید مهم‌ترین اقدام برای جلوگیری از انحصار در بخش اطلاعات و هر حوزه دیگر، تعدیل حضور دولت و سایر نهادهایی است که این روزها در ایران خصولتی نام گرفته‌اند. زیرا عمدتاً این نهادها سایه سنگین خود را بر بخش‌های گوناگون اقتصاد، به‌ویژه بخش اطلاعات گسترده‌اند، آن هم به بهانه حمایت از آن. اهمیت این موارد زمانی بیشتر می‌شود که بخش زیادی از کنش‌های مرتبط با تولید و مصرف اطلاعات در جهان به بخش‌های دولتی و سایر نهادهای ملی، به‌ویژه آموزش و پرورش، دانشگاه‌ها، پژوهشگاه‌ها، و حتی سازمان‌های اجرایی و خدماتی وابسته است. به همین دلیل، این خطر وجود دارد که آن‌ها با انواع قوانین و مقررات و برنامه‌های گوناگون، و حتی به نام حمایت از فرهنگ و اجتماع به جای شاخص‌هایی چون کارآمدی و کارایی و غیره، برای فعالیت بخش‌های خصوصی به شکل‌های مختلف عرصه‌ای نابرابر و ناعادلانه را فراهم آورند. تجربه‌های جهانی نشان داده است که چنین رویکردهایی بیشتر به ضرر نهادهای آموزشی، پژوهشی، دانشگاهی، و همه کنشگرانی است که به نحوی با تولید و مصرف اطلاعات و نوآوری‌های علم و فنی ناشی از آن سروکار دارند.

نکته‌های فوق از این جهت شایسته تأکید است که عمدتاً خود را در قالب قوانین، مقررات، قراردادهای و روابط بین آن‌ها و نیز کم و کیف نظارت بر اجرای آن‌ها نشان می‌دهند. درعین حال، آن‌ها

انحصار است تا هم مصرف‌کنندگان اطلاعات از منافع رقابت و تنوع خدمات بهره‌مند شوند و هم فضای تولید محتوا و خدمات اطلاعاتی از نظر کمی و کیفی رشد کند. با این وجود، منافع بازار رو به رشد اطلاعات در محیط الکترونیکی ممکن است هر فرد و نهادی را وادارد تا با استفاده از قدرت مالی، سیاسی، اجتماعی و غیره، رقبا را حذف و نوعی انحصار در بازار ایجاد کند یا حداقل خود سهم بیشتری از بازار ببرد. قدرت سیاسی ناشی از کنترل گردش اطلاعات و منافع آن برای حفظ قدرت سیاسی و غیره نیز مطرح است. یکی از دلایل مهم چشم‌پوشی یا کاستی در مبارزه با انحصار، اغلب به همین نوع قدرت مرتبط است. پیچیدگی آن زمانی بیشتر می‌شود که با قدرت اقتصادی ناشی از انحصار یکپارچه شود. در هر حال، چنین پدیده‌ای حضور رقبا را کاهش داده و در مواردی احتمال تبانی برای کاهش هزینه‌ها و کم‌وکیف عرضه کالاها و خدمات، حتی با قیمت بالاتر، را افزایش خواهد داد. محدود شدن گزینه‌های عرضه‌کننده منابع اطلاعاتی موجب کاهش دامنه عرضه و در نتیجه افزایش هزینه دسترسی به اطلاعات و مصرف آن نیز خواهد شد.

در کشورهای صنعتی، اغلب نهادهای نظارتی و قانونی تلاش می‌کنند با پدیده انحصار مقابله کنند تا هم رقابتی منصفانه شکل گیرد و هم منافع تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان حفظ شود. با این حال، تمایل دولت‌ها و سایر نهادهای قدرت برای حفظ قدرت و منافع آن سبب شده است تا پیچیدگی سیاست‌ها، برنامه‌ها، و راهبردهای مرتبط با صنعت اطلاعات بیشتر شود و آن‌ها را وسوسه کند تا حد ممکن آن را به شکل‌های مختلف مهار کنند. به عبارت دیگر، منافع فردی و اجتماعی دسترسی آزاد به اطلاعات و شفافیت اطلاعاتی در مقابل منافع ناشی از نوعی انحصار در چرخه تولید، توزیع و مصرف اطلاعات، تعارض در تصمیم‌گیری‌های خرد و کلان مرتبط با این حوزه را تشدید خواهد کرد. این تعارض، در ایجاد نوعی عدم تعادل بین عرضه و تقاضا و ارتقای کم و کیف آن سهمی بسزا دارد.

ایجاد تعادل نسبی در نشر اطلاعات از این جهت مهم است

بر مثلاً ۳۰ درصد مورد توافق) را به آن فرد یا نهاد واسطه پرداخت کند! یعنی ۳۰ درصد از کل فروش، علاوه بر ۳۰ درصد اصلی، به فردی ثالث پرداخت می‌شود (یعنی در مجموع ۶۰ درصد)؟! به عبارت دیگر، مبلغ دوم از سهم ناشر کسر شده است.

باید به شاخص‌های قیمت‌گذاری ساعتی یا امانت نیز حساس بود. مثلاً کمتر محققى اول تا آخر آثار علمى و پژوهشى را مطالعه مى‌کند. آن‌ها معمولاً متناسب با موضوع پژوهش خود بخش‌هایی از یک اثر را مطالعه می‌کنند. بنابراین، خدمات اطلاعاتی مرتبط با این نوع استفاده و قیمت‌گذاری‌ها باید متناسب با ملاحظات باشد که نه ناشر و عرضه‌کننده خدمات متضرر شود و نه خواننده. بهتر است یک هزینه ورودی برای همه کتاب‌ها (چه امانت روزانه و هفتگی و چه استفاده ساعتی) در نظر گرفته شود که می‌تواند درصدی از بهای نسخه الکترونیکی (مثلاً ۲۰ تا ۳۵ درصد) باشد؛ مثلاً ۲۰ درصد برای کتاب‌های ادبی و تاریخی و ۳۵ درصد برای کتاب‌های علمی و پژوهشی. کتاب‌هایی که معمولاً خواننده از اول تا آخر آن را می‌خواند بهتر است هزینه ورودی و نیز زمانی آن کمتر باشد. بار اصلی قیمت‌گذاری کتاب‌های ادبی بهتر است با توجه به یک زمان معمول برای مطالعه کامل همان اثر باشد. به این ترتیب، مقدار کاهش آن به نفع خواننده کسر می‌شود. در هر حال، ساعت نمی‌تواند مبنای درستی برای خواننده و ناشر کتاب‌های علمی و پژوهشی همان اثر باشد. زیرا اگر قرار بر مطالعه همه یک اثر علمی باشد که نیاز به تأمل زیاد دارد، سرعت کند، و به زیان خواننده خواهد بود. محاسبه دقیقه‌ای یا ساعتی به زیان ناشر و عرضه‌کننده نیز هست. زیرا عملاً بخش زیادی از کتاب‌های علمی از دور فروش مفید خارج خواهند شد. زیرا پژوهش‌گران، اغلب برای مطالعه کل اثر به کتاب‌های علمی مراجعه نمی‌کنند.

زمان در قراردادها

یکی از بندهای پرمناقشه قراردادهای فروش کتاب‌های الکترونیکی، مدت زمان ارائه خدمات دسترسی به کتاب‌های فروخته شده است. بالطبع «محدود کردن زمان اجرای تعهدات»

به‌جای تأکید بر فرایندهای فنی مرتبط با تولید و دسترس‌پذیری محتوا می‌توانند بر ارتقای کم‌کیف تولید و مصرف محتوا و اجرای قوانین شفافیت اطلاعاتی و دسترسی آزاد به اطلاعات، و غیره بیشتر تمرکز نمایند. بی‌تردید، نشر چاپی و الکترونیکی محتوا یکی از حوزه‌هایی است که بسیار به توان و ظرفیت بخش خصوصی و ارتقای آن نیاز دارد.

ابهام در سیاست‌های مربوط به درصد تأمین‌کننده از فروش

رابطه مالی بین تأمین‌کننده و عرضه‌کننده محتواها در محیط الکترونیکی از جمله مسائلی است که در قراردادها باید شفاف و روشن باشد. در مجموع قیمت‌گذاری محصولات چاپی و الکترونیکی از وظایف ناشر است. ناشر در قیمت‌گذاری این محصولات تا حدی آزادی عمل دارد. با این حال، ملاحظات فنی و حرفه‌ای مرتبط با قیمت‌گذاری از جمله هزینه تولید و عرضه، حقوق مصرف‌کنندگان، محاسبه هزینه‌ها، کم و کیف خود اثر، مطالعه سود و زیان، رقابت و عرف بازار نشر، اهداف و وظایف سازمانی و مانند آن را باید در نظر داشته باشد.

معمولاً ۳۰ درصد از مبلغ هر واحد فروش، و نه قیمت کل نسخه الکترونیکی، را عرضه‌کنندگان به‌عنوان هزینه خدمات و سود خود محاسبه می‌کنند. بدیهی است مبلغ باقیمانده باید به حساب ناشر، عمدتاً آخر هر ماه واریز شود. در زمینه قیمت‌گذاری اثر و درصد تأمین‌کننده از فروش، کمتر بین ناشر و عرضه‌کننده اثر اختلاف پیش می‌آید. اما باید به بندهایی از قرارداد توجه داشت که ممکن است بهانه‌ای برای پرداخت به اشخاص ثالث، جدا از تخفیف داده شده به خود مشتریان، از محل باقیمانده فروش باشد. برای مثال، در یکی از قراردادهای نشر کتاب الکترونیکی بندی وجود دارد که عرضه‌کننده می‌تواند از سایر نرم‌افزارها (علاوه بر نرم‌افزار خود عرضه‌کننده) برای بازاریابی و فروش کتاب‌ها استفاده کند. تا اینجای کار ایرادی وجود ندارد بلکه باید آن را نکته مثبت در بازاریابی تلقی کرد. مشکل زمانی ایجاد می‌شود که عرضه‌کننده به همین بهانه، درصدی اضافی از فروش ناشر (علاوه

انعطاف‌پذیری و تغییرپذیری، ویژگی اصلی محتوای الکترونیکی و حتی عوامل درگیر در آن است و تا حد زیادی قابل پیش‌بینی هم نیست. به همین دلیل است که شاید همه خدمات الکترونیکی مرتبط با مجلات، پایگاه‌های اطلاعاتی و بسیاری از محتواهای دیگر به صورت اشتراک زمانی و مدت‌دار عرضه می‌شود.

عواملی مثل واگذاری کتاب‌ها به دیگر ناشران، حضور نویسندگان دیگر در ویرایش‌های تازه، واگذاری نرم‌افزار تأمین‌کننده به دیگر شرکت‌ها یا واسطه‌ها، انحلال یک موسسه (ناشر یا عرضه‌کننده)، از بین رفتن محتواها به هر دلیل، مسائل قانونی مرتبط با مجوز نشر در ایران و حتی مرگ مصرف‌کننده اطلاعات نیز باید مورد توجه قرار گیرد. همه این رویدادها پای عوامل ثالثی را به قراردادها و تعهدات طرفین می‌کشاند که از حیثه اختیار تک‌تک آن‌ها نیز خارج است. برای مثال آیا کتاب فروخته شده الکترونیکی نیز به ارث می‌رسد. همین پرسش را در ارتباط با خود ناشران، نویسندگان، تأمین‌کنندگان و حتی نرم‌افزارهای واسطه هم می‌توان پرسید. حتی رابطه کتاب‌های چاپی و هر کالای مادی دیگر با خریدار، تولیدکننده و واسطه‌ها نیز زمان - مکان‌مند است. طبیعتاً رابطه کتاب‌ها و محتواهای الکترونیکی با ناشران، عرضه‌کنندگان و خریداران نیز باید با توجه به همه این ملاحظات تعریف شود؛ چه از نظر قیمت‌گذاری و کم و کیف ارائه خدمات و چه از منظر زمان و مکان و دیگر شاخص‌های مادی.

منابع

آیین‌نامه اجرایی قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات. بازیابی ۱۰ آبان ۱۴۰۱ از: <https://birjand.ac.ir/file/download/regulation/1543661578-.pdf>

قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات. بازیابی ۱- آبان ۱۴۰۱ از: <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/780303>

محسنی، حمید (۱۳۹۴). نشر و اطلاع‌رسانی، تهران: کتابدار.
محسنی، حمید (۱۴۰۰). نشر الکترونیک و حقوق مالکیت فکری برای دانش‌کاران و نهادهای دانشی. مجله علوم و فناوری اطلاعات کشاورزی. دوره ۴، ش. ۷ (بهار و تابستان) ص. ۳۶-۲۵.

World Intellectual Property Organization (WIPO). Retrived 06

Aug. 2022, From: <https://www.wipo.int/portal/en>

و یا به عبارت فنی‌تر و حقوقی‌تر، «تعریف دقیق‌تر زمان یا مدت تعهد» مهم‌ترین، و حتی تنها راه‌حل است. اغلب عرضه‌کنندگان یا واسطه‌های الکترونیکی ترجیح می‌دهند بندهای قرارداد را به گونه‌ای تنظیم کنند که رابطه آن‌ها با کتاب‌های فروخته‌شده از نظر نگهداری فایل‌ها و ادامه خدمات آن به شکلی نامحدود حفظ شود. استدلال مرسوم این است که واسطه الکترونیکی می‌خواهد عرضه کتاب‌های فروخته‌شده به خریدار را تا زمان نامحدود ادامه دهد که فرضی تقریباً محال است. به نظر می‌رسد افزودن چنین بندی به قرارداد به نفع عرضه‌کننده محتوا و ناشر است. اما تحلیل مشکلات احتمالی نشان می‌دهد که چنین رویکردی تیغی دودم است که لبه تیز آن، بیش از هر چیز، به سوی خود عرضه‌کننده و حتی مصرف‌کنندگان است. زیرا قرارداد بین عرضه‌کننده و مصرف‌کننده نهایی تحت تأثیر برخی از رویدادها و تغییراتی است که گاهی از کنترل خارج است؛ از جمله تغییر روابط بین تأمین‌کننده یا ناشر و عرضه‌کننده و نیز سایر عوامل درگیر در این فرایند. بر همین اساس، بهتر است به گونه‌ای تنظیم شود که تعهد واسطه الکترونیکی نسبت به خریدار با دقت و متناسب با تجربه‌های جهانی و نوع کالا (در اینجا اطلاعات / محتوا / یا کتاب) تعریف شود. به طور کلی، نباید تعهدی ایجاد شود که همه عوامل آن در اختیار متعهد یا عرضه‌کننده نیست.

الگوی جاری عرضه‌کنندگان الکترونیکی عمدتاً براساس همان رویکردهای نشر چاپی یا خرید و فروش کالاهایی است که شکل مادی آن را خریدار دریافت کرده است. یعنی، مسئولیت حفظ و نگهداری مادی آن از اختیار تولیدکننده کالا و واسطه فروش آن خارج شده است. خریدار، خود نیز می‌تواند بیشتر این نوع کالاها و خدمات را واگذار یا امحاء کند. اما ماهیت خاص کالاها و خدمات اطلاعاتی الکترونیکی اقتضا می‌کند که تعهدات مرتبط با آن نیز براساس همین ویژگی‌های الکترونیکی باشد. در واقع، باید خدمتی اطلاعاتی، با محدودیت‌های خاص زمانی، مکانی، فنی، حقوقی و غیره در نظر گرفته شود. مسائل و مشکلات مرتبط با متغیر بودن و زمان - مکان‌مندی را باید در هر حال در نظر داشت.

Intellectual property and electronic publishing contracts

Hamid Mohseni

Faculty member of the Imam Khomeini Higher Education Center, Agricultural Research, Education and Extension Organization, Karaj, Iran. Email: nashreketabdar@gmail.com

Abstract

Publishing contracts include a wide range of contracts, each of which defines the relation between the variety of factors and issues involved in the publication of works. The publisher's contract with electronic content providers or intermediaries is often related to other publishing contracts. In this article, we will mention some issues and challenges of contracts regarding the electronic publication of monographs, such as books. A large part of these issues and challenges can be considered pre-publishing; such as those related to the content producing and content producers (authors, editors, etc.). Another challenges are related to the post-publishing, that may typically be related to publishers, content producers, and consumers; Most of the conscious and unconscious problems of these challenges may be transferred to the others parts. In this article, an attempt is made to point out those issues and challenges that should usually be foreseen in all kinds of publishing contracts, emphasizing the contract with all kinds of electronic intermediaries.

Keywords: Intellectual property, electronic publishing, electronic intermediaries, publishing contracts, publishing, copyrights