نحو ثقافة إبداعية جديدة

ازدهار التجارة والفنون في الاقتصاد الهجين

لورنس لسيج

نحو ثقافة إبداعية جديدة

نحو ثقافة إبداعية جديدة

ازدهار التجارة والفنون في الاقتصاد الهجين

تأليف
لورنس لسيج

ترجمة
أسامة فاروق حسن

مراجعة
محمد فتحي خضر

هنـــداوي

نحو ثقافة إبداعية جديدة

Remix

لورنس لسيج

Lawrence Lessig

رقم إيداع ٩٤٦١ / ٢٠١٤
تدمك: ٨ ٨٥٧ ٧١٩ ٩٧٧ ٩٧٨

مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة
جميع الحقوق محفوظة للناشر مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة
المشهرة برقم ٨٨٦٢ بتاريخ ٢٦ / ٨ / ٢٠١٢

إن مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة غير مسئولة عن آراء المؤلف وأفكاره
وإنما يعبِّر الكتاب عن آراء مؤلفه
٥٤ عمارات الفتح، حي السفارات، مدينة نصر ١١٤٧١، القاهرة
جمهورية مصر العربية
تليفون: ٢٢٧٠٦٣٥٢ ٢٠٢ + **فاكس:** ٣٥٣٦٥٨٥٣ ٢٠٢ +
البريد الإلكتروني: hindawi@hindawi.org
الموقع الإلكتروني: http://www.hindawi.org

تصميم الغلاف: إسلام الشيمي.

نُشرت هذه الترجمة بموجب رخصة المشاع الإبداعي، والتي تنص على الاستخدام في الأغراض غير التجارية والترخيص بالمثل.

Arabic Language Translation Copyright © 2014 Hindawi Foundation for Education and Culture.
Licensed under a Creative Commons Attribution-Non-Commercial-ShareAlike 3.0 license
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.ar

Remix
Copyright © Lawrence Lessig, 2008.
http://www.bloomsbury.com/uk/remix-9781408113936/
Licensed under a Creative Commons Attribution-Non-Commercial-ShareAlike 3.0 license
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/
All rights reserved.

المحتويات

شكر وتقدير	٧
تصدير	١٣
مقدمة	٢٣
الجزء الأول: الثقافات	٣٩
١- ثقافات ماضينا	٤١
٢- ثقافات مستقبلنا	٥١
٣- امتداد ثقافة القراءة فقط	٥٣
٤- انبعاث ثقافة القراءة والكتابة	٦٧
٥- مقارنة بين الثقافتين	٩٧
الجزء الثاني: الاقتصادات	١٢٥
٦- نوعان من الاقتصاد: تجاري وتَشاركي	١٢٧
٧- الاقتصادات الهجينة	١٨١
٨- دروس في الاقتصاد	٢٢٥
الجزء الثالث: تمكين المستقبل	٢٤٧
٩- إصلاح القانون	٢٤٩
١٠- إصلاح أنفسنا	٢٦٩
خاتمة	٢٨٣
الملاحظات	٢٨٩

شكر وتقدير

جاء هذا الكتاب ثمرة جهد استمر لفترة طويلة من أجل إيضاح نقطة بديهية، وجاء قسط كبير من ذلك الجهد على هيئة محاضرات ألقيتها حول ذلك الموضوع منذ أن نشرت كتاب «الثقافة الحرة» (٢٠٠٤). كان هناك ما يربو على مائتين من تلك المحاضرات. في كل مرة، كانت الحجة تطرح وتتغير، تغيرًا طفيفًا في بعض الأحيان، ومؤثرًا في أحيان أخرى. ويمثل هذا الكتاب نهاية ذلك التطور، وإن كان هذا فقط بسبب تحويلي لبؤرة اهتمام عملي إلى وجهة أخرى.

طيلة سنوات تلك الفترة، كنت أشعر كما لو كنت أعمل وسيطًا بين وجهتي نظر قويتين؛ إحداهما عبر عنها العمل الذي ألفه الراحل لايمان راي باترسون، والأخرى عبرت عنها عاطفة الراحل جاك فالينتي.

كان باترسون أستاذًا للقانون بجامعة جورجيا. كان واحدًا من أوائل الباحثين في مسألة حقوق التأليف والنشر الذين نظروا إلى قانون حقوق التأليف والنشر وإلى واقع المجتمع المعاصر، وتوصلوا إلى استنتاج مؤداه أن هناك خللًا عظيمَ التأثير. كان فالينتي رئيس اتحاد صناعة السينما الأمريكية. وكان هو الآخر ينظر إلى قانون حقوق التأليف والنشر وواقع المجتمع المعاصر، واستنتج أن هناك خللًا عظيمَ التأثير. من وجهة نظر باترسون، كان منبع الخلل هو القانون. أما بالنسبة لفالينتي فكان المجتمع، أو على الأقل شباب مجتمعنا. وعمل كلاهما حتى يومي وفاتيهما على تصحيح الخلل الذي وضع كل منهما يده عليه.

التقيت باترسون مرة واحدة فحسب، وناظرت جاك فالينتي علنًا أربع مرات، وبرغم أن رأيَي الرجلين كانا على أشد ما يكون الاختلاف أحدهما عن الآخر، فإنني في النهاية أدركت أن بؤرة الاهتمام المحددة لهذا الكتاب، وعملي طيلة تلك السنوات الأربع الماضية،

جاءت بقدر كبير نتاج التأثير النافذ لكلا الرجلين. ولو كانا لا يزالان على قيد الحياة، لكنت استأذنتهما قبل أن أمزجهما معًا في إهداء واحد. ولكن لأن كلًّا منهما كرس قسطًا كبيرًا من حياته لمهمة التدريس (حتى وإن كان ذلك تم بطريقتين مختلفتين تمامًا)، فإنني أثق في أن كليهما كانا سيوافقان على الدرس الذي يقدمه هذا المزيج الخاص.

إنني ممتن لأولئك الكثيرين الذين استعنت بأفكارهم وحججهم في كتابي هذا، ولأولئك الذين شكلوا جذور فكري. كان لدي مفهوم مختلف تمامًا عن القصة التي يحكيها هذا الكتاب، إلى أن غير تيم أوريلي وجهة نظري تغييرًا جذريًّا. وعلى نفس النحو، وإن كان بدرجات متفاوتة، حدث ذلك مع آخرين ممن تحاورت معهم وظهرت أسماؤهم على صفحات هذا الكتاب: بريان بيليندورف، مارك براندون، كانديس برايتز، ستيوارت بترفيلد، ستيف تشين، جريج جيليس، مارك هوسلر، جوي إيتو، ميمي إيتو، دون جويس، بروستر كال، هيذر لوفر، ديكلان ماكولا، ديف مارجلين، كريج نيومارك، سيلفيا أوشوا، فيليب روزدال، مارك شاتلوورث، جون سودربرج، فيكتور ستون، جيمي ويلز، جيري يانج، وروبرت يونج. لقد اكتسبت قدرًا عظيمًا من المعرفة منهم جميعًا، وآمل أن أكون قد تمكنت من أن أوضح بجلاء بعضًا من ذلك الفهم من خلال الكتاب.

هناك ثلاثة آخرين ممن حاورتهم أمضوا وقتًا طويلًا وهم يعلمونني مادةً لم أشرع في ذكرها ها هنا، قدمت لي دانا بويد بسخاء معرفتها الثرية الاستثنائية بالشباب والإبداع، وفي النهاية، صرت مؤمنًا بأن هذا البحث ينبغي أولًا أن يقدم بمعرفتها هي، يمكنك أن تعتبرني ضمن أولئك الذين يدينون له بالعرفان باعتباره بحثًا بالغ الأهمية بالنسبة لفهم هذا الجيل المقبل. بنجامين ماكو هيل وإريك مولر أمضيا الكثير من الوقت في تحديد ملامح الفهم الثري والمعقد للثقافة الحرة، إن ذلك العمل أكمل وصحح لي الكثير مما قلته في كتاب «الثقافة الحرة»، لكن كان من شأن الاستفاضة في الحديث عنه هنا تغيير القصة كثيرًا، يكفيني القول بأن هناك المزيد مما يجب أن يقال، وإني آمل أن أحصل على فرصة لقول شيء منه.

أشعر بعظيم الامتنان لمجموعة مذهلة من الطلبة ممن ساعدوني في تصويب أخطائي، وبينوا لي أجزاء في الحجة غابت عني، أو كانت في حاجة لمزيد من المطالعة، ومن بين هؤلاء شيرين بارداي، وكيفين دونوفان، وبول جاودر، وإريكا مايرز، ومايكل واينبرج. وكان صاحب النصيب الأوفر من العمل على التنسيق بين أولئك الطلبة مساعدة بحث تتمتع بكفاءة غير عادية، وزعامة ذات رؤية مستنيرة؛ تريسي روبن. كما قامت كريستينا جانييه

بمهمة خارقة لحدود القدرات البشرية، ليس فقط في توفير البحوث الأساسية، وإنما في تجميع أوصال تلك المادة البحثية للتحقق من كل شيء ذكرته في هذا الكتاب، وهذا هو الكتاب الثاني التي تعاونني فيه كريستينا حتى يخرج إلى النور، وإنني لأشعر بعظيم الامتنان لها على ذلك.

إضافةً إلى الحوارات الثلاثة التي لم تظهر في هذا الكتاب، هناك مشروع تجريبي هائل الحجم لم أجد فيه القدر الكافي من التثقيف الذي يدعوني لضمه إلى الكتاب. فقد أسهمت شركة أليكسا المتخصصة في البحوث بسخاء في ذلك المشروع بتقديمها لقائمة طويلة بأسماء أكبر مائة ألف موقع على شبكة الإنترنت، وقدم فريق هائل من المتطوعين من منظمة المشاع الإبداعي يد العون في استقراء مادة تلك المواقع كي يحدد نوع التفاعل الذي شجع كل منها على قيامه، على أنه في النهاية، جاءت النتائج شديدة الإبهام بحيث لم تكن لتضيف أي معنًى لهذا الكتاب. وآمل أن أتم عملي في مقال سوف أنشره في وقت لاحق، غير أنني ممتن بوجه خاص لكثيرين ممن عاونوا في تنسيق شئون ذلك المشروع الاستقرائي الهائل، ومن بينهم د. إمري بايامليوجلو، بودو بالاش، لو فانج، ليتال لايشتاج، جيه سي دو مارتان، دراجوسلافا بيفيفا، جون فيليبس، سونج شي، أَنَس طويلة، هونج في تران، جون هندريك فايتزمان، وفومي يامازاكي.

هناك أيضًا قائمة طويلة من الأصدقاء، وأصدقاء الإنترنت ممن قدموا لي النصح والمعلومات التي لا غنى عنها، ومن بين هؤلاء بابلو فرانشيسكو آرييتا، وشون فيري، وأندي مورافشيك، وكوري أوندريجكا، وساعدني دان كاهان في التفكير مليًّا في تأثيرات القانون الرديء على الأعراف. وقدم بيج شامباين (موقع www.bigchampagne.com) بيانات شاملة عن ممارسات تشارك الند للند في الملفات. وإنني لممتن لأنهم قاموا بذلك بروح «الاقتصاد التشاركي»؛ إذ إن ميزانية كتاب مثل هذا ما كانت لتحتمل أكثر مما حققته.

شرعتُ في تأليف هذا الكتاب في الأكاديمية الأمريكية في برلين، وإنني لأعرب عن خالص امتناني لتلك القطعة من الجنة على الأرض، ولمديرها التنفيذي — جاري سميث — الذي أقنعني بالسعي نحو إنجازه، كما أود كذلك التعبير عن عرفاني بجميل كلية حقوق ستانفورد، ودين لاري كريمر، لدعمه الذي لا نهاية له الذي قدمه لمعاونتي على إتمام الكتاب.

مثلما يعلم أي امرئ سبق له أن عمل معي خلال السنوات القليلة الماضية، فإنني ما كان لي أن أتمكن من القيام بهذا العمل، ومن أداء أشياء أخرى كثيرة بدون مساعِدتي

فائقة المثالية إلين أدولفو؛ إنها ليست مجرد مساعِدة تفوق في كفاءتها بكثير أي شخص آخر في العالم، وإنما تتحلى أيضًا بقدر من الرقة والصبر يندر العثور عليه في هذا العالم، وما من سبيل كي أوفيها حقها من الشكر على ما قدمته من معاونة.

وأخيرًا، أشكر أسرتي، لقد نشر كتاب «الثقافة الحرة» بعد ولادة طفلنا الأول مباشرةً. وبدأت في هذا الكتاب بمجرد أن رزقنا بطفلنا الثاني. ومثلما يعلم أي إنسان رزق بتلك النعمة بوجه خاص، لا شيء يمكن مقارنته بتلك البهجة، حتى وإن ضارعتها متع كثيرة وجمة في هذه الدنيا. كما أعرب عن شكري وحبي اللانهائي لزوجتي بتينا، التي بنت تلك المتعة الخاصة معي، رغم الأعباء التي فرضها عليَّ هذا العمل في خضم ذلك.

إلى المُعلِّمَيْن:

إل راي باترسون وجاك فالينتي

تصدير

في أوائل عام ٢٠٠٧، كنت أتناول طعام العشاء برفقة بعض الأصدقاء في برلين. كنا نتحدث عن الاحترار العالمي. وفي أعقاب نقاش حمي وطيسه باضطراد دار حول التهديدات القادمة من جراء التغير المناخي، اندفع أحد الأمريكيين مفرطي الحماس الجالسين على المائدة يقول دون تفكير: «إننا في حاجة لشن حرب على الكربون. على الحكومات أن تعلن حالة التعبئة. فلنسير جيوشنا!» ثم عاد مرة أخرى ليغوص في مقعده، متباهيًا بقراره الجريء الذي أصدره، وهو يرتشف جرعة كبيرة من النبيذ الأحمر باهظ الثمن.

كان من الواضح أن صديقي يتحدث بشكل مجازي؛ فالكربون ليس «عدوًّا». وحتى جندي المارينز الأمريكي لا يستطيع أن يقاتله. بيد أنني لما جُلت ببصري في الجالسين حول المائدة، بدا وكأن نوعًا من التحفظ قد طفا على وجوه مرافقينا الألمان. فسألت أحد أصدقائي قائلًا له: «ما معنى تلك النظرة؟» وبعد صمت استمر لبرهة، قال لي بصوت أقرب إلى الهمس: «الألمان لا تستهويهم الحرب.»

وأشعل رده (في نفسي) لحظة نادرة من الإدراك. بطبيعة الحال لم يكن هناك من يتحدث عن استخدام البنادق في حرب الكربون، ولا حتى استخدامها ضد ملوثي الأرض بالكربون. ولكن، لأسباب واضحة، تعد ذكريات الحرب مؤلمة للغاية في حياة الألمان. فالبلد برمته، لا سيما برلين، عانى الأمرَّيْن من ويلات هزيمتين حلتا به في القرن العشرين، وبرلين تحديدًا تتشح على الدوام بما يذكرها بالتكلفة التي تكبدتها البلاد جراءهما.

أما في أمريكا، لم تكن الحرب تستدعي ذكريات سلبية بالضرورة. ولست أعني بذلك أننا قوم نعشق الحروب؛ وإنما أعني أن تاريخنا أتاح لنا أن نهوى فكرة شن الحروب. ليس باختيارنا، وإنما من أجل علاج خطأ جسيم. فالحرب تضحية قمنا بها، وفي حالة

واحدة على الأقل وقعت مؤخرًا كانت الحرب تضحية حققت غاية طيبة للغاية. ولهذا فإننا نصبغ تلك التضحية بلمسة شاعرية.

أتاحت تلك الرومانسية بدورها استخدام الحرب بصورة مجازية للتعبير عن أنواع أخرى من الصراعات، اجتماعية كانت أو سياسية. فنحن نشن الحرب على المخدرات، وعلى الفقر، وعلى الإرهاب، وعلى العنصرية. وهناك حرب على السفه الحكومي في الإنفاق، وحرب على الجريمة، وحرب على البريد الإلكتروني الدعائي، وحرب على الأسلحة، وحرب على السرطان. وعلى حد وصف الأستاذين الجامعيين جورج لاكوف ومارك جونسون، فإن كل واحدة من تلك الحروب تتسبب في «شبكة متداخلة من التبعات». وتلك التبعات هي التي توجه السياسة الاجتماعية وتحدد أُطُرها المختلفة. وعلى حد قولهما، عند مناقشتهما لخطاب الرئيس كارتر بعنوان «المكافئ المعنوي للحرب»:

> كان ثمة «عدو»، «تهديدٌ للأمن القومي» تطلب منا «تحديد أهداف»، و«إعادة ترتيب أولويات»، و«إصدار سلسلة جديدة من الأوامر»، و«وضع استراتيجية جديدة»، و«تجميع معلومات استخباراتية»، و«تنظيم القوات»، و«فرض عقوبات» و«دعوة الشعب لتقديم تضحيات» وهلم جرًّا. لقد ألقى الاستخدام المجازي لكلمة «حرب» الضوء على وقائع معينة وطمس وقائع أخرى. ولم يكن ذلك التشبيه مجرد أسلوب للنظر إلى الواقع؛ وإنما شكل ترخيصًا بتغيير السياسات وبالعمل على الصعيدين السياسي والاقتصادي. إن قبول ذلك التشبيه شكَّل في حد ذاته الأسس لتدخلات معينة: فهناك عدو خارجي، أجنبي، يناصبنا العداء (يصوره رسامو الكاريكاتير عادةً في صورة عقال عربي)، ونحتاج لجعل مسألة الطاقة على رأس أولوياتنا، وعلى الشعب أن يقدم تضحيات، ولو لم نواجه التهديد فلن تكتب لنا النجاة.[1]

للحرب من أجل البقاء تداعيات بديهية. ومثل تلك الحروب تشن بلا حدود توقفها. ومن الجبن أن نتساءل عن السبب. أما معارضة الحرب فهي معونة تقدَّم للعدو؛ فهي بمنزلة الخيانة، أو أقرب ما يكون إليها. والنصر هو النتيجة الوحيدة التي يمكن للمرء التفكير فيها، على الأقل جهرةً. فأنصاف الحلول دائمًا ما تجر الهزائم.

ولتلك التداعيات منطق بديهي أثناء صراعات كالحرب العالمية الثانية مثلًا، عندما كان هناك حقًّا قتال من أجل البقاء. لكن ما أشعل شرارة إدراكي لمنطق لاكوف، على أي

حال، كانت رؤيتي لمدى خطورة تلك التداعيات عندما يطبَّق التشبيه بالحرب على ظروف لا يكون فيها البقاء، في حقيقة الأمر، مهدَّدًا.

فكرْ على سبيل المثال في «الحرب على المخدرات». لا ريب أن مكافحة الإدمان الكيماوي المنهك لقوى الجسم هدف اجتماعي مهم. ولقد رأيت رأي العين الدمار المطلق الذي يتسبب فيه. ولكن استخدام التشبيه «الحرب على المخدرات» يمنعنا من إدراك احتمال وجود أهداف أخرى أكثر أهمية تهددها الحرب. فكر في أحكام السجن لمدد طويلة للغاية حتى ولو كان المحكوم عليه من صغار المروجين، فلقد حكمت المحكمة العليا على سبيل المثال بالسجن مدى الحياة دون وجود أي احتمال لإطلاق سراح السجين على شخص حاز ٦٧٢ جرامًا من الكوكايين.[2] وفكر في أحياء الأقليات المبتلاة بتجارة المخدرات. وفكر في حكومات أمريكا اللاتينية التي لا يوجد لديها قضاء فعال ولا حتى جيش؛ لأن الثروة التي تسبب فيها حظر ذلك النوع من التجارة تُمكِّن أباطرته من إحكام السيطرة عليها. ثم فكر بعد ذلك في حقيقة واقعة وهي أن هذه الحرب لم يكن لها أي تأثير جوهري على القضاء على جلب المخدرات. فالمرء في خضم الحرب لا يلحظ تلك الحقائق المزعجة. ولكي تراها، فإنك في حاجة إلى هدنة. أنت بحاجة إلى التراجع خطوة بعيدًا عن الحرب كي تسائل نفسك، ما حجم تكلفتها الحقيقية؟ وهل النتائج تساوي ثمنها حقًّا؟

أوحت حروب حقوق التأليف والنشر لي بتأليف هذا الكتاب، وليس المقصود طبعًا «الحرب» التي يشنها «القراصنة» على حقوق التأليف والنشر وإنما «الحرب» على «القرصنة» التي «تهدد بقاء» صناعات أمريكية معينة تتسم بالأهمية.

لهذه الحرب أيضًا هدف مهم. فحقوق التأليف والنشر تتسم، من وجهة نظري أنا على الأقل، بأهمية جوهرية للثقافة السليمة. فإذا تمتعت هذه الحقوق بالتوازن الصحيح، فإنها تصير ضرورية للإلهام بأشكال معينة من الإبداع. وبدونها تصبح ثقافتنا أكثر فقرًا بكثير. أما في وجودها — وفي حالة من التوازن السليم على أقل تقدير — فإننا نتمكن من خلق الحوافز التي تدفعنا لإنتاج أعمال جديدة عظيمة لم تكن لتُنتَج لولاها.

لكن هذه الحرب، شأنها شأن أي حرب مجازية أخرى، ليست عبارة عن صدامات فعلية من أجل البقاء. أو على الأقل هي ليست تلك الصدامات التي تنشب من أجل بقاء شعب أو مجتمع ما، حتى ولو كانت حروبًا من أجل بقاء صناعات معينة، أو إن شئنا أن نكون أكثر دقة، نماذج من الأنشطة التجارية. ومن هنا علينا أن نتذكر دومًا القيم أو

الأهداف الأخرى التي ربما تتأثر هي أيضًا بهذه الحرب. وعلينا أن نحرص على ألا تزيد تكلفة هذه الحرب على ما تستحقه من قيمة. كما أن علينا أن نحرص على أن تكون حربًا يمكننا الانتصار فيها، أو يمكننا الانتصار فيها بعد دفع ثمن نحن مستعدون لدفعه.

إنني أومن بأنه لا ينبغي علينا شن تلك الحرب. وإني لأومن بذلك ليس لأنني أعتقد بعدم أهمية حقوق التأليف والنشر. على العكس، إنني أومن بالسلام لأن تكاليف هذه الحرب تتجاوز بكثير أي نفع سيعود من ورائها، على الأقل إذا وضعنا في الاعتبار التغيرات التي طرأت على النظام الحالي لحقوق التأليف والنشر والتي يمكنها إنهاء تلك الحرب، وفي الوقت نفسه تَعِد الفنانين والمؤلفين بالحماية التي يُقصَد توفيرها من وراء أي منظومة لحقوق التأليف والنشر.

حاولت في الماضي طرح وجهة نظري هذه للسلام عن طريق توجيه الأنظار نحو تكاليف هذه الحرب على الابتكار، وعلى الإبداع، وفي نهاية المطاف على الحرية. وكان الهدف الذي سعيت إليه في كتابي «مستقبل الأفكار» الدفاع عن صناعات لا يكتب لها الميلاد أصلًا نتيجة الخوف من المساءلة القانونية الجنونية التي يفرضها النظام الحالي لحقوق التأليف والنشر. وكان موضوع كتابي «ثقافة حرة» أشكال التعبير الإبداعي والحرية التي تطؤها بلا رحمة أقدام التطرف في الدفاع عن منظومة حقوق تأليف ونشر شيدت من أجل عصر مختلف عن عصرنا هذا اختلافًا جذريًّا من الناحية التكنولوجية.

غير أني انتهيت من تأليف «ثقافة حرة» وقد استقبلت أول مولود لي. وخلال السنوات الأربع التي مرت منذ ذلك الحين، تغير اتجاه تركيزي — أو لنقل مخاوفي — من تلك الحرب نحو أمر آخر. لا أرتاب في مخاوفي بشأن الابتكار والإبداع والحرية. غير أنها لم تعد همِّي الأساسي. إنني الآن قلق بشأن التأثير الذي ستحدثه تلك الحرب على أطفالنا. ما الذي ستفعله بهم هذه الحرب؟ وإلى أي شيء ستحولهم؟ وكيف تغير أسلوب تفكيرهم في السلوك الطبيعي المتسم بالتفكير السليم؟ وما المعنى الذي تقدمه للمجتمع عندما ينشأ جيل كامل فيه يُنظر إلى أفراده على أنهم مجرمون؟

هذا السؤال ليس حديث النشأة. فحقيقة الأمر أن هذا السؤال طرحه مرارًا وتكرارًا رئيس جمعية السينما الأمريكية الأسبق — والراحل الآن — جاك فالينتي، وهو يخوض ما أسماه «الحرب على الإرهاب» الموجهة ضد «القرصنة».[3] لقد كان سؤالًا طرحه على جمهور هارفرد في المرة الأولى التي دخلت أنا وهو فيها في مناظرة حول تلك القضية. في افتتاحيته العبقرية المثيرة للاهتمام، كان فالينتي يصف محاضرةً أخرى كان ألقاها لتوه

في ستانفورد، اعترف فيها ٩٠٪ من الطلاب بقيامهم بتنزيل ملفات موسيقية بطريقة غير مشروعة من موقع نابستر. طلب فالينتي من أحد الطلاب أن يقدم مرافعة يدافع فيها عن هذه «السرقة». وكان رد الطالب بسيطًا: نعم، ربما كانت هذه سرقة، لكن الجميع يقومون بها، فكيف تكون أمرًا معيبًا؟ ثم طرح بعدها سؤالًا على مضيفيه في ستانفورد: ما الذي تعلمونه لأبنائنا؟ «أي نوع من الأساس الأخلاقي سوف يستند إليه هذا الشاب خلال حياته المقبلة؟»

لم يكن هذا هو السؤال الذي أثار اهتمامي في تلك المناظرة. لقد ثرثرت كثيرًا حول واضعي الدستور الأمريكي، وعن الدوافع، وعن تقييد الاحتكارات. غير أن سؤال فالينتي هو تحديدًا السؤال الذي يثير اهتمامي الآن: «أي نوع من الأساس الأخلاقي سوف يستند إليه هذا الشاب خلال حياته المقبلة؟» بالنسبة لي، «ذلك الشاب» يمثل ولديَّ الصغيرين. وبالنسبة لك، ربما كان ابنتك، أو ابنة شقيقك. ولكن بالنسبة لنا جميعًا — سواء أكان لدينا أبناء أم لا — فإن سؤال فالينتي هو بالضبط السؤال الذي ينبغي أن يكون أكثر ما يشغل بالنا. ففي عالم تتوسل فيه التكنولوجيا لنا جميعًا وترجونا أن نبدع وننشر عملنا الإبداعي بصورة مختلفة عن الأسلوب الذي كان يخلق به وينتشر بواسطته من قبل، أي نوع من الأسس الأخلاقية يمكن أن ينشأ عليه أبناؤنا، عندما ينظر إلى سلوكهم الاعتيادي على أنه سلوك إجرامي؟ أي شيء سيصبحون عليه؟ وما الجرائم الأخرى التي ستبدو بالنسبة إليهم أمرًا طبيعيًّا؟

طرح فالينتي هذا السؤال كي يحفز الكونجرس — وأي شخص آخر قد ينصت — حتى يشن حربًا أكثر فاعلية من ذي قبل على «القرصنة». وأنا أطرح ذلك السؤال كي أحفز أي شخص يستمع وينصت (ومن المؤكد أن الكونجرس لا يندرج تحت تلك الفئة) كي يفكر في سؤال مختلف: ما الذي ينبغي علينا عمله لو كانت تلك الحرب على «القرصنة» حسبما نراها في الوقت الراهن من المستحيل الانتصار فيها؟ وما الذي ينبغي علينا عمله لو علمنا أنه في المستقبل سوف يستخدم أطفالنا الشبكة الرقمية للوصول إلى أي محتوى يريدونه في أي وقت يشاءون؟ وما الذي علينا عمله إذا علمنا أنه في المستقبل لن يكون هناك طريقة مثلى للسيطرة على توزيع «النسخ»؟

في ذلك العالم، هل سنواصل تقديم قرابين من بعض من أطفالنا الذين سيقبض عليهم متلبسين بتنزيل محتويات من على شبكة الإنترنت؟ وهل سيتعين علينا الاستمرار في طردهم من الجامعات؟ وتهديدهم بأحكام مدنية تصل التعويضات فيها لعدة ملايين؟

وهل سيتوجب علينا أن نزيد من مقدار الصرامة التي نشن بها الحرب على أولئك «الإرهابيين»؟ وهل سنكون مضطرين للتضحية بعشرة أو مائة منهم ووضعهم في السجن الفيدرالي (لأن أفعالهم وفق القانون الحالي تندرج تحت مسمى الجنايات)، وبهذا يتعلم الآخرون الكف عما يفعلونه اليوم بمعدل آخذ في الازدياد؟

في رأيي، الحل في حالة الحرب التي لا يمكن تحقيق النصر فيها ليس أن نشن الحرب بصورة أكثر شراسة. وعلى الأقل عندما لا تكون الحرب التي لا يمكن الانتصار فيها حرب بقاء، فالحل هو أن نسعى للسلام، وبعدها نبحث عن طرق لتحقيق الغايات التي سعت إليها الحرب دون أن نخوض حربًا. إن تجريم جيل بأكمله لثمن باهظ للغاية كي ندفعه مقابل أي غاية مهما كانت. وهو بالتأكيد ثمن باهظ للغاية مقابل منظومة حقوق تأليف ونشر صيغت قوانينها منذ أكثر من جيل مضى.

لا جدوى من هذه الحرب، لا سيما لوجود وسائل سلمية لبلوغ جميع أهدافها، أو على الأقل جميع أهدافها المشروعة. فالفنانون والمؤلفون في حاجة لحوافز تدفعهم نحو الإبداع. ويمكننا صياغة منظومة تقوم بذلك الأمر تحديدًا دون الاضطرار إلى تجريم أبنائنا. إن العقد الفائت مليء بعمل طيب يندر أن يتكرر قام به بعض من أفضل باحثي أمريكا، الذين عكفوا على رسم خرائط ومسودات مخططات لإيجاد بدائل للمنظومة الحالية. ومن شأن تلك البدائل أن تحقق نفس الغايات التي تسعى إليها حقوق التأليف والنشر، دون تجريم لأولئك الذين يقومون بصورة تلقائية بأمور تشجعهم عليها التقنيات الحديثة.

لقد حان الوقت للنظر بجدية إلى تلك البدائل. لقد حان الوقت للتوقف عن إهدار مواردنا من محاكم فيدرالية، وشرطة، وجامعات من أجل معاقبة سلوك لسنا في حاجة لمعاقبته. ولقد حان الوقت للكف عن ابتكار أدوات لا تفعل شيئًا أكثر من كونها تحطم التواصل والفعالية الاستثنائية التي تتمتع بها هذه الشبكة. لقد حان الوقت كي ندعو إلى هدنة، ولنتبين ملامح طريق أفضل. وما نقصده من وراء طريق أفضل أن نعيد تعريف منظومة القانون الذي نسميه حقوق التأليف والنشر، بحيث لا يوصف السلوك العادي والطبيعي بأنه جنائي.

كثيرون سوف يقرءون ذلك التصريح فيتعجبون كيف يُسمَح لي بتدريس القانون في واحدة من كبريات الجامعات الأمريكية. وهل يكون ردنا على ارتفاع معدلات جرائم الاغتصاب أن نجعل الاغتصاب أمرًا غير مجرَّم؟ وهل يكون أفضل سبيل لمكافحة التهرب الضريبي بإلغاء الضرائب؟ وهل تجاوز السرعات المقررة عند القيادة يجعلنا نسمح

بالقيادة دون قيود على السرعة؟ أو لنعمم الأمر فنقول: هل وجود الجريمة مبرر لإلغاء القانون الجنائي؟

بالطبع لا. فالاغتصاب أمر خاطئ وينبغي عقاب مرتكبه عقابًا صارمًا سواء واصل الناس ارتكابه أم لا. والتهرب الضريبي شرٌّ وينبغي عقاب مرتكبيه بصورة أكثر صرامة بكثير مما هو الحال الآن، سواء تحايل معظم الناس أم لم يتحايلوا. والقيادة بسرعة جنونية تتسبب في مقتل الناس، وينبغي تنظيم السرعات القانونية بطريقة أكثر فعالية بكثير مما هو عليه الآن، حتى لو كان معظمنا يقودون سياراتهم بتهور. ولا شيء مما قلته عن حرب حقوق التأليف والنشر بالتحديد يمكن تعميمه بصورة تلقائية على جميع مجالات التنظيم القانوني الأخرى. إنني أتكلم تحديدًا عن حرب معينة لا يمكن تحقيق النصر فيها، وعن بدائل لتلك الحرب في إمكانها نزع صفة الإجرام عن أبنائنا، وعن كثير منا نحن أيضًا.

غير أني أقر بإيماني بأن هذه الطريقة في التفكير في حروب حقوق التأليف والنشر لا بد وأنها ستؤثر في أسلوب تفكيرنا في الأنواع الأخرى من التشريعات المنظمة. فالتهرب الضريبي إثم لا شك في ذلك، ولكن من بين طرق تفادي ذلك الإثم اتباع أسلوب أكثر بساطة، ووضع منظومة ضريبية أكثر إنصافًا. والسرعة المتهورة خطأ، ولكن من بين سبل تفادي وقوع ذلك الخطأ أن نتجنب وضع قيود على زيادة السرعة عن خمسة وخمسين ميلًا في الساعة على الطرق المستقيمة، والريفية، والطرق السريعة العامة ذات الأربع حارات. علينا أن نفكر دومًا في كيفية التلطيف من حدة التشريع في ضوء احتمال إذعان المستهدف بالتشريع. فلن يفيد أحدًا أن نفرض القواعد التنظيمية بأساليب نعلم أن الناس لن تطيعها.

إننا، بعبارة أخرى، في حاجة لمزيد من التواضع فيما يتعلق بالتشريع. لقد أحدث القرن العشرين فينا تغييرات من عدة وجوه جلية. غير أن الوجه الذي من المحتمل ألا نلحظه هو ذلك الافتراض المسبق الذي منحنا إياه القرن العشرون والقائل بأن التنظيم الحكومي ينجح على الدوام. طيلة معظم فترات تاريخ الحكومة المعاصرة، لم يكن النضال يدور حول ما هو طيب وما هو كريه؛ وإنما كان يدور حول ما إذا كان من الممكن أن نتصور أن الحكومة ستحقق أي نفع من وراء التنظيم أم لا. لقد دفعت المخاوف من الفساد الذي لا مفر منه، ولو جزئيًّا على الأقل، مُشرعينا نحو تقليص حجم الحكومة الفيدرالية، ولم يكن الدافع لذلك نزعة مثالية نحو الليبرتارية. إن إدراك عدم جدوى أنواع

معينة من القواعد بالحكومات أدى إلى تجنب وضع تشريعات في المجالات البديهية، أو إلغاء تشريعات كلما رأوها فاشلة في تحقيق المرجو منها. تلك هي النماذج التاريخية التي تجلى فيها التواضع التشريعي، تلك العادة الذهنية التي سادت أغلب فترات تاريخنا الإنساني.

لقد نسينا حدود التواضع تلك. فكلما وقع خطأ ما، كانت أول بادرة تلقائية من حكومتنا أن ترسل في طلب المكافئ القانوني لقوات المارينز. إننا نمرر قانونًا كي نحظر سلوكًا، لكننا نادرًا ما نبحث مليًّا كيفية تغيير ذلك القانون للسلوك. كما أننا لا نقيم مدى الإزعاج الذي من الممكن أن يسببه القانون لو ظل السلوك على ما هو عليه، لكنه الآن صار فقط يوصف بأنه «إجرامي». فلو أن شيئًا ما خاطئ، يصدر له قانون، دون حتى أن نُعمل الفكر مليًّا لمحاولة العثور على بدائل لذلك التشريع المغالى فيه.

إن كنت ترتاب فيما أقول، فإليك مثالًا بسيطًا: تقريبًا في نفس توقيت سماع المحكمة العليا للمرافعات في القضية المدنية الشهيرة المرفوعة من مترو جولدن ماير على جروكستر بشأن التشارك في الملفات،[4] أذاعت محطة الإذاعة العامة المحلية التي تبث في منطقتي تحقيقًا حول القضية. وتصادف أن يذاع ذلك التحقيق في ذات اليوم الذي كانت الإذاعة فيه تبث أيضًا حملتها الخاصة بها لجمع التبرعات. وبمجرد انتهاء بث التحقيق الذي يتناول قضية جروكستر، تحول البرنامج نحو الدعوة للحصول على مؤازرة جماهيرية. «أكثر من تسعين بالمائة ممن يستمعون للإذاعة العامة لا يساهمون في دعمها.» خرج صوت المذيع يقول ذلك ثم أضاف: «لهذا نحن بحاجة إلى مساهمتكم الآن.»

لقد عملت من قبل في كتابة مذكرة قانونية خاصة بقضية جروكستر، تناولنا فيها ادعاء صناعة المحتوى (المسماة أيضًا بصناعة المصنفات) بأن ٩١٪ من المحتوى المتبادل على شبكات الند للند للتشارك في الملفات كان يمثل خرقًا لقانون حقوق التأليف والنشر. وسبق أن قمنا بالرد بتذكير المحكمة بأنه في قضية سوني بيتاماكس السابقة عليها، وفيها كان المدعى عليه هو مسجل الفيديو، قدرت صناعة المحتوى أيضًا أن ٩١٪ من حالات استخدام مسجل الفيديو عبارة عن خرق لقوانين حقوق التأليف والنشر. كانت تلك الصناعة متسقة في دعواها في الحالتين.

غير أن الفارق بين الشكوى التي قدمت للمحكمة العليا وتلك التي خرج بها علينا مذيع الإذاعة العامة روعني حقًّا. فهنا مثالان على الاستخدام المجاني: أولئك الذين يقومون بتنزيل أغاني بريتني سبيرز من شبكة الإنترنت دون أن يدفعوا لها مقابلًا، وأولئك الذين

يستمعون إلى البرنامج الإخباري «كل الأمور موضوعة في الحسبان» دون أن يدفعوا المقابل لشبكة الإذاعة العامة؛ ففي أحدهما، نجرم الاستخدام المجاني، بينما مع الأخرى، لا نفعل ذلك، فلماذا؟ هل تعتقد أن من الملائم إلقاء القبض على من يستمعون إلى شبكة الإذاعة العامة دون أن يدفعوا مقابلًا؟ بالتأكيد أنا لا أعتقد ذلك. ومثلما قد تتساءل، هل أعتقد أنه من الواجب سداد مقابل لبريتني سبيرز من خلال تبرعات تطوعية على أحد الأرقام المجانية؟ ومرة أخرى لا، لا أظن ذلك.

النقطة التي أريد أن أصل إليها من وراء إعادة سرد هذه القصة أن أجعلك ترى أمرًا كثيرًا ما يغيب عن أذهان الناس: فهناك طرق عديدة مختلفة يمكننا من خلالها فرض ضريبة لتحقيق عائدات تحتاج إليها السلع العامة (وهو اللفظ الذي يطلقه الاقتصاديون على أعمال حقوق التأليف والنشر). ونحن نتخير من بين تلك الطرق المختلفة أفضلها. والنقطة الجوهرية التي أود طرحها من خلال كتابي هذا هي أن هناك عاملًا واحدًا علينا أن نضعه في الاعتبار عند اتخاذ القرار؛ وهو ما إذا كانت الطريقة التي سنختارها من شأنها أن تحول أبناءنا إلى مجرمين أم لا. هذا ليس العامل الوحيد، ولكنه العامل الذي من الواضح أنه غاب عن أذهان مشرعي الكونجرس عند تدبر أفضل سبيل للتعامل مع تأثير التقنيات الرقمية على صناعات حقوق التأليف والنشر التقليدية.

مقدمة

في أوائل فبراير ٢٠٠٧، شرع هولدن — ابن ستيفاني لينز — البالغُ من العمر ثلاثة عشر شهرًا، في الرقص. كان هولدن يدفع مشايته عبر أرضية المطبخ، عندما بدأ جسده يتراقص على وقع أغنية مميزة للمغني برينس (الذي يحمل نفس الاسم الفني الذي حمله والده) بعنوان «دعْنا نُصَبْ بالجنون.» كان هولدن قد استمع للأغنية قبل ذلك بأسبوعين بينما كانت الأسرة تشاهد مباراة نهائي دوري كرة القدم الأمريكي. من الواضح أن الإيقاع علق بذاكرة الطفل، وهكذا فإنه عندما استمع للأغنية مرة أخرى، فعل ما يمكن أن نتوقعه من أي طفل طبيعي يبلغ من العمر ثلاثة عشر شهرًا. لقد قبل دعوة برينس، وأصيب بالجنون مع الإيقاع، بالطريقة الخرقاء التي لا تخلو من الجنون اللذيذ التي يتبعها أي طفل غض لم يتجاوز عمره ثلاثة عشر شهرًا.

اعتبرت أم هولدن المشهد مرحًا مثيرًا للضحك، وهذا أمر مفهوم. فأمسكت بكاميرا الفيديو وسجلت مشهد الرقصة رقميًّا. وفي خلال ٢٩ ثانية، كانت قد صورت فيلمًا قصيرًا لا يقدر بمال لهولدن وهو يرقص، بينما صوت برينس الذي لا يكاد يميَّز يخرج من المذياع الموجود بمكان ما في خلفية المشهد.

رغبت السيدة لينز في أن يشاهد أبواها الفيلم. غير أنه كان من الصعب إلى حد ما أن ترسل لأي شخص — بما في ذلك أقاربك — رسالة بالبريد الإلكتروني ملحقًا بها ملف فيديو حجمه ٢٠ ميجابايت. وهكذا قامت بما يقوم به أي مواطن عاقل يعيش في القرن الحادي والعشرين: حمَّلت الملف على موقع يوتيوب ثم أرسلت رسالة بالبريد الإلكتروني إلى أقاربها تحمل الرابط الخاص بالفيديو. شاهد هؤلاء الفيديو عشرات المرات، وما من شك أنهم تبادلوا الرابط مع أصدقائهم وزملائهم في العمل. لقد كانت لحظة رائعة من لحظات

اليوتيوب؛ مجتمع تدوي ضحكاته من فيلم فيديو مصنوع منزليًّا، يجري التشارك فيه بسهولة مع أي شخص يود مشاهدته.

غير أنه في وقت ما على مدى الشهور الأربعة التالية، شاهد رقصة هولدن أيضًا شخص ليس من أصدقاء ستيفاني لينز. كان هذا الشخص يعمل في مجموعة يونيفرسال للموسيقى. تمتلك يونيفرسال بعضًا من حقوق تأليف ونشر أغنيات برينس أو تدير شئونها. ولمجموعة يونيفرسال باعٌ طويل في الدفاع الشرس عن حقوق التأليف والنشر المملوكة للمؤلفين. ففي عام ١٩٧٦، كانت واحدة من المدعين الرئيسيين الذين قاضوا شركة سوني بسبب «تكنولوجيا القرصنة» المعروفة الآن باسم مسجل الفيديو أو جهاز الفيديو. وفي عام ٢٠٠٠، كانت واحدة من حوالي عشر شركات رفعت قضية على «إريك كورلي» ومجلته ٢٠٠٦، لنشره رابطًا لموقع احتوى على شفرة تمكن البعض من تشغيل قرص دي في دي على نظام لينُكس للتشغيل. والآن، ونحن في عام ٢٠٠٧، تواصل يونيفرسال حملتها الشعواء ضد قرصنة حقوق التأليف والنشر بتهديدها لستيفاني لينز. فقد أرسلت خطابًا شديد اللهجة إلى موقع يوتيوب تطالبه فيه بمحو هذا الأداء العلني غير المرخص به لموسيقى برينس من الموقع. وحتى تتفادى يوتيوب المساءلة القانونية، أذعنت للطلب.

اليوم، صار هذا الضرب من الأمور يقع دومًا. فهناك شركات من عينة يوتيوب تنهال عليها طلبات برفع مواد فيلمية من على مواقعها. لا ريب أن نسبة كبيرة من تلك المطالبات تكون منصفة ولها ما يبررها. فإذا كنت مكان شركة فياكوم، تمول مسلسلًا تلفزيونيًّا جديدًا تصاحبه إعلانات عالية التكلفة، فمن المفهوم تمامًا أنك عندما تجد نسخة عالية الجودة من الحلقة الأخيرة مذاعة على موقع يوتيوب، فسوف تكون حريصًا على إزالتها من عليه. إن قانون حقوق التأليف والنشر يمنح فياكوم تلك السلطة بتوفير سبيل سريع وغير باهظ التكلفة لإرغام كل المواقع الشبيهة بموقع يوتيوب في جميع أنحاء العالم على معاونتها في حماية حقوقها.

غير أن أغنية برينس على فيديو لينز كانت شيئًا مختلفًا تمامًا؛ أولًا، كان مستوى جودة التسجيل رديئًا للغاية. وما من أحد مثلًا سينزل فيديو لينز من الموقع كي يعفي نفسه من سداد ثمن شراء أسطوانة موسيقى برينس. كذلك، لا برينس ولا يونيفرسال كانتا تعملان في نشاط بيع حق تصوير رضيعك بكاميرا الفيديو وهو يرقص على موسيقاهما، فلا توجد سوق لمنح تراخيص إذاعة الموسيقى على أفلام فيديو الهواة، ومن ثم لم تكن هناك من طريقة مستساغة لقبول فكرة تعرض برينس أو يونيفرسال

للضرر جراء اشتراك ستيفاني لينز مع أسرتها، وأصدقائها، وأي شخص، في مشاهدة هذا الفيديو لطفلها وهو يرقص. ربما يصاب بعض أولياء الأمور أيضًا بالذعر من جراء تغلغل الثقافة التجارية في عقل طفل لم يتجاوز عمره ثلاثة عشر شهرًا، أما ستيفاني لينز فقد اعتبرته أمرًا لطيفًا.

لكن ما لم يكن لطيفًا — على الأقل من وجهة نظر لينز — هو ذلك الإخطار الذي تلقته من يوتيوب تبلغها فيه أنها ستزيل الفيديو من على موقعها. تساءلت لينز، ما الخطأ الذي ارتكبته؟ وما القاعدة التي تسبب حنان أمومتها في خرقها؟ وذلك على افتراض أن القواعد المنظمة للثقافة وعلاقتها بها (وهو ما نسميه «حقوق التأليف والنشر») قواعد رشيدة. ألحت السيدة في تساؤلها هذا من خلال عدد من القنوات إلى أن وجد تساؤلها هذا طريقه إلى مؤسسة الحدود الإلكترونية (وكنت أنا عضوًا بمجلسها حتى بداية عام ٢٠٠٨).

إن مؤسسة الحدود الإلكترونية تتعامل مع الكثير من القضايا الشبيهة بتلك. ولقد ظن المحامون أن تلك القضية سرعان ما ستنتهي. فرفعوا دعوى معارضة مؤكدين فيها على أنه لا توجد لا ليونيفرسال ولا لبرينس حقوق اعتُدي عليها، وأنه من المؤكد أن ستيفاني لينز كانت تملك الحق في عرض فيلم طفلها وهو يرقص. كان الرد المتوقع روتينيًّا. فلم يتوقع أحد أن ينجم عنه أي شيء.

غير أن شيئًا ما نجم عنه. فلم يكن محامو يونيفرسال على استعداد للتراجع. لقد كان هناك مبدأ ما مهدد بالخطر في هذا الأمر. فالسيدة لينز لم يكن مسموحٌ لها بتبادل هذه القطعة من الثقافة الملتقطة مع أحد. وقد أصروا — الحق، أنهم هددوها بهذا الزعم بصورة مباشرة — على أن التشارك في مشاهدة هذا الفيلم المنزلي كان اعتداءً متعمدًا على حقوق التأليف والنشر. وبموجب القوانين السارية في الولايات المتحدة الأمريكية، كانت السيدة لينز مهددة بسداد غرامة قيمتها ١٥٠ ألف دولار نتيجة لتشاركها مع الغير في مشاهدة فيلمها المنزلي.

سيكون أمامنا متسع من الوقت كي نتدارس الجزئيات التفصيلية في دعوى حقوق تأليف ونشر مشابهة لتلك الدعوى في الصفحات التالية. أما الآن، فدعونا ننحي تلك التفصيلات جانبًا، وأريد منكم عوضًا عنها أن تتخيلوا معي قاعة المؤتمرات بشركة يونيفرسال، حيث اتُّخِذ قرار بتهديد ستيفاني لينز برفع دعوى فيدرالية ضدها، تخيلوا صورة ذلك الاجتماع: أربعة مشاركين، وربما أكثر، معظمهم محامون، يتقاضون رواتب

تبلغ مئات الدولارات في الساعة الواحدة، وقد ارتدوا جميعًا حُللًا يبلغ ثمن الواحدة منها ألف دولار، وجلسوا إلى مائدة الاجتماعات ترتسم على وجوههم نظرات جادة، يحتسون القهوة التي صنعها لهم أحد المعاونين، ويطالعون مذكرة قانونية أعدها محامي تحت التمرين عن الحقوق المتنوعة التي خرقتها القرصانة؛ ستيفاني لينز. وبعد ثلاثين دقيقة، وربما ساعة، توصل التنفيذيون إلى قرارهم الرزين. اجتماع كلف يونيفرسال ١٠ آلاف أو خمسين ألف دولار (إذا حسبت قيمة وقت المحامين، والوقت الذي استغرقه إعداد المواد القانونية). اجتماع انتهى إلى الخروج بقرار بتحريك قوانين سنها الكونجرس ضد أُمٍّ كل جريرتها ذلك الحب الجامح الذي تكنه لطفلها ابن الثلاثة عشر شهرًا.

تخيل كل هذا، ثم اطرح على نفسك هذا السؤال: كيف يتأتى لأناس عقلاء، أناس ما من شك أنهم تلقوا قدرًا من التعليم في بعض من أفضل الجامعات وكليات الحقوق في البلاد، أن ينتهوا إلى أنه من العقل استخدام موارد إحدى المؤسسات التجارية في تهديد أم لطفل راقص يبلغ من العمر ثلاثة عشر شهرًا؟ ومن ذاك الذي سمح لأولئك المحامين والتنفيذيين بأخذ قضية مثل تلك على محمل الجد، وبأن يعتقدوا جازمين بأن ثمة مبررًا مهمًّا — اجتماعيًّا كان أم تجاريًّا — يدعوهم لفرض القانون الفيدرالي المسمى بقانون حقوق التأليف والنشر من أجل إيقاف زحف تلك الصور والأعمال الموسيقية؟ «دعنا نصب بالجنون»؛ عنوان ملائم حقًّا! ما الذي أوصل المنظومة القانونية الأمريكية إلى الحد الذي جعل مؤسسة كبرى مثل تلك تسلك سلوكًا كهذا لا يمكن وصفه بشيء آخر غير «الجنون»؟ أو لِنَقُلْها من الاتجاه الآخر، ما الذي أصابنا بحيث يبدو سلوكًا كهذا عاقلًا في نظر أي شخص؟

بالقرب من وسط مدينة لندن، وفي قاعة محكمة تدعى محكمة ميسون، هناك مبنى أسمنتي يشبه البنايات المعاصرة يدعى المكعب الأبيض. في عهد سابق، كان عبارة عن محطة كهرباء فرعية، أما اليوم فهو معرض للفنون.

في أواخر أغسطس ٢٠٠٧، دلفتُ إلى المعرض ومشيت باتجاه القبو. كانت هناك ستارة سوداء كبيرة تفصل السلم عن قاعة العرض. وعندما مررت من خلال الستارة، شاهدت على أحد جدران غرفة سوداء كبيرة خمسًا وعشرين شاشة بلازما، مجاورة بعضها لبعض ومتراصة على نحو عمودي. كانت كل شاشة عرض عبارة عن نافذة تطل على استوديو. وفي كل استوديو من هذه وقف أحد معجبي جون لينون. خمسة وعشرون

معجبًا — ثلاث نساء، واثنان وعشرون رجلًا — خمسة عشر منهم (رجالًا ونساءً) يرتدون تي شيرتات، وأحدهم (وكان رجلًا) يرتدي ربطة عنق. كان الخمسة والعشرون فردًا جميعهم يغنون مسارًا صوتيًّا — بدءًا من أول أغنية حتى الأغنية الأخيرة دون توقف — لأول ألبوم منفرد لجون لينون بعنوان «جون لينون/فرقة بلاستيك أونو» (١٩٧٠). كان المعرض يعيد تكرار الفيديو مرة تلو مرة، طيلة ثمانية ساعات في اليوم، ستة أيام أسبوعيًّا، طيلة شهور صيف عام ٢٠٠٧.

كان هؤلاء المعجبون من عامة المواطنين البريطانيين. أشخاص عاديون للغاية. لم يكن منهم من يتمتع بالوسامة الملفتة، ولم يكن منهم من هو حديث السن، ولم يكونوا متجملين بالمساحيق. كانوا مجرد خمسة وعشرين شخصًا من أشد المعجبين بفن لينون، اختيروا من بين ما يزيد على ستمائة ممن تقدموا بطلبات للغناء تحيةً لفنانهم المفضل.

لم تكن لندن المدينة الوحيدة التي أقامت معرضًا كهذا؛ فقد أقيمت ثلاثة معارض ذات صلة بنفس الموضوع في ثلاثة بلدان مختلفة؛ ففي جامايكا، يغني ثلاثون من محبي بوب مارلي ألبومه الغنائي «ليجند»، وذلك في معرض «ليجند» (بورتريه لبوب مارلي)؛ وفي برلين، يغني ستة عشرة من محبي مايكل جاكسون بمعرض كينج ألبوم «ثريلر» بالكامل؛ وفي إيطاليا، تجمع ثلاثون من محبي المطربة مادونا في معرض باسم «كوين» (بورتريه مادونا)، تحية لملكة البوب. ولم يكن معرض «بطل الطبقة العاملة» (بورتريه جون لينون) سوى الأحدث في تلك السلسلة. وكانت الفنانة الجنوب أفريقية الشابة «كانديس برايتز» التي ابتدعته، تفكر في إقامة المزيد.

لست ممن تحرك مشاعرهم أغنية منفردة من غناء جون لينون. غير أنني جلست في تلك الغرفة الحالكة السواد، أشاهد هؤلاء المعجبين وهم يغنون موسيقاه، فتملكتني مشاعر فياضة، مثل أم تحتضن طفلها للمرة الأولى، أو صبي يمد يده ليمسك بيد أبيه، أو ابنة تلتفت لتقبل أباها مع بدء مراسم زفافها، كان كل واحد من هؤلاء ينقل مشاعر استثنائية تنتشر عدواها لغيره. لم يكونوا مطربين رائعين؛ فكثيرًا ما كان أحدهم يخطئ في توقيت إلقاء الكلمات أو ينساها، غير أنك كنت تستطيع أن ترى أن هذه الموسيقى ومبدعها كانا من بين أهم الأشياء في حياة هؤلاء الناس، فمن يعرف السبب؟ من ذا الذي يعرف ما كانت تمثله لكل واحد منهم بوجه خاص؟ غير أنه من الواضح أن هذا الألبوم كان تقريبًا أهم عمل إبداعي عرفه هؤلاء المعجبون، وكان أداؤهم بمنزلة احتفاء بذلك الجزء من حياتهم، وكان هذا هو المغزى من ورائه: لم يكن المقصود لينون تحديدًا وإنما الناس الذين مس لينون مشاعرهم.

طوال حياتها المهنية انصب اهتمام برايتز على العلاقة بين الثقافة الرائجة — من الأفلام التي أحدثت ضجة هائلة وحتى موسيقى البوب — والجماهير التي عايشتها، وحسبما شرحت لي:

> الفكرة تتلخص في تحويل الاهتمام بعيدًا عن أولئك الذين عادةً ما ينظر إليهم باعتبارهم مبدعين، بحيث نمنح بعض المساحة لأولئك الذين يتلقون المنتجات الثقافية، سواء أكانت موسيقى أم أفلامًا أم غيرها. وأن نفكر قليلًا فيما يحدث بمجرد أن توزع الأعمال الموسيقية أو السينمائية: كيف تتخلل حياة من يستمعون إليها أو يشاهدونها وتتغلغل في وجدانهم.[1]

كل منا يرتبط بالعمل الفني بطريقته الخاصة. ويسري الارتباط لدى البعض إلى أعماقهم، بينما يمر مرور الكرام لدى البعض الآخر. وفي بعض الأحيان يمسك بتلابيبنا، ويشدنا نحوه بقوة. وفي أحيان أخرى يغيرنا تغييرًا جذريًّا. ومرة أخرى تقول برايتز:

> حتى الموسيقى التي تحقق أوسع انتشار، وتحقق أعلى مبيعات بالأسواق يكون لها معنى بالغ التحديد بالنسبة للناس، وهو المعنى الذي يتوقف على الموضع الذي استمعوا فيه إليها أو اللحظة المحددة من حياتهم التي سمعوها فيها. وما يسير جنبًا إلى جنب مع لحظة الاستقبال يعد بعدًا من أبعاد الترجمة الشخصية.

وتواصل برايتز حديثها قائلة إن هذا «الاستقبال، يتضمن في طياته ... تأويلًا أو ترجمة للمعنى.» وهذا العمل «إبداعي». إيجابي. ارتباطي. غير أنه من السهل أن تغيب عنا تلك الإيجابية وأن نكتفي بالمشاهدة وحسب. فمن الوقاحة أن نتلفت من حولنا ونراقب الناس وهم يشاهدون الفيلم. وإنها لجريمة أن نحاول تصويرهم وهم يغنون تحت الدش مثلًا. إننا نعيش في عالم تتخلل ثناياه الثقافة التجارية، غير أننا نادرًا ما نفهم كيف تحرك تلك الثقافة مشاعرنا، وكيف نعالجها أثناء تحريكها لمشاعرنا.

وبينما كانت برايتز تشرح لي الأمر، كنت أسأل نفسي عن المصدر الذي استقت منه ذلك. فطرحت عليها هذا السؤال، من أي مكان جاء؟ كان الجواب هو أن هذا، في جزء منه، أفريقي المصدر:

> في الثقافات الأفريقية وغيرها من الثقافات الشفهية، هذا هو الأسلوب التقليدي الذي تمارس به الثقافة وظيفتها. ففي غياب لغة مكتوبة لتلك الثقافة، يتم

تداول قصص وحكايات تاريخية بين المؤدين وجماهيرهم، فتتطور نسخ من تلك القصص مرة تلو أخرى، وكل نسخة جديدة تظهر تتجاوز سابقتها؛ لأنها تدمج فيها إسهامات وتقييمات آتية من الجمهور، وكل نسخة جديدة تتكون من طبقات تحمل تفاصيلَ وتعديلاتٍ وأحداثًا جديدة جراء سريانها وسط المجموع. لم يظن أحد من قبل أن هذا يمثل نَسْخًا غير مشروع أو استيلاء على الملكية الفكرية أو سرقة لها، وإنما تقبلوه باعتباره أسلوبًا طبيعيًّا تتطور الثقافة وتنمو من خلاله فتتحرك إلى الأمام. ومع كل إضافة جديدة لطبقة أخرى من التأويل للقصة أو الأغنية، يزداد العمل الفني أو الأدبي ثراءً، فهذه الطبقات تضيف إليه ولا تنتقص منه.

غير أن هذا الواقع لا يقتصر فحسب على الثقافات الشفهية. فحسب رأي برايتز، هذا هو الأسلوب «الذي تؤدي به العملية الفنية عملها» بصفة عامة:

هذه العملية المتمثلة في صناعة المعنى ربما تكون أكثر صخبًا ووضوحًا في أسلوب فنانين بعينهم عنها في أسلوب غيرهم. فالفنانون الذين يعملون باستخدام مقاطع الفيديو، على سبيل المثال، يعكسون في وضوح المنطق الاستيعابي للعملية الإبداعية. لكنني أرى أن كل عمل فني يظهر إلى الوجود يأتي من خلال عملية مشابهة، مهما كانت خفية. فلا يوجد فنان يعمل في الفراغ. وكل فنان يعكس — سواء بوعي منه أو بدون وعي — ما جاء قبله وما يحدث بالتوازي مع ممارسته.

هذا المفهوم للثقافة، وعلاقة الفنان بالثقافة، أدى مباشرةً إلى العمل الذي كنت أشاهده في المكعب الأبيض. وحسبما شرحت لي:

تقوم تلك الأعمال على فرضية شديدة البساطة: هناك عدد كافٍ من صور وتمثيلات كبار النجوم والمشاهير في العالم. فبدلًا من إنشاء المزيد من الصور لأناس نالوا بالفعل ما يكفي وأكثر من الشهرة والنجومية، وبدلًا من صنع صورة جديدة لمادونا أو جون لينون، أردت أن أعكس الجانب الآخر من المعادلة، عما يحدث أثناء صناعة واحد من المشاهير.

لقد أدركت أنني بحاجة لإدارة الكاميرا بزاوية ١٨٠ درجة، بعيدًا عن أولئك الذين اعتادوا على أن يكونوا أمام أعين الجمهور — أولئك الذين لديهم بالفعل

صوت قوي وحضور طاغٍ على الشاشة أو على خشبة المسرح — لأوجهها نحو الجانب الآخر من الشاشة وخشبة المسرح، نحو أفراد الجمهور الذين يحضرون الحفلات الغنائية، أو يشاهدون الأفلام السينمائية، أو يشترون الأقراص المدمجة.

نحو أولئك الذين عادةً — وهو أمر ليس بصواب في رأيي — ما ينظر إليهم باعتبارهم مجرد متلقين للثقافة ولا يعتد بهم باعتبارهم يملكون القدرة على عكس صورة الثقافة على نحو مبدع.

قبيل إقامة معرض «بطل الطبقة العاملة»، حظيت جميع المعارض المشابهة باستقبال جيد. فبعد مشاهدة معرض ليجند، على سبيل المثال، قررت ريتا — أرملة بوب مارلي — إدراج نسخة على الدوام منه ضمن مقتنيات متحف بوب مارلي في كينجستون؛ حيث رتبت لافتتاح العرض في المتحف، ودعت جميع المؤدين الثلاثين وعائلاتهم من جميع أنحاء جامايكا كي يزوروا المتحف ليحتفلوا باحتفائها بزوجها.

لكن في حالة معرض «بورتريه جون لينون»، لم يكن الاستقبال شديد الحرارة. وبطلب من إدارة المكعب الأبيض، شرعت برايتز في الحصول على تصريح من حائزي حقوق التأليف والنشر لألبوم «جون لينون/فرقة بلاستيك أونو» قبل إقامة المعارض الأولى للعمل في متاحف لا تهدف للربح في نيوكاسل وفيينا. أرسلت برايتز خطابًا ليوكو أونو (أرملة لينون) من أجل الحصول على ذلك التصريح. وبعد شهرين أتاها الرد من أحد محامي السيدة أونو. كان نص رسالة البريد الإلكتروني «لن نتمكن من منح حق استخدام صورة السيد لينون في مشروعك.» غير أن برايتز لم تكن ترغب في التصريح باستخدام صورة لينون، بل كانت تريد التصريح بالاتفاق مع خمسة وعشرين من الجماهير كي يغنوا موسيقاه. وعندما ردت برايتز بهذا التصويب، أبلغها المحامي بأنه في حقيقة الأمر لم يطلع شخصيًّا على اقتراحها. لقد كان ببساطة ينقل لها حقيقة أن السيدة أونو لم تكن مستعدة لمنح الحقوق المطلوبة. وتدخل أحد أمناء المتاحف الدولية الكبرى وكان على معرفة بيوكو ومؤيدًا لعمل برايتز فتوسط في الأمر متحدثًا باسمها، قائلًا إنه — وفق فهمه لطبيعة الموقف — في استطاعة برايتز أن تسدد حقوق التأليف والنشر المتعلقة بالموضوع وأن تمضي قدمًا في مشروعها، بيد أنها تؤْثر — احترامًا منها لأرملة الفنان — أن تسعى للحصول على تصريح من أونو وأن تكون الأخيرة متفهمة للموقف. أرادت السيدة أونو أن

تسمع المزيد، لكنها لم تتفق مع أمين المتحف في مسألة حرية برايتز في صنع غلاف بدون تصريح. وأصرت أونو قائلة: «التصريح لا مناص منه من الناحية القانونية.»

ومن جديد شرح أمين المتحف العرض المقترح. فطلبت أونو رؤيته مكتوبًا. وبعد الاطلاع عليه، أبلغ محاموها برايتز أن بإمكانها الاستعانة بألبوم «جون لينون/فرقة بلاستيك أونو» في مشروعها، ولكن:

> برجاء الملاحظة، أن الحصول على موافقة باستخدام مؤلفات موسيقية حقيقية يجب الحصول عليها من الناشرين ذوي الصلة.[2]

وبعد أن شعرت بالارتياح (وإن كانت تلك سذاجة منها)، طلبت برايتز بعد ذلك من محامي المكعب الأبيض البدء في عملية الحصول على «موافقة» من حائزي حقوق تأليف ونشر المؤلفات. وبعدها بثلاثة شهور، حدد المحامون الموكلون عن سوني (حائزة حقوق تأليف ونشر عشر من أصل إحدى عشرة أغنية يضمها الألبوم) رسمًا قياسيًّا يبلغ بالتقريب ٤٥ ألف دولار قيمة عرض لمدة شهر واحد. كانت سوني تعلم أن هذا الرقم مبالغ فيه لكنها أرادت أن تضع خطًا مبدئيًّا للمفاوضات التي ستلي ذلك. كما طلبوا من الفنانة أن تبلغهم بأكبر مبلغ يمكنها تحمله. لقد أرادوا أن يعلموا كم تبلغ ميزانية المشروع.

غير أن الوقت كان ضيقًا. وكان مقررًا للمعرض أن يُفتتح في نيوكاسل في غضون أسابيع. وبعد أن تعرض المحامون للإلحاح، وافقوا على السماح بعرض العمل في هذه المؤسسة التي لا تهدف للربح دون إبرام اتفاق. وفعلوا نفس الشيء في معرض غير هادف للربح في فيينا بعدها بثلاثة شهور، غير أنهم ذكروا أن محامي السيدة أونو رغبوا في إبرام تعاقد رسمي قبل مواصلة إقامة المزيد من تلك العروض.

بعد عام من تقديم الطلب لأول مرة، لم تحل المشكلة إلى يومنا هذا. وحتى وقت كتابة هذه السطور — أي بعد أكثر من عامين من الرد المبدئي — وبعد إضاعة مئات من الساعات من أوقات المحامين، ومديري المتحف ومن وقت برايتز، لم يتوصل حائزو الحقوق بعد إلى اتفاق نهائي. ويبدو أن أحدًا لم يلحظ أن قيمة الوقت الضائع في المساومة حول تلك الحقوق تجاوزت بكثير قيمة أي رسوم ترخيص محتملة. لم تكن الأمور الاقتصادية ذات بال بالنسبة لهم. كان المبدأ مهددًا بالخطر، وعلى حد تعبير السيدة أونو «التصريح لا مناص منه من الناحية القانونية»، قبل أن يصبح من الممكن لفنان آخر أن يستكشف علنًا مدى حب خمسة وعشرين من معجبي جون لينون له.

جريج جيليس مهندس من بيتسبرج عمره خمسة وعشرون عامًا يعمل في مجال الهندسة الحيوية الطبية. وهو أيضًا من أكثر الفنانين الجدد حماسًا للون جديد من ألوان الموسيقى اسمه الخلطة أو المزيج. اسم فرقته المكونة منه وحده (ومن آلة موسيقية واحدة) «جيرل توك» (ومعناها «حديث الفتيات»). أنتجت هذه الفرقة حتى الآن ثلاثة أقراص مدمجة، كان أشهرها «نايت ريبر» ومنح لقب واحد من أفضل أعمال العام من قبل «رولنج ستونز» و«بيتشفورك». وفي مارس ٢٠٠٧، انبرى مايكل دويل النائب الديمقراطي لمنطقته في الكونجرس، في بلاط المجلس يكيل المديح «لمواطنه الذي أبلى بلاء حسنا» وللشكل الفني الجديد الذي ابتدعه.

«جديد» لأن جيرل توك في الأساس خليط من عدة مقتطفات مأخوذة من فنانين عديدين آخرين. نايت ريبر على سبيل المثال مزيج من ٢٠٠ إلى ٢٥٠ عينة مختارة من أعمال ١٦٧ فنانًا مختلفًا. شرح دويل في بلاط الكونجرس الأمر بقوله «في أحد الأمثلة، مزجت جيرل توك بين أعمال إلتون جون، ونوتوريوس بيج، وديستينيز تشايلد، جميعهم في فترة زمنية لا تتجاوز ٣٠ ثانية.» كان دويل فخورًا بهذه الأعجوبة التي صنعت في موطنه. ودعا زملاءه كي «يتراجعوا خطوة واحدة للخلف» كي يتأملوا في هذا الشكل الجديد من الفن. وعلق دويل متنبئًا: «ربما كانت موسيقى الخلطة فنًّا جديدًا تحوليًّا، يوسع من خبرة المستهلك ولا يتنافس مع ما يُعرض لفنانٍ ما على مواقع آي تيونز أو في متاجر الأسطوانات المدمجة.»

ساعدت تعليقات دويل في تغذية موجة عارمة من الاهتمام الإعلامي بجيرل توك، والذي بدوره، غذى شيئًا من التشوق الحقيقي في أوساط الموزعين. من السمات المميزة لهذا اللون الخليط أن العينات مولفة معًا بدون الحصول على أي تصريح من الفنانين الأصليين. وإذا سألت أي محامٍ ممثل لأي شركة تسجيلات في أمريكا، فسوف يرد سريعًا بإجابة تحمل طابع أونو مفادها «التصريح لا مناص منه من الناحية القانونية»، وهكذا فإن جيرل توك عبارة عن جريمة يرتكبها جيليس. سحبت آبل نايت ريبر من متجر موسيقى آي تيونز، وفعلت إي ميوزيك الشيء نفسه قبلها ببضعة أسابيع، والحقيقة أن أحد مصانع الأقراص المدمجة رفض من قبل حتى أن يطبع القرص المدمج.

بدأ جيليس هوايته الموسيقية وهو في سن الخامسة عشرة، وبينما كان يستمع إلى الموسيقى الإلكترونية التجريبية على إحدى محطات الإذاعة المحلية، «اكتشف هذا العالم من الناس الذين في إمكانهم الضغط على الأزرار وإصدار الضجيج فوق البدالات وأداء

الموسيقى الحية»، وأضاف قائلًا لي: «هذا الفن أحدث لي نوعًا من الانفجار في مخي.» وفي سن السادسة عشرة «كون فرقة ضوضاء؛ ضوضاء معناها موسيقى سابقة لعصرها بكثير» في ذلك الحين.[3]

بمرور السنوات انتقلت الصفة «سابق لعصره» من التكنولوجيا التناظرية (الأنالوج) إلى الرقمية؛ أي الحاسب الآلي. أما فرقة جيرل توك نفسها فقد ولدت في أواخر عام ٢٠٠٠ على جهاز توشيبا تم شراؤه أصلًا للكلية. حمَّل جيليس على الجهاز مسارات وحلقات تكرارية صوتية. وبعدها، وباستخدام برنامج يسمى «أوديو ملش»، صار بإمكانه طلب المسارات ومزجها معًا لإعدادها للأداء الموسيقي. وقد شاهدت جيرل توك تؤدي أداءً حيًّا؛ وعروضها تتسم بنفس القدر من العبقرية التي تميز تسجيلاتها بأسلوب «المزيج».

لم يمضِ وقت طويل من عمر جيرل توك حتى بدأ «الحديث القانوني» يزداد حولها. وأدرك جيليس أن الشكل الذي ابتدعه من الموسيقى لم يحصل بعد على مباركة من أهل القانون. غير أنه قال لي: «لم أشعر مطلقًا بالخوف ... أعتقد أنني كنت ساذجًا بعض الشيء، غير أنني في الوقت نفسه كنت أشعر أن هذا هو العالم الذي نعيشه والذي نشهد فيه مثل تلك الأشياء كل يوم. [وإنك] تعلم أنك ستبيع عددًا قليلًا من الألبومات، وإنه ربما لن يلحظ أحد الأمر.» كانت هناك بالطبع حالات شهيرة «لاحظ» فيها الناس الأمر. فرقة «نيجاتيفلاند»، وهي فرقة سنقرأ اسمها كثيرًا لاحقًا في هذا الكتاب، كان لها قصة شهيرة مع فرقة «يو تو» وكاسي قاسم بعد أن مزجت بين تسجيل لقاسم أثناء تقديمه للفرقة على برنامج «أمريكان توب فورتي». علم جيليس بشأن هذه القصة، غير أنه شرح لي بأسلوب ذكرني بالأيام التي كنت أظن أنا فيها كذلك أن القانون مجرد عدالة مكتوبة بأسلوب لطيف:

> يخامرني الشعور نفسه الذي أحسست به وقتها. أعتقد، فقط من الناحية الأخلاقية، أن الموسيقى بحق لم تكن لتؤذي أحدًا. وما من سبيل لدفع أي شخص لشراء أسطوانتي بدلًا من شراء أسطوانة شخص آخر [ممن استخدمت مقتطفات من أعمالهم]. و... من الواضح أنها لن تؤثر على السوق. لم تكن مثلًا أشبه بقضية بيع سلع مغشوشة. كنت أشعر أنه لو كانت لدى أحد ما مشكلة مع هذا الأمر، فإننا من الممكن أن نتوقف عن القيام به. لكنني لم أفهم سببًا لوجود مثل تلك المشكلة مع أي شخص.

لماذا «يجب» أن يكون لدى أي شخص مشكلة مع هذا الأمر؟ هذا سؤال لم أستطع الإجابة عليه. من البديهي أن شخصًا ما من الممكن أن يسبب له هذا العمل مشكلة. لم تكن «المشكلة» لتطرح بصورة مباشرة وإنما بصورة غير مباشرة؛ لا عن طريق رفع دعوى قضائية ضد جيرل توك، وإنما بالاتصال بآي تيونز أو غيرها من الموزعين وطرح تساؤلات تجعل الموزع يتوقف عن توزيعها، ومن ثم ترغم هذا الفنان، وهذا الشكل الفني، على الاختفاء. كان من الممكن حل «مشكلة» جيرل توك عن طريق التأكد من أن أي نجاح حققته كان نجاحًا محدودًا. فلتحصره داخل محيط بيتسبرج، ولتخفض الطلب عليه كلما أمكنك ذلك، وربما ستزول «المشكلة» ولا يعود لها وجود.

يوافق جيليس على أن المشكلة كانت في طريقها إلى الزوال. ولكن لسبب مختلف تمامًا. فحسبما شرح جيليس لي، سرعان ما سيبادر الجميع إلى محاكاة ما يفعله. الجميع، على الأقل من هم مغرمون بالموسيقى، أو على الأقل كل من هم مغرمون بالموسيقى وأعمارهم دون الثلاثين:

> إننا نعيش وسط هذه الثقافة القائمة على المزج. هذا الزمن المتميز بعملية الانتحال، والذي فيه يمكن لطفل في سن الدراسة أن يحصل على نسخة من برنامج فوتوشوب، وأن يقوم بتنزيل صورة لجورج بوش، وأن يتلاعب بوجهه بالكيفية التي يرغب فيها ثم يرسلها إلى أصدقائه. وهذا بالضبط هو ما يفعلونه. حسنًا، لقد لاحظ المزيد والمزيد من الناس حدوث زيادة هائلة في أعداد من يقومون بعملية المزج والخلط بين الأغنيات المختلفة. كل أغنية تدخل ضمن أفضل أربعين أغنية في سباق الأغنيات وتذاع في الراديو، يلتقطها الكثيرون من صغار الأطفال ثم يمزجونها مع غيرها. لقد صار الأمر أشبه ببرنامج فوتوشوب الموجود على جميع أجهزة الكمبيوتر. وكل أغنية يغنيها المطرب بي ديدي، هناك أطفال في سن العاشرة سيمزجونها مع غيرها ثم يضعون تلك «الخلطة» على شبكة الإنترنت.
>
> طرحت على جيليس السؤال التالي: «لكن لماذا هذا أمر طيب؟»
>
> إنه أمر طيب لأنه، باختصار، مجرد ثقافة حرة. فالأفكار تؤثر على البيانات، ثم تعالَج ويجري التلاعب فيها وتمريرها للغير. أعتقد أن هذا أمر رائع على المستوى الإبداعي؛ أن يكون الجميع منخرطون بهذا القدر في الموسيقى التي

يحبونها ... فليس من الضروري أن تكون موسيقيًّا تقليديًّا. إنك تحصل على الكثير من الأفكار والمواد الخام، من أناس خارج الصندوق ممن لم يتلقوا أي دروس في العزف على الجيتار طيلة حياتهم. أعتقد حقًّا أن هذا الأمر رائع بالنسبة للموسيقى.

كما يعتقد جيليس أنه رائع أيضًا بالنسبة لصناعة التسجيلات: «من وجهة النظر المالية، هذا هو السبيل الذي يمكن لصناعة الموسيقى أن تزدهر من خلاله في المستقبل ... هذه التفاعلية مع الألبومات الموسيقية، أن تعامل بطريقة أقرب إلى كونها لعبة، لا باعتبارها منتَجًا.»

النقطة التي طرحها جيليس في النهاية على أي حال لم تكن تتعلق بالأسباب، بل كانت تتعلق بالتطبيق العملي، أو بالتطبيق الذي يمارسه هذا الجيل. «سوف يضطر الناس — المحامون ... وقدامى السياسيين — لمواجهة هذا الأمر، الواقع: أن الجميع يصنعون هذه الموسيقى، وأن معظم القطع الموسيقية مأخوذة من أفكار سابقة، وأن الغالبية العظمى من موسيقى البوب مصنوعة من مادة خام مصدرها أناس غيرهم، وأن هذا ليس بالأمر السيئ؛ فهو لا يعني أنه ليس باستطاعتك صنع محتوى أصلي.»

ما يعنيه هذا — اليوم، على الأقل — أنه ليس بإمكانك صنع هذا المحتوى بشكل قانوني. «التصريح لا مناص منه من الناحية القانونية»، حتى إذا كان من المستحيل الحصول عليه في أيامنا هذه.

سيلفيا أو فنانة كولومبية ناجحة. لفترة من الوقت كانت مؤلفة للأغاني ونجمة من نجوم التسجيلات الموسيقية، وكانت تصنع أقراصًا مدمجة تباع عبر القنوات الطبيعية لموسيقى البوب الكولومبية. وفي أواخر تسعينيات القرن الماضي، عانت من خسارة مأساوية على المستوى الشخصي، وابتعدت لبعض الوقت عن الأداء. وعندما عادت لإبداع الموسيقى، أقنعها صديق مقرب وواحد من مطوري برامج أدوبي بتجربة شيء مختلف.

رأيتها تصف تجربتها خارج متحف جميل بالقرب من بوجوتا على مائدة غداء أقامتها منظمة المشاع الإبداعي بكولومبيا. (سوف نتعرض بمزيد من الإيضاح لتلك المنظمة لاحقًا. يكفي الآن أن نقول إن تلك المنظمة التي لا تهدف للربح توفر رخص حقوق تأليف ونشر مجانية؛ كي تمكن الفنانين من تمييز أعمالهم الإبداعية بالحريات الذين يريدون لها أن تحملها. تتم بعد ذلك ترجمة أو «نقل» تلك الرخص إلى الولايات

القضائية في جميع أنحاء العالم. وعند اكتمال هذا النقل، «يُطْلقها» البلد المعني مما يجعل الرخص المحلية الجديدة متاحة.) تجمَّع ما يقرب من مائة فرد — معظمهم فنانون وشباب في العشرينيات من العمر — في مسرح عائم مجاور للمتحف، وألقت سيلفيا أو كلمة باللغة الإسبانية، وترجم أحد المترجمين الجالسين إلى جوارها كلماتها إلى الإنجليزية.

حكت سيلفيا قصة عن التبرع بمسار موسيقي لمقطوعة من لون «إيه كابيلا» بعنوان «نادا نادا» (أي «لا شيء لا شيء») لموقع تديره منظمة المشاع الإبداعي اسمه سي سي ميكستر. كان المقصد من موقع سي سي ميكستر أن يكون بمنزلة صديق للموسيقى. كان يُطلب من زواره تحميل مسارات موسيقية عليه. وبعد أن يتم استخدام تلك المسارات في عمل توليفات موسيقية، تظل المسارات الجديدة مراجع للقديمة. وهكذا يمكنك أن ترى، على سبيل المثال، أن هناك مسارًا معينًا صُنِع من الجمع بين مسارين آخرين مختلفين. ويمكنك أن ترى أن أربعة أشخاص اشتركوا معًا في صنع هذا المسار الممتزج.

كان مسار سيلفيا أو الموسيقي عبارة عن عزف لأغنية تغنى بالإسبانية، وصفت على موقع سي سي ميكستر بأنها قصة «لفتاة لا تبدل أفكارها أو أحلامها أو أسلوب حياتها بعد الارتباط بعلاقة.» غير أنه بعد مرور بضعة أيام من تحميل المسار على الموقع، قام أحد مشاهير مواطني موقع ميكستر بعمل مزيج مستخدمًا إياه؛ فحوَّل اللغة الإسبانية إلى لغة غير مفهومة (وإن كانت جميلة)، وأعاد تسمية المزيج فأسماه «معالجة للتشويه».

وبينما هي واقفة أمام أولئك الذين جاءوا للاحتفال بمنظمة المشاع الإبداعي بكولومبيا تصف هذا «التشويه»، بدأت أنا — رئيس مجلس إدارة منظمة المشاع الإبداعي — أتصبب عرقًا. كنت على يقين من أنها على وشك مهاجمة إبداع المزج؛ فهناك مازج دمر بالكامل معنى إسهامها. كنت على يقين من أن الأمر على وشك أن يتحول إلى صب اللعنات على الحرية التي كنت أظن أننا جئنا إلى هناك جميعًا كي نحتفي بها.

لكنها، لدهشتي العارمة وارتياحي طبعًا، لم تصبَّ لعناتها مطلقًا على الأمر، وإنما شرعت تصف كيف غيرت التجربة تغييرًا جذريًّا من رأيها في إبداع الموسيقى. بالتأكيد لم تعد الكلمات مفهومة، ولكن الصوت اتخذ معنًى جديدًا. وحسبما قالت لي بعدها: «صارت الأغنية أقرب إلى موسيقى الجاز، وفتحت الباب نحو فهم أنها ربما كانت أقرب إلى معاملة صوتي باعتباره آلة موسيقية، وجعله شيئًا مستقلًّا تمامًا عن كلمات الأغنية بصورة لم أعهدها من قبل.»[4]

وبوحي من هذا المزيج، كتبَت مسارًا آخر لكي يوضع كطبقة فوق المسار الأول. ومنذ ذلك الحين، ظلت تضيف أغنية تلو الأخرى لمجموعة سي سي ميكستر. وعلى العكس

من عمل برايتز أو جيرل توك، كانت كل عمليات المزج تلك مشروعة. فلو أن «التصريح لا مناص منه من الناحية القانونية»، فإنه بالنسبة لهذا العمل، تم بالفعل الحصول على تصريح به. لقد حركت رخصة منظمة المشاع الإبداعي خط بداية حقوق التأليف والنشر عبر إجراءات تتم طواعية من قبل حائزي حقوق التأليف والنشر.

أما بالنسبة لسيلفيا أو، فإن عملية الإبداع طرأ عليها تغيير. فقبل ذلك، كانت تجلس في أحد الاستوديوهات، وتنحت العمل الذي سوف تذيعه، عملًا واحدًا متاحًا لكثيرين. أما الآن فإنها في حالة حوار مع الفنانين الآخرين، تقدم المحتوى الذين سيضيفون إليه، ثم يعيدون إضافة المحتوى من جديد. قالت لي سيلفيا: «إنني أقرب إلى من تجري حوارًا مع الموسيقيين في التو واللحظة؛ لأنني أطلق عملي وأعلم عن يقين أن كثيرين منهم لن يفهموا كلمة مما أقوله. [ولكن] صوتي ليس أكثر من مجرد آلة موسيقية تضاف إلى باقي الآلات، وهكذا فإن جميع الخيارات التي يعزفون بها صارت الآن ملكًا لهم بالكامل. وهكذا صارت هناك حرية أكثر ...» وتكمل شرحها للأمر بقولها: «صوتي لم يمثل سوى شيء ضئيل؛ لقد كان مجرد جزء صغير من عملية ضخمة تحدث الآن باستخدام هذا النوع من الإبداع. لقد صرت أكثر حرية بعض الشيء؛ لأنني لم أكن أعرف كيف سيتفاعلون معه.» وهمست لي مضيفة: «لقد أصبحت أكثر شجاعة بعض الشيء.»

لو أنني طلبت منك أن تغمض عينيك وأن تفكر في «حروب حقوق التأليف والنشر»، فإن ذهنك على الأرجح لن يتجه نحو فنانين أو مبدعين من أمثال هؤلاء. إن تشارُك الملفات من ند إلى آخر هو العدو في «حروب حقوق التأليف والنشر.» الأطفال الذين «يستولون» على المادة من على الكمبيوتر هم الهدف. فالحرب لا تدور حول أشكال جديدة من الإبداع، ولا تدور حول فنانين يصنعون فنًّا جديدًا. ولم يُدفَع الكونجرس نحو تجريم جيرل توك.

لكن لكل حرب خسائرها غير المقصودة. فهؤلاء المبدعون ليسوا سوى واحد من أنماط الخسائر غير المقصودة التي تقع جراء هذه الحرب. إن التطرف التنظيمي الذي صار عليه قانون حقوق التأليف والنشر يجعل من الصعب — بل ومن المستحيل في بعض الأحيان — لنطاق عريض من الإبداع أن يوجد على نحو قانوني، ذلك النطاق الذي سيسمح به أي مجتمع حر لو أنه فكر في الأمر ولو لثانية. غير أنه في حالات الحرب على أية حال، لا يمكننا أن نسترخي. فلا يمكننا التسامح مع حالات الخروج عن القانون التي ربما تمر من وقت لآخر دون أن يلحظها أحد. فكر في «الجدة التي تبلغ من العمر ثمانين

عامًا، التي جرى التعامل معها بخشونة فظة من قبل عملاء إدارة سلامة النقل»؛ وستدرك أنت أيضًا معنى هذه الحرب.

الخسائر غير المقصودة هي بؤرة اهتمام هذا الكتاب. أود إلقاء الضوء على الشيء الذي لا يرغب أينا في الخلاص منه؛ أكثر الأمور تشويقًا، وأفضل ما مكنتنا التكنولوجيا الجديدة من تحقيقه. ولو انتهت الحرب ببساطة غدًا مثلًا، فما أشكال الإبداع التي يمكننا أن نتوقعها؟ وما الخير الذي يمكننا أن نحققه، ونشجعه، ونتعلم منه؟

بعدها أود إلقاء الضوء على الأضرار التي لم نفكر فيها بقدر كافٍ؛ الضرر الذي سيلحق بجيل ما من وراء تجريم سلوكهم الطبيعي. ما الذي يصنعه هذا بهم؟ وما الذي سيفعلونه بنا بعد ذلك؟

ولسوف أجيب عن تلك التساؤلات عن طريق رسم خريطة للتغيير فيما يمكن أن نسميه ثقافات الإبداع. تبدأ تلك الخريطة مع مطلع القرن الماضي. إنها مطلية بالمخاوف مما كان يمكن وقتها أن تصبح عليه ثقافتنا. معظم تلك المخاوف ثبت أنه صحيح، لكنها تساعدنا على فهم السبب في أن الكثير مما يبدو أننا نخشاه اليوم ليس بالشيء الذي يُخشى منه على الإطلاق. إننا نشهد عودة شيء كنا عليه من قبل، وعلينا أن نحتفي بتلك العودة، وبالرخاء الذي تعد به، وعلينا أن نستعين به ليكون مدعاة لإصلاح القواعد التي تجرم ما يفعله معظم أطفالنا باستخدام حواسبهم الآلية. وأهم شيء، علينا أن نتعلم منه شيئًا ما؛ عن أنفسنا، وعن طبيعة الإبداع.

الجزء الأول

الثقافات

الفصل الأول

ثقافات ماضينا

ذات يوم رطب من أيام شهر يونيو ١٩٠٦، ارتقى أحد أكثر الملحنين شعبية في أمريكا درجات سلم مكتبة الكونجرس، للإدلاء بشهادته حول وضع قانون حقوق التأليف والنشر في الولايات المتحدة. كان جون فيليب سوزا واحدًا ممن ينتقدون منظومة قانون حقوق التأليف والنشر في الولايات المتحدة، والذي كان وقتذاك متراخي القبضة نسبيًّا. وقد جاء إلى واشنطن كي يطلب من الكونجرس «إصلاح عوار خطير في ... القانون، يسمح لمصنعي وبائعي أسطوانات الفونوغراف ... بالاستيلاء دون إذن على أفضل ألحان الملحنين الأمريكيين كي يجنوا الأرباح دون أن يدفعوا مقابلًا ذلك سنتًا واحدًا»، في شكل من أشكال «القرصنة» على حد وصفه.[1]

ليس من الصعب فهم السبب وراء غضب سوزا. فعلى الرغم من أنه كان مايسترو شهيرًا، كان جزء من دخله يأتي من حقوق التأليف والنشر التي كانت تعود لصالحه من وراء الأعمال التي لحنها ووزعها. لقد منحته تلك الحقوق الحق الحصري في السيطرة على الأداء العلني لأعماله؛ أي نَسْخ النوت الموسيقية لدعم هذا الأداء العلني، وأية ترتيبات — أو غيرها من الأعمال — «مشتقة» من عمله الأصلي. كان هذا المزيج من وسائل الحماية قد وُضع من قِبل الكونجرس لمكافأة الفنانين على إبداعهم، من خلال خلق حوافز للفنانين تدفعهم لإنتاج أعمال جديدة عظيمة.

إلا أن مطلع القرن جلب معه طفرة تكنولوجية في تأليف الموسيقى وتوزيعها بأسلوب لا يتواءم جيدًا مع هذا الطراز العتيق من الحماية. ففي وجود هذه التقنيات الجديدة، وللمرة الأولى في التاريخ، صار في الإمكان تحويل اللحن الموسيقي إلى شكل يمكن لآلة ميكانيكية — كالبيانولا على سبيل المثال أو الفونوغراف — عزفه. فبمجرد ترميز اللحن، أمكن عمل نُسَخ من هذا العمل الموسيقي الجديد بتكلفة متدنية للغاية.

ومن هنا بدأت صناعة جديدة، وهي صناعة «الموسيقى الميكانيكية»، تنتشر في جميع أنحاء البلاد. وللمرة الأولى في تاريخ الإنسانية، ومع وجود البيانولا أو الفونوجراف، أمكن للمواطنين العاديين الحصول على مجموعة واسعة من المؤلفات الموسيقية عند الطلب. كان هذا نفوذًا لم يكن يتمتع به قبل ذلك سوى الملوك. والآن صار كل من يملك واحدًا من منتجات إديسون وأيوليان ملكًا.

إلا أن المشكلة التي واجهها الملحنون هي أنهم لم يشاركوا في الثروة الآتية من هذا الشكل الجديد من حرية الوصول إلى الموسيقى. فالموسيقى الميكانيكية ربما تكون نسخت أعمالهم من زاوية ما، ولكن حسب تفسير معظم المحاكم لقانون حقوق التأليف والنشر، فإنه أيًّا كان «النَّسْخ» الذي قامت به تلك الماكينات، فهو لم يكن نوع النسخ الذي ينظمه القانون. أغضب ذلك كثيرًا من المؤلفين الموسيقيين. وعقد البعض منهم، مثل سوزا، العزم على فعل شيء حيال ذلك. ولم تكن رحلته الى مبنى الكابيتول هيل (مقر الكونجرس) سوى جزء من حملته الموسعة (والتي نجحت في نهاية المطاف) نحو تحقيق هدفه.

ومع ذلك، فإن اهتمامي بشهادة سوزا، ليست له علاقة تذكر بحجته (أو حجتنا، اليوم) المعقولة على نحو بديهي. وإنما هو متعلق بنقطة ربما كانت واضحة في ذهنه، وقتها، غير أنها تكاد تغيب عن أذهاننا اليوم. إذ علاوة على شكواه من «قرصنة» الموسيقى الميكانيكية، شكا سوزا أيضًا من الخواء الثقافي الذي من شأن الموسيقى الميكانيكية أن تخلقه. وعلى حد قوله في شهادته:

> عندما كنت صبيًّا ... وفي أمسيات الصيف، كنا نجد أمام كل بيت مجموعات من الشباب يغنون معًا أغنيات اليوم أو الأغنيات القديمة. واليوم صرت تستمع إلى هذه الآلات الجهنمية وهي تعمل ليلًا ونهارًا. لن تتبقى لدينا بعد ذلك أحبال صوتية. سيتم القضاء على الأحبال الصوتية من خلال عملية التطور، مثلما حدث لذيل الإنسان عندما تطور من القردة.[2]

«لن يتبقى لدينا بعد ذلك حبل صوتي واحد.»

من الواضح أن جون فيليب سوزا لم يكن يعرض تنبؤًا خاصًّا بتطور الحنجرة عند الإنسان. لكنه كان يصف كيف يمكن للتكنولوجيا — «هذه الآلات الجهنمية» — أن تغير علاقتنا بالثقافة. كان تخوف سوزا أن تؤدي بنا تلك «الآلات» إلى الابتعاد عما امتدحه في

مواضع أخرى؛ ألا وهو ثقافة «الهواة». سوف نصير مجرد مستهلكين للثقافة، لا منتجين لها أيضًا. سوف نصبح مدربين على انتقاء ما نود سماعه، ولن نكون مدربين على إنتاج مادة كي يستمع إليها الآخرون.

فلماذا إذن ينتقد واحد من أبرز الموسيقيين المحترفين في أمريكا مسألة غياب موسيقى الهواة؟

لم يكن تخوف سوزا من تدهور مستوى جودة الموسيقى عندما يقل حجم إنتاج الهواة لها ويزداد حجم إنتاج المحترفين لها في الوقت نفسه، وإنما كان تخوفه من أن تصير الثقافة أقل ديمقراطية: ليس بمعنى أن الناس سيصوتون على ما هو بمنزلة ثقافة جيدة — أو ما ليس كذلك — ولكن من زاوية ما عناه إريك فون هيبل، الأستاذ بمعهد ماساتشوستس للتكنولوجيا، عندما دفع بأن الابتكار اليوم يتحول إلى مزيد من «الديمقراطية».[3] في ذلك العالم الذي أبدى سوزا خشيته منه، سوف تقل وتقل أعداد من يمكنهم الحصول على آلات موسيقية، أو القدرة على خلق أو إضافة المزيد إلى الثقافة من حولهم؛ وستزداد يومًا بعد يوم أعداد من يكتفون ببساطة باستهلاك ما أبدعه غيرهم في مكان آخر. وتتحول الثقافة إلى منتج من إبداع نخبة، حتى ولو كانت تلك النخبة — هذا الكهنوت الثقافي — لا يزال محبوبًا من الجماهير.

كان يؤمن، في الواقع، أن هذا التغيير كان آخذًا في التحقق بالفعل. وحسبما روى:

> في الصيف الماضي ... كنت في واحد من أكبر موانئ اليخوت في العالم، ولم أستمع إلى صوت واحد طوال الصيف. كان بكل يخت جراموفون، أو فونوغراف، أو بيانولا، أو شيء من هذا القبيل. كانوا يعزفون مارشات سوزا — وهذا أمر لا بأس به، إذا أخذناه من الجانب الفني — غير أنهم لم يكونوا يدفعون مقابلًا لذلك، وعلاوة على ذلك، لم يعينوا على التطوير الفني للموسيقى.[4]

هذا التراجع في حجم المشاركة من وجهة نظر سوزا، من شأنه أن يُترجَم إلى تراجع في مدى انتشار أدوات صنع الموسيقى:

> إن هذا الحب الواسع الانتشار للفن ينبع من مدرسة الغناء، سواء أكان دنيويًّا أم دينيًّا، ومن الفرق القروية، ومن دراسة العزف على تلك الآلات الأقرب للناس. فهناك عدد من آلات البيانو، والكمان، والجيتار، والمندولين، والبانجو؛ ينتشر في أوساط الطبقة العاملة الأمريكية أكثر مما هو موجود في باقي أنحاء

> العالم، ووجود هذه الآلات في المنازل خلق وظائف لأعداد هائلة من المدرسين، الذين يعكفون في صبر على تعليم الأطفال وغرس حب الموسيقى في أرجاء المجتمعات على تنوعها.[5]

وتساءل سوزا: «وما نتيجة تلك الخسارة في أعداد الهواة؟»

> يصير الطفل غير مبالٍ بالممارسة؛ إذ طالما كان في الإمكان الاستماع إلى الموسيقى في المنازل دون حاجة لبذل عناء الدراسة والمثابرة في التطبيق، وبدون عملية اكتساب أسلوب العزف ببطء، فإن عملية الاختفاء التام للهواة تصبح مسألة وقت ليس إلا ... فمد الاتجاه نحو الهواية لن يكون أمامه سوى الانحسار، حتى لا يتبقى لنا بعد ذلك سوى الجهاز الميكانيكي والممارس المحترف.[6]

«مد الاتجاه نحو الهواية لن يكون أمامه سوى الانحسار»، أمر سيئ، هذا ما آمن به هذا المحترف، بالنسبة للموسيقى والثقافة.

كان سوزا يضفي الشاعرية على الثقافة بطريقة ربما تذكر طالب التاريخ الأمريكي بتوماس جيفرسون. كان جيفرسون مغرمًا بالفلاح الكادح.[7] وكان يشعر بالغثيان من المزارع الحديثة المملوكة للشركات المساهمة التي أزاحت مزارعيه الكادحين. غير أن نفوره منها لم يكن مرتبطًا كثيرًا بكفاءة إنتاج الغذاء، ولا حتى بجودة الغذاء المنتج. وإنما كان اعتراضه على تأثير ذلك التغير على ديمقراطيتنا. لقد آمن جيفرسون بأن أخلاقيات الفلاح الكادح — وهي تلك الأخلاق التي تمارس ضمن نظام الخلق وفق اقتصاد منضبط، مثلما يفعل أي مالك صغير يقف على حافة حضارة أمريكا القرن الثامن عشر — كانت أمرًا جوهريًّا بالنسبة للحكم الذاتي الديمقراطي. كان اكتفاء صغار الملاك بالتالي فضيلة ليس لأنه وسيلة كفء لصنع الطعام، وإنما لما فعله للذات، وبالتالي ما فعله للمجتمع الديمقراطي، والذي هو عبارة عن اتحاد بين أناس كثيرين.

وكان تعامل سوزا مع الثقافة مشابهًا لذلك. لم يكن خوفه من أن تقل الثقافة، أو الجودة الفعلية للموسيقى التي تنتجها ثقافة ما. وإنما كان خوفه من أن يصير الناس أقل ارتباطًا بتلك الثقافة، ومن ثم أقل تمرسًا على خلقها. إن نزعة الهواية، بالنسبة لذلك المحترف، كانت بمنزلة فضيلة؛ ليس بسبب إنتاجها لموسيقى عظيمة، ولكن لأنها أنتجت ثقافة موسيقية: حب، وتقدير للموسيقى التي أعاد خلقها، واحترام للموسيقى الذي كان يعزفها، ومن ثم ارتباطًا بثقافة ديمقراطية. إذا أردت أن توقر «يو-يو ما»

(عازف تشيللو فرنسي من أصل صيني يعد من أبرز من عزفوا على هذه الآلة عالميًّا)، جرب العزف على التشيللو. وإذا أردت أن تستوعب مدى عظمة الموسيقى وروعتها، جرب أداءها بواسطة مجموعة من الهواة.

(١) ثقافة «القراءة والكتابة» مقابل ثقافة «القراءة فقط»

بلغة مهاويس الكمبيوتر في عصرنا هذا، يمكننا أن نطلق على الثقافة التي احتفى بها سوزا ثقافة «اقرأ/اكتب» (التشبيه المستخدم هنا خاص بالتصاريح التي ترفق بملف معين على الكمبيوتر. فإذا كان هناك تصريح بالقراءة والكتابة، يكون مسموحٌ للمستخدم بكل من قراءة الملف وإدخال تعديلات عليه. أما إذا كان التصريح بالقراءة فقط، فإنه لا يكون مسموحٌ له إلا بقراءة الملف). في عالم سوزا — وهو عالم كان مصرًّا على أنه يضم الإنسانية كافة منذ بدأت حضارة الإنسان — «يقرأ» المواطنون العاديون ثقافتهم إما عن طريق الاستماع إليها أو عن طريق قراءة تمثيلات لها (مثال ذلك الأعمال الموسيقية). إلا أن هذه القراءة، ليست كافية؛ إذ إنهم (أو على الأقل «شباب ذلك العصر») يضيفون إلى الثقافة التي يقرءونها عن طريق إبداع أو إعادة إبداع الثقافة من حولهم. إنهم يعيدون إبداع الثقافة مستخدمين في ذلك ذات الأدوات التي يستخدمها المحترفون — أي آلات البيانو، والكمان، والجيتار والمندولين والبانجو — وكذلك أدوات أمدتهم الطبيعة بها؛ «الأحبال الصوتية». والثقافة في هذا العالم مباشرة؛ بمعنى أنها متبادلة من شخص إلى آخر.[8] وعلى حد تعبير هنري جنكنز الأستاذ بمعهد ماساتشوستس للتكنولوجيا في كتابه الاستثنائي «ثقافة التقارب»: «يمكننا رواية قصة الفنون الأمريكية في القرن التاسع عشر من زاوية المزج، والتوفيق، والإدماج بين التقاليد الشعبية المأخوذة عن القوميات الأصلية والقوميات المهاجرة.»[9]

كان سوزا يخشى أن تختفي هذه الثقافة — ثقافة القراءة والكتابة — وأن تزيحها من الطريق بصورة مطردة ثقافة القراءة فقط، لو شئنا الاستمرار في استخدام تشبيه لغة مهاويس الكمبيوتر: وهي ثقافة تقل فيها ممارسة الأداء، أو إبداع الهواة، وأكثر راحة (فكر في المتلقي السلبي الجالس على الأريكة) وتشجيعًا للاستهلاك البسيط. على أن هذا الخوف لم يكن خوفًا مطلقًا: فلم يكن أحد يخشى من أن يختفي إبداع الهواة بأكمله. لكن من المؤكد أن أهميته ومكانته داخل المجتمع العادي سوف تتبدل. سوف يصبح إبداع القراءة والكتابة أقل أهمية؛ بينما ستصبح ثقافة القراءة فقط أكثر تميزًا.

وعندما يتأمل المرء في تاريخ الثقافة في القرن العشرين، على الأقل داخل ما اصطلحنا على تسميته «بالعالم المتقدم»، فإنه ليس من العسير عليه أن يستنتج أن سوزا كان على حق. فلم يحدث من قبل في تاريخ الثقافة الإنسانية أن كان الإنتاج الثقافي احترافيًّا مثلما هو الآن. ولم يحدث من قبل أن كان إنتاج الثقافة بهذا التركيز. ولم يحدث من قبل أن تعرضت «الأحبال الصوتية» للمواطنين العاديين لمثل تلك الإزاحة الفعالة المتواصلة، لتحل محلها تلك «الآلات الجهنمية»، مثلما كان سوزا يخشى. كان القرن العشرين أول حقبة في تاريخ الثقافة الإنسانية تصبح فيها الثقافة الشعبية احترافية، ويتعلم فيها الناس الاستسلام للشخص المحترف.

فعلت «الآلات» التي جعلت هذا التغيير ممكنًا سحرها من خلال رموز ثقافة «القراءة فقط»؛ أي التسجيلات، وهي ذلك الأداء المجسد في صورةٍ ما ملموسةٍ، ثم يستنسخ ويباع من خلال صناعة «تسجيلات» تزداد تركيزًا. في بادئ الأمر، كانت تلك الرموز مادية — مثل لفائف آلة البيانولا، ثم سرعان ما تحولت إلى آلات الفونوغراف. وفي عام ١٩٠٣، «صار لدى شركة أيوليان أكثر من ٩٠٠٠ لفافة آلة بيانولا [البيانو العازف] تحمل معزوفات موسيقية على ورقها، مضيفة ٢٠٠ معزوفة جديدة شهريًّا.»[10] وخلال العقد الثاني من القرن العشرين، «لعل ٥٪ من الآلات المبيعة كانت تستنسخ معزوفات على البيانو.» وعند توقيت ما من عقد العشرينات من هذا القرن، كانت غالبية آلات البيانو المصنعة في أمريكا تحتوي على وحدة عزف بداخلها.[11]

اشتركت أجهزة الفونوغراف في تحقيق نمو مماثل. ففي عام ١٨٩٩، أنتج في الولايات المتحدة ١٥١ ألف جهاز منها.[12] وبعدها بخمسة عشر عامًا، زاد هذا الرقم على ثلاثة أضعاف سابقه (أي إلى حوالي ٥٠٠ ألف جهاز). وزادت مبيعات الأسطوانات المسجلة عام ١٩١٤ لأكثر من ٢٧ مليون أسطوانة.[13] ولكن خلال معظم سنوات العشرينيات، ظلت المبيعات أعلى من ١٠٠ مليون نسخة.[14] وبحلول نهاية العشرينيات، بلغت نسبة الأسر التي لديها مشغلات أسطوانات ما بين ٣٣ و٥٠٪.[15] وجاء عام ١٩٢٩ ليحقق ذروة مبيعات الأسطوانات في الولايات المتحدة[16] قبل أن يحل الكساد ليفجر تلك الفقاعة مع كثير من الفقاعات الثقافية الأخرى.

ولكن مع تحسن تكنولوجيا الراديو، واجهت رموز ثقافة القراءة فقط منافسة من رموز كانت أكثر واقعية؛ ما نسميه «الإذاعات». وحتى يظلوا في المنافسة، خفض مصنعو الفونوغراف أسعارهم. «ففي عام ١٩٢٥، خفضت «فيكتور» سعر أسطواناتها «رد سيل»

التي يسجل على جانب واحد منها إلى ٩٠ سنتًا، وخفضت من أسعار أسطواناتها التي كانت تباع بدولار واحد إلى ٦٥ سنتًا.»[17] ولكن على حد وصف فيليب ميزا، «لم تفلح فكرة تخفيض الأسعار، واستمرت الأسعار في الانخفاض ... ففي عام ١٩١٩، بيع ٢,٢ مليون فونوغراف. أما في عام ١٩٢٢، فبيع أقل من ٦٠٠ ألف جهاز ...»[18]

دفعت المنافسة منتجي الرموز المادية إلى إنتاج رموز أعلى جودة. وحرك هذا بدوره اتجاه الطلب على أجهزة راديو أعلى جودة، وهو الطلب الذي أوحى لإدوين هاورد أرمسترونج كي يبتكر أجهزة راديو إف إم، ودفع لجنة الاتصالات الفيدرالية للسماح بها، وشركة راديو أمريكا لنشرها.[19] إلا أن الراديو سرعان ما واجه منافسة من شكل جديد من أشكال البث؛ وهو التليفزيون. واستمرت الدورة بعد ذلك.

القرن العشرين إذن كان يمثل الحقبة التي حدثت فيها منافسة سارة بين تقنيات «القراءة فقط». كانت كل دورة تنتج تقنية أفضل؛ وكل تقنية أفضل سرعان ما تأتي تقنية أخرى لتتفوق عليها. واجهت الأسطوانات منافسة من الأشرطة والأسطوانات المدمجة، وواجه الراديو منافسة من التليفزيون وأجهزة الفيديو؛ وواجهت أجهزة الفيديو منافسة من أجهزة الدي في دي والإنترنت.

ومع مطلع القرن الحادي والعشرين، كانت تلك التكنولوجيا حققت وصولًا استثنائيًّا نحو مدى واسع من الثقافة. فلم يحدث من قبل أن أتيح كل هذا القدر لهذا العدد الهائل من الناس. كذلك أنتجت التكنولوجيا صناعة ذات قيمة هائلة للاقتصاد الأمريكي وغيره. ففي عام ٢٠٠٢، حققت صناعة النشر وحدها (إذا استثنينا الإنترنت) إيرادات اقتربت من ٢٥٠ مليار دولار.[20] وفي نفس العام، كان العائد من البث (ومرة أخرى بدون الإنترنت) يقترب من ٧٥ مليار دولار.[21] وحقق العائد من صناعتي السينما والتسجيلات الصوتية ما يقرب من ٨٠ مليار دولار.[22] ووفق ما أعلنته رابطة صناعة السينما الأمريكية:

> فالصناعات الرئيسية المعنية بحقوق التأليف والنشر مسئولة عما يقدر بستة في المائة من إجمالي الناتج القومي للبلاد بمبلغ يصل إلى ٦٢٦ مليار دولار سنويًّا. وقد حققت الصناعات التي تعتمد على حقوق التأليف والنشر معدلَ نموٍّ سنويًّا في توظيف عمالة بلغ ٣,١٩٪ سنويًّا؛ وهو معدل يزيد على ضعف معدل النمو السنوي في التوظيف الذي يحققه الاقتصاد برمته.[23]

وهكذا خلقت ثقافة «القراءة فقط» وظائف لملايين البشر. لقد شيدت من قبل نجومًا لامعة خاطبت الملايين خطابًا مؤثرًا. ووصل بها الأمر إلى تعريف معنى الثقافة كما يفهمها معظمنا، أو على الأقل معنى «الثقافة الشعبية».

(٢) حدود التشريع

لكن قبل أن تجرفنا ثقافة «القراءة فقط» بعيدًا، لنعد لبرهة إلى سوزا؛ إذ كان هناك جانب ثان من جوانب الثقافة وصفه سوزا علينا أن نلحظه هو أيضًا هنا. كان ذلك الجانب هو العلاقة بين الثقافة وبين الصيغة المحددة التي ننظم من خلالها الثقافة؛ ونعني بها قانون حقوق التأليف والنشر. كانت المسألة خاصة بحدود هذا القانون المنظِّم.

مقارنةً بالعصر الذي كان يعيش فيه، كان سوزا يعد ناشطًا متطرفًا في مجال حقوق التأليف والنشر. لقد حضر إلى واشنطن للضغط من أجل تحقيق زيادة جذرية في نفوذ قانون حق التأليف والنشر (حسب رأي الكثيرين). وقد عارض هذا الضغطَ كثيرون ممن ينتمون لعالم الأعمال وكثيرون من المثاليين المناهضين للقيود التنظيمية.

غير أن تطرف سوزا كان له حد مهم؛ موضع كان قانون حق التأليف والنشر قد قطع فيه شوطًا بعيدًا بالفعل. وقد انكشف ذلك الحد أثناء إدلائه بشهادته. فبينما هو يدلي بشهادته قاطعه نائب الكونجرس فرانك دانكلي كوريير، وهو نائب جمهوري عن ولاية نيو هامبشاير. فبعد أن شرح سوزا كيف أن «الشباب كانوا يتجمعون معًا لينشدوا أغنيات العصر الحالي أو أغنيات قديمة» دار الحوار التالي:

كوريير: منذ ذلك الحين الذي تتحدث عنه، عندما كانوا معتادين على الغناء في الشوارع ... [تغير] القانون ... كي يحظر ذلك. أليس كذلك؟

سوزا: لا، سيدي؛ يمكنك دومًا أن تفعل ذلك.

كوريير: إن أي أداء علني محظورٌ وفقًا لذلك القانون، أليس كذلك؟

سوزا: لا يمكنك أن تدعو ذلك أداءً علنيًّا.

كوريير: ولكن أي أداء علني محظور بموجب قانون عام ١٨٩٧، أليس كذلك؟

سوزا: هذا الأمر لم أسمع به على الإطلاق. لم أكن أعلم قط أن التجمع سويًّا والغناء معًا أمر خارج عن القانون.[24]

رغم أن مضبطة المجلس لا تشير إلى ذلك، فإنني أتخيل أن تعليق سوزا لا بد وأنه فجَّر موجة من الضحك في القاعة. وعلى أي حال، فإن كوريير لم يكن جادًّا؛ فهو لم يكن ناشطًا متطرفًا في مجال الدفاع عن حقوق التأليف والنشر، والحقيقة أنه كان على النقيض من ذلك تمامًا؛ كان كوريير من ناقدي «الملكية الفكرية»، وغير مقتنع بالحاجة إلى هذا الاحتكار المدعوم من الحكومة كي يتدخل في مسألة الابتكارات أو الفنون. كان الهدف من سؤاله إحراج سوزا بسبب تطرفه في آرائه (حسب ما يراه كوريير).[25] لقد أراد طرح مقترح لقانون كان قطع بالفعل شوطًا بعيدًا ولا يحتاج لمزيد من التشديد أكثر من ذلك.

لقد ارتد السهم إلى نحر مطلقه. لم يكن سوزا يؤمن بأن كل استخدام للثقافة ينبغي تقييده بقانون. ففي واقع الأمر، كان يعتقد أنه من السخف أن نتخيل عالمًا يكون فيه «التجمع سويًّا والغناء معًا أمرًا خارجًا عن القانون.» فهذا الجزء من الثقافة، حسبما يؤمن سوزا (وهو جزء جوهري لو أننا أردنا لثقافة الهواة أن تبقى على قيد الحياة) يجب أن يترك دون تقييد بقانون، وهذا لا يمنع أن هناك جزءًا آخر من الثقافة (وهو الجزء الذي تتربح فيه الكيانات التجارية من الأعمال الإبداعية) في حاجة لمزيد من التنظيم بالقانون. فحتى بالنسبة لذلك المتطرف، كان لقانون حقوق التأليف والنشر حد ليتوقف عنده.

تذكر دومًا هاتين الفكرتين ونحن ننتقل إلى الحجة التالية؛ الأولى: أهمية إبداع «الهواة»، الذين ينتجون ثقافة «القراءة والكتابة»، والثانية: أهمية وضع حدود لمدى قانون حقوق التأليف والنشر، بحيث يترك مساحة من الحرية لإبداع هؤلاء الهواة.

آمل من الطرح الذي أقدمه في هذا الكتاب أن أنعش هاتين الفكرتين اللتين أدركهما سوزا. وعندما نلقي نظرة على تاريخنا، فإن هيمنة ثقافة مختلفة جذريًّا (وثقافة البيئة التنظيمية) على مدى الأربعين عامًا الأخيرة من المرجح أن تطغى على مشهد التقاليد الأطول عمرًا التي عاشت قبلها. هذه التقاليد الأطول عمرًا بكثير تحمل قيمة بالنسبة لنا اليوم؛ إذ إن الظروف التي جعلت من أفضل أجزائها أمرًا ممكنًا تعاود الظهور في الوقت الحالي. ومن سخرية القدر بالنسبة للسيد سوزا، أنها تعود بالضبط بسبب ظهور جيل جديد (حسبما يسميها الموسيقيون المحترفون الآن) من «الآلات الجهنمية»، إلا أن تلك

الآلات الجهنمية الحديثة سوف تمكن ثقافة القراءة والكتابة من جديد. ولو سُمِح لها بالتواجد من قبل صناعات تهيمن حاليًّا على الإنتاج الثقافي (وتمارس هيمنة هائلة على الكونجرس، الذي ينظم أحوال تلك الثقافة من خلال تشريعاته)، فإن باستطاعتها أيضًا أن تشجع على حدوث نمو هائل في الفرص الاقتصادية لكلٍّ من المحترفين والهواة، ولكل أولئك المنتفعين من كلا الشكلين من أشكال الإبداع.

الفصل الثاني

ثقافات مستقبلنا

أدت «حروب حقوق التأليف والنشر» بكثيرين إلى الاعتقاد بأن الخيار الذي نواجهه هو إما الفوز بكل شيء أو خسارة كل شيء. فإما أن تفوز «هوليوود» أو تفوز «شبكة الإنترنت». وإما أن نكون على وشك أن نخسر شيئًا مهمًا كنا عليه، أو أن نقتل شيئًا قيمًا كان يمكننا أن نمتلكه. أيًّا كان من سينتصر، فإن الآخر يجب أن يكون مهزومًا.

هذا التأطير المبسط يخلق ارتباكًا عميقًا. فليس هناك حاجة إلى التخلي عن جزء من ماضينا أو مستقبلنا، بل على النقيض، فإن جميع الدلائل تعد بخلق مزيجًا استثنائيًّا من الماضي والحاضر لصنع مستقبل أسطوري أكثر ازدهارًا. ولا يشترط بالضرورة أن يكون ذلك المستقبل إما أقل ميلًا نحو القراءة فقط أو أكثر ميلًا نحو القراءة والكتابة؛ وإنما من الممكن أن يجمع بين كليهما. وما يمثل قدرًا أكبر بكثير من التشويق (على الأقل لأولئك الذين ينصب اهتمامهم على الاقتصاد)، أن هذا المستقبل من الممكن أن يشهد بزوغ شكل من أشكال المشروعات الاقتصادية التي كانت نادرة نسبيًّا في ماضينا، لكنها تَعِد بفرص اقتصادية استثنائية: هي تلك التي أسميها «الهجينة».

وأود في الفصول التالية أن أرسم خريطة لذلك المستقبل. ولسوف أبدأ بما يعد ببساطة امتدادًا للقرن العشرين؛ قصة الإنترنت وكيف يمثل امتدادًا لثقافة القراءة فقط لما وراء الحدود التي لا يمكن تفاديها لتقنيات القرن العشرين. ثم أعرض بعدها كيف يمكن تشجيع نفس تلك التقنيات التي تشجع ثقافة القراءة فقط على أن تبعث الحياة من جديد في أوصال إبداع القراءة والكتابة الذي احتفى سوزا به. وأخيرًا، أصف أكثر التغيرات التي نشهدها تشويقًا — أي الاقتصاد «الهجين» — والتي ستعمل بصورة مطردة على تعريف صناعات الثقافة والابتكار. إن التغيرات الثلاثة جميعها، إذا سمح بها، سوف تكون ثمينة ومهمة. والثلاثة جميعها يجب أن تحظى بالتشجيع.

الفصل الثالث

امتداد ثقافة القراءة فقط

هناك قسم من الثقافة نكتفي ببساطة بكوننا مستهلكين له. فنحن نستمع إلى الموسيقى، أو نشاهد السينما، أو نقرأ كتابًا. وفي كل من تلك الحالات، لا يُتوقع منا أن نفعل أكثر من مجرد الاستهلاك. (بطبيعة الحال، مثلما نادت كانديس برايتز وغيرها كثيرون، لا يوجد شيء «بسيط» في الاستهلاك، ولكن دعونا الآن ننحي تلك التعقيدات جانبًا.) ربما ندندن مع الموسيقى، وقد نعيد أداء رقصة من أحد الأفلام، أو نقتبس فقرة وردت في كتاب ضمن خطاب نرسله لصديق. لكن في الأساس، تكون ممارسة هذا النوع من الثقافة من خلال سلوك استهلاكي. فهناك نقاط بداية، ومنتصف، ونهاية لذلك الاستهلاك. وبمجرد انتهائنا منه، نزيح هذا العمل جانبًا.

هذا هو جوهر ثقافة القراءة فقط. ورغم أن هذا الأمر لم يرتبط بظهور «الآلات الجهنمية» التي شكا منها سوزا (وفق تقاليدنا فإن جوتنبرج هو صاحب الفضل في أبرز انتشار لرموز ثقافة القراءة فقط)، فإن مصب تركيزي في الوقت الراهن سوف يكون على ثقافة القراءة فقط التي شكا منها سوزا؛ ألا وهي رموز ثقافة القراءة فقط التي تُعالَج وتؤدَّى بواسطة آلات، فتلتقط الموسيقى والكلمة المنطوقة، وأخيرًا الصور والأفلام، ثم تنشرها.

في أغلب فترات القرن العشرين، كانت تلك الرموز تعمل بالتكنولوجيا التناظرية؛ لهذا كانت جميعها تشترك في عيوب معينة؛ أولاها: أن أي نسخة (ينتجها مستهلكون) تكون أقل مستوى من الأصل. وثانيها: أن التقنيات التي تمكن مستهلكًا من نسخ رمز من رموز القراءة فقط كانت بالغة الندرة. لا ريب أنه كانت هناك استوديوهات تسجيل لا حصر لها في ناشفيل وموتاون. ولكن بالنسبة للمستهلك العادي، كانت رموز القراءة فقط مخصصة للتشغيل، لا للتلاعب بها. ورغم أنه من الممكن تقاسمها بصورة

قانونية، فإن كل عملية إعارة كان معناها على الأقل فقدانها مؤقتًا من قبل المعير. فإذا استعرت شريط الأسطوانة الطويلة المدة الخاصة بي، فإن معنى ذلك أنني لن أحوزه. وإذا استعملت جهاز التسجيل الخاص بي كي تشغل سيمفونيات باخ، فإنني لن أتمكن من الاستماع لموتسارت.

هذه هي العيوب الكامنة — ويمكننا أن نقول «الفطرية» — في التكنولوجيا التناظرية. ومن وجهة نظر المستهلك، كانت تافهة؛ فلم يحدث يومًا أن اشترى مستهلك جهاز تسجيل لنفسه لأنه لم يتمكن من نسخ التسجيلات.

ولكن من وجهة نظر صناعة المحتوى، لم تكن تلك العيوب في التكنولوجيا التناظرية مجرد تفاهات، بل كانت خصائص. لقد كانت جوانب في التكنولوجيا جعلت صناعة المحتوى ممكنة؛ إذ إن تلك الطبيعة حدَّت من فرصة منافسة المستهلكين للمنتجين (عن طريق «التبادل»). كما أن عيوبها هي التي دفعت الطلب بالنسبة لكل جيل من أجيال التكنولوجيا. ومن هنا باعت شركات التسجيلات قطعًا من الثقافة — مغروسة داخل أسطوانات من مادة الفينيل — ثم بعد ذلك في أشرطة ذات ثمانية المسارات، ثم في أشرطة كاسيت، ثم في أقراص مدمجة. ومع كل صيغة جديدة من تلك الصيغ، كانت تحدث موجة جديدة من الطلب (وكثيرًا ما كان يطلب العمل الفني نفسه). ونفس الشيء حدث مع الأفلام. فكانت شركات السينما توزع الأفلام على دور العرض، ثم توزعها في صورة شرائط فيديو، ثم على أقراص دي في دي. واعتمد نموذج الأعمال لكلا النوعين من الموزعين لثقافة القراءة فقط على التحكم في توزيع نسخ الأعمال الثقافية. ودعمت طبيعة الرموز التناظرية لثقافة القراءة فقط هذا النموذج التجاري بأن جعلت من الصعوبة بمكان أداء الأمور بشكل مختلف كثيرًا عن ذلك.

أيضًا ساند القانون هذا النموذج التجاري؛ فقد حظر القانون، على سبيل المثال، على المستهلك أن يصنع عشرة آلاف نسخة من الأسطوانة الطويلة المدة المفضلة لديه كي يتبادلها مع أصدقائه.[1] بيد أنه لم يكن القانون في حقيقة الأمر هو ما شكل الأهمية القصوى في إيقاف هذا النوع من «القرصنة». لقد كانت اقتصادات صناعة النسخ في عالم تسود فيه التكنولوجيا التناظرية. على الأقل في أوساط المستهلكين، كانت طبيعة الأسطوانة الطويلة المدة هي التي قيدت المستهلك في حقيقة الأمر فجعلته غير قادر على أن يفعل أي شيء آخر غير أن يكون «مستهلكًا».

(١) إعادة صياغة الطبيعة

جاءت التكنولوجيا الرقمية (الديجيتال) كي تغير من تلك «الطبيعة». فمع إدخال الرموز الرقمية لثقافة القراءة فقط، والأهم، مع الانتشار الواسع لتقنيات يمكنها التلاعب في الرموز الرقمية لثقافة القراءة فقط، أزالت التكنولوجيا الرقمية المعوقات التي كانت تقيد الثقافة برموز تناظرية معينة لثقافة القراءة فقط. وكما شرحت في سياق مختلف،[2] يمكن القول إنه في حين حَمَى الكود المنظم الأسطوانة الطويلة المدة من النسخ، فإن كود النسخة الرقمية لنفس المادة المسجلة لم يفعل ذلك. إن كود شريط الفيديو التناظري حدد بفاعلية عدد المرات التي يمكن فيها تشغيله (قبل أن يبلى الشريط على سبيل المثال)، أما كود النسخة الرقمية من هذا الفيلم فلم يفعل ذلك. لقد ألغيت المعوقات «الفطرية» الموجودة في عالم التكنولوجيا التناظرية بمولد التكنولوجيا الرقمية. وما كان مستحيلًا وغير قانوني من قبل صار الآن غير قانوني فقط.

وعندما أدركت صناعة المحتوى وجود ذلك التغير، أصيبت بالذعر. فلم تعد الرموز الرقمية لثقافة القراءة فقط متحالفة مع صناعة المحتوى من أجل حماية النموذج التجاري للصناعة. فعلى النقيض من التكنولوجيات والرموز التناظرية لثقافة القراءة فقط، تتآمر التقنيات الرقمية مع الأعداء، أو على الأقل أعداء هذا النموذج التجاري بعينه. وبحلول منتصف التسعينيات، أدركت الصناعة تمام الإدراك بأس ذلك العدو. وبحلول أواخر التسعينيات، أنتجت استراتيجية لمقاومته.

وهكذا ولدت حروب حقوق التأليف والنشر. ففي شهر سبتمبر من عام ١٩٩٥، بدأت صناعة المحتوى، بالتعاون مع وزارة التجارة الأمريكية، في رسم خريطة لاستراتيجية تهدف لحماية أحد النماذج التجارية من عدوان التقنيات الرقمية.[3] وفي عامي ١٩٩٧ و١٩٩٨، طُبقت تلك الاستراتيجية في شكل سلسلة من القوانين التي أصدرت حديثًا، والتي صيغت بحيث تطيل عمر الأعمال المتمتعة بحماية حقوق التأليف والنشر،[4] وبحيث تغلظ العقوبات الجنائية ضد الخروقات التي تتعرض لها حقوق التأليف والنشر،[5] وتعاقب على استخدام التقنيات التي تسعى للالتفاف حول الأقفال الرقمية الموضوعة لحماية المصنف الرقمي.[6]

وسرعان ما جاءت إجراءات التقاضي العنيفة كي تتكامل مع التشريع. في بادئ الأمر استهدف المحامون الكيانات التجارية مثل إم بي ٣ دوت كوم ونابستر.[7] ثم استهدفوا بعد ذلك مواطنين عاديين، متهمين إياهم بتنزيل ملفات موسيقى أو بتمكين الغير من

القيام بنفس الشيء.[8] وانهالت على المنظومة الفيدرالية دعاوى من كل حدب وصوب مبنية على قانون حقوق التأليف والنشر الفيدرالي. ووفقًا لما ذكره أحد المواقع التي تراقب الدعاوى القضائية المرفوعة من قبل اتحاد شركات صناعة التسجيلات الأمريكية، فإنه بحلول شهر يونيو ٢٠٠٦، كان الاتحاد قد قاضى ١٧٥٨٧ شخصًا، من بينهم فتاة عمرها ١٢ عامًا وجدَّة متوفاة.[9] وبعدها بعام، كان الاتحاد قد بعث بما يقرب من ٢٥٠٠ خطابٍ للتقاضي التمهيدي إلى ثلاثٍ وعشرين جامعة أخرى في جميع أنحاء البلاد، مهددًا إياها باتخاذ ما يلزم من إجراءات بناءً على التنزيل غير القانوني الذي يمارسه الطلاب، حسب زعم الاتحاد، لمحتوى يتمتع بحماية قانون حقوق التأليف والنشر.[10] وتزامنت تلك التهديدات القانونية مع حدوث زيادة بنسبة ٢٥٠٪ في حجم التقاضي حول حقوق التأليف والنشر في المحاكم الفيدرالية خلال ست سنوات.[11] وانتشر نمط مشابه فيما وراء البحار؛ فقد ذكر الاتحاد الدولي لصناعة التسجيلات الصوتية (وهو المقابل الأوروبي للاتحاد الأمريكي) أنه قاضى أكثر من عشرة آلاف شخص في ١٨ بلدًا، وذلك بحلول نهاية عام ٢٠٠٦. ووعد الاتحاد بالمزيد والمزيد من القضايا في عام ٢٠٠٧.[12]

ومع بداية هذا القرن، كانت وجهة نظر الصناعة قد صارت بسيطة وصريحة: حيث لم تتعرض صناعة المصنفات الفنية من قبل (على الأقل منذ آخر مرة)[13] للتهديد من قبل التقنيات الحديثة. وما لم تشرع الحكومة في بذل جهد هائل لتنظيم استخدام وانتشار تلك التقنيات، فإن نهوض التقنيات الرقمية سوف يكون معناه سقوطًا لجزء كبير من تلك الصناعة.

كانت الأرقام حينذاك تتفق على الأقل مع الحجة التي دفعت بها صناعة المصنفات: بانتهاء النصف الأول من ٢٠٠٢، هبطت المبيعات العالمية للتسجيلات الموسيقية بنسبة ٩٫٢٪ بالقيمة الدولارية، وانخفض حجم الشحنات من الوحدات بنسبة ١١٫٢٪. وعانت صناعة التسجيلات عالميًّا من انخفاض المبيعات للعام الثالث على التوالي. وأخبرت سوني مستثمريها بأنها تتوقع انخفاض الإيرادات من مبيعات الموسيقى بنسبة ١٣–١٥٪ أخرى في عام ٢٠٠٣: «وفي الولايات المتحدة أيضًا انخفضت المبيعات بمعدل ثابت على مدى السنوات الثلاث الماضية، فهبطت مبيعات الموسيقى المسجلة بنسبة ٨٫٢٪ بالقيمة الدولارية و١١٫٢٪ من حيث الشحنات من الوحدات.»[14] وألقت العناوين باللائمة على القرصنة في تعرضها لخسارة تقدر بخمسة مليارات دولار خلال عام ٢٠٠٢ وحده.[15] والإحصائيات الأحدث لا تقل سوءًا.[16]

أغلب من يعملون بتلك الصناعة — على الأقل في عام ٢٠٠٢ أو نحو ذلك — آمنوا بأن القرصنة أمر لا يمكن تفاديه في ظل طبيعة التقنيات الرقمية. وبالتالي آمن معظمهم بأن الصناعة تواجه خيارًا بين أمرين: إما أن توجه التكنولوجيا الرقمية نحو الأطراف لتنقذ الصناعة، وإما أن تسمح لها بأن تصبح هي التيار السائد، وتجلس لتشاهد الصناعة وهي تنهار.

(٢) إعادة صياغة الطبيعة مرة أخرى

ثم علمهم ستيف جوبز شيئًا مختلفًا؛ ففي ذروة تلك الحرب ضد القرصنة، بين جوبز عمليًّا ما كان كثيرون يجادلون فيه نظريًّا: وهو أن «الطبيعة» للتكنولوجيا الرقمية هي أنها تتوافق مع الأسلوب الذي تشفَّر به. كانت تقنيات الإنترنت مشفرة في الأصل بطريقة تمكن من الحصول على نسخ مجانية كاملة، لكن هذه الطبيعة يمكن تغييرها بوضع شفرة مختلفة، مدمج بداخلها تصاريح مختلفة. وهكذا أمكن إعادة تشفير رموز رقمية لثقافة القراءة فقط بقدر كافٍ على الأقل من التحكم لاستعادة سوق توزيعها. وشرح جوبز أن هذه السوق باستطاعتها أن تتنافس بفاعلية مع التوزيع المجاني للإنترنت.

وكان متجر موسيقى «آي تيونز» هو الدليل على ذلك. بعد انطلاقه في عام ٢٠٠٣ لأول مرة، أنزلت من على ذلك الموقع أكثر من مليار أغنية في خلال ثلاث سنوات، و٢,٥ مليار أغنية خلال أربع سنوات.[17] ومع أن موسيقى آي تيونز كانت رقمية، فإن رموز آي تيونز للثقافة الرقمية احتوت تقنية تهدف إلى الحد من (إعادة) توزيعها. وقد استخدمت شفرة (تسمى «فير بلاي»؛ أي اللعب النظيف، وهي نوع من تكنولوجيا إدارة الحقوق الرقمية) في إعادة صياغة شفرة الرموز الرقمية لثقافة القراءة فقط. وكانت تلك الشفرة المعاد صياغتها كافية لدفع الفرصة لصناعة المصنفات المترددة إلى محاكاتها.

لم يكن متجر آي تيونز التابع لآبل أول من غرس شفرة تكنولوجيا إدارة الحقوق الرقمية في المحتوى الذي يقدمه.[18] لقد كان فقط الأكثر ذكاءً. فهم جوبز أن شركات التسجيل الموسيقي تطلب شيئًا من التحكم. وجاء نجاح آي تيونز (والأهم من ذلك، نجاح آي بود المرتبط به بطريقة عملية) من حقيقة تقول إن «شيئًا من التحكم» من الممكن أن يكون أقل من «التحكم المثالي». لا يمكنك بسهولة نشر محتوى موقع آي تيونز لكل من يتصفحون الشبكة العنكبوتية، على الرغم من أنك لو بحثت في النت قليلًا فسوف تعثر على جميع الشفرات التي تحتاج إليها كي تحرر النغمات من موقع آي تيونز. لقد

كانت تكنولوجيا إدارة الحقوق الرقمية مجرد مطب يقلل من السرعة: فلقد أبطأت من الاستخدام غير القانوني بقدر كان كافيًا لإتاحة الفرصة للمصنفات الموسيقية كي تباع في الأسواق.

ليس معنى كلامي هنا أن عبقرية جوبز وحدها هي التي أنقذت صناعة المحتوى من عثرتها. فقد تلقى المتجر دفعة قانونية مهمة جاءت من قضية شركة. لعلك تتذكر أن شركات التسجيلات قاضت نابستر بسبب «القرصنة» التي مكنت البعض من القيام بها. وردت نابستر بدعوى قضائية مضادة رفعتها على شركات التسجيلات، متهمة إياها بالاتفاق فيما بينها على عدم بيع المحتوى لموقعها الإلكتروني.[19] كانت الشركات في حاجة لغطاء يحميها من تلك التهمة، وبدت تجربة أجريت على نظام تشغيل لا يحمل أكثر من ٥٪ من المحتوى المطروح في الأسواق آمنة بقدر كافٍ. وهكذا ولدت آي تيونز.

ولكن أيًّا كان الحافز، أو الخليط من الحوافز، فإن نجاح آي تيونز ساند الفكرة القائلة بأن حيزًا واسعًا من المحتوى من الممكن أن يباع رقميًّا على ذات النموذج الذي ساد صناعة المحتوى في القرن العشرين: عن طريق قياس عدد النسخ المبيعة. وسرعان ما توسعت آي تيونز في عروضها لتشمل الكتب، ثم كليبات الفيديو الموسيقية ثم البرامج التلفزيونية، وأخيرًا الأفلام السينمائية. واتبع آخرون نفس المسار، مقدمين نماذج مختلفة لثقافة البيع، لكن الجميع لا يزال مع ذلك «يبيع» الثقافة. أقنع موقع إي ميوزيك شركات مستقلة ببيع التنزيلات دون استخدام أي تكنولوجيا لإدارة الحقوق الرقمية. وباع موقع رابسودي تنزيلات محمية بتكنولوجيا إدارة الحقوق الرقمية في نموذج يعتمد على عملية الاشتراك في الموقع. وكان مفتاح نجاح كل مثال ناجح من تلك هو العثور على توازن بين عملية الحصول على المصنف والسيطرة التي ترضي كلًّا من المستهلكين والمبدعين. وسرعان ما أقنع هذا الخليط من النماذج المسئولين المتشككين في تلك الصناعة بأن ثقافة القراءة فقط لها مستقبل في القرن الحادي والعشرين. وسرعان ما حدثت انتعاشة في الاستثمارات مع دخول القرن، تهدف للبحث عن سبل لتحسين نشر واستغلال سوق القراءة فقط في العصر الرقمي.

ليس من الصعب تخيل الاحتمالات المرتقبة؛ فالشركات تشرع الآن لتوها في الظهور. وإن كان القرن العشرين قد جعل الثقافة متاحة بصفة عامة، فإن القرن الحادي والعشرين سوف يجعلها متاحة على مستوى العالم. فمع انخفاض تكلفة المخزون السلعي الراكد، يزداد حجم خليط ذلك المخزون؛ وهو الدرس الذي نستقيه من «مبدأ

الذيل الطويل»، الذي سنتعرض لها بمزيد من التفصيل في الفصل السادس. ومع زيادة حجم الخليط، ينمو التنوع الثقافي الذي يمكنه أن يزدهر في عصر التقنية الرقمية. خذ عندك مثلًا جميع الكتب الموجودة في مكتبة الكونجرس. والآن تخيل نفس حجم التنوع في الموسيقى، والفيديو، والصور. ثم تخيل بعد ذلك أن كل هذا من المتاح الوصولُ إليه، في لحظة، لكل الناس، وفي أي مكان. لا ريب أن هناك الكثير من العقبات التي ينبغي التغلب عليها للوصول إلى عالم كهذا. غير أن العقبات ليست تقنية، فكما سنرى في الفصل التاسع، هي مجرد عقبات تنظيمية. وإذا كان من الممكن التخفيف من تلك الأعباء التشريعية، فإن في استطاعة صناعة جديدة لثقافة القراءة فقط أن تنمو وتزدهر. وبعد مائة عام من الآن، لو سمح لها بالازدهار، فسوف ننظر إلى علاقتها بالقرن العشرين تمامًا مثلما ننظر إلى العلاقة بين الطائرة البوينج ٧٧٧ وبين الاختراع الذي قدمه الأخوان رايت أو ألبرتو سانتوس دومونت! وهذا يعد مستقبلًا رائعًا لثقافة القراءة فقط في العصر الرقمي.

(٣) إعادة تشفيرنا

ومع نمو تلك المجالات، لن يقتصر التغيير على عالم الأعمال وحسب، وإنما سيطرأ التغيير علينا نحن أيضًا. فسوف تغير من أسلوب تفكيرنا في أسلوب الحصول على الثقافة. وسوف تغير أمورًا كنا نعتبرها من قبيل المسلم به.

على سبيل المثال: خلال القرن العشرين، كنا نصل إلى أفلام التلفزيون والسينما بطريقة مختلفة عن أسلوب وصولنا للكتب. ففي حالة التلفزيون والسينما، كان على المشاهد أن يوفق بين جدوله الزمني وبين الجدول الزمني الذي وضعه الموزع. وبقدر ما كان هذا يتطلب قدرًا من التكنولوجيا؛ بدا ذلك طبيعيًّا. كانت «القنوات» أدوات «لتوجيه» الناس نحو مشاهدة خليط معين من المحتوى دون خليط آخر. وكان معد الجدول الزمني الذكي يحاول جاهدًا المحافظة على جمهوره بتنويعه للخليط، بحيث يمنع «المشاهد» من التجوال والتحول نحو قناة أخرى.

إلا أنه خلال نفس الفترة الزمنية، كان أسلوب الحصول على الكتب مختلفًا؛ ففي حالة الكتب، كان التوقع «الطبيعي» (في القرن العشرين على الأقل) أن يكون سبيل الحصول على المحتوى متاحًا وفق جدولنا الزمني. فعندما كنا نتجول داخل مكتبة، كنا نتوقع الحصول على ما نبتغيه حينذاك. فإذا لم يكن ما نريده متوفرًا داخل تلك

المكتبة، كنا نتوقع الحصول عليه سريعًا نسبيًّا من خلال عمليات الاستعارة المتبادلة بين المكتبات. ولو أن أمينة مكتبة ما قالت لك أثناء دخولك إليها: «آسفة، سوف نقدم خلال فترة بعد الظهيرة أعمالًا غير أدبية. وإذا أردت مطالعة الأعمال الأدبية، فعد إلينا بعد الخامسة مساءً» فلا بد أنك ستستشيط غضبًا. إن فكرة أن تملي عليك المكتبة ما ستقرأ ومتى ستقرؤه تثير الحنق. أو لنعرض الأمر بصورة مختلفة، سوف يعد أمرًا مثيرًا للغضب من قبل أي مكتبة عامة أو مكتبة لبيع الكتب أو ناشر؛ أن يمارس نفس السيطرة على الحصول على الكتب التي تمارسها محطات التلفزيون وموزعو الأفلام على مصنفات الأفلام والفيديو.

في القرن الحادي والعشرين، سوف تتحول الأعمال التلفزيونية والسينمائية إلى الصيغة الرقمية مثلما حدث للكتب. أو مرة أخرى، سوف تصبح توقعاتنا بشأن الأسلوب الذي سنتمكن من خلاله من الحصول على مصنف فيديو هي ذات التوقعات التي لدينا الآن بشأن الحصول على الكتب. وسوف تبدو فكرة أنك مضطر لتوفيق جدولك الزمني مع الجدول الزمني للموزع فكرة أكثر سخفًا. وسوف تبدو فكرة اضطرارك للانتظار لوقت «المشاهدة الرئيسي» كي تشاهد أفضل البرامج التلفزيونية مجرد فكرة تنم عن «الفاشية». سوف يكون معنى الحرية أن تكون لديك الحرية في اختيار ما تريد أن تشاهده في التوقيت الذي تختاره، تمامًا مثلما أن حرية القراءة معناها حريتك في قراءة ما تريده عندما ترغب في ذلك. وفي كلتا الحالتين، لا يشترط أن يكون ذلك «مجانًا». ولكن في كلتا الحالتين، سيتم الأمر وفق جدولك أنت، وليس الجدول الزمني لشخص آخر.

ويمكننا أن نرى ذلك بأوضح ما يكون لدى أطفالنا، الذين يرون أنه «من الغباء حقًّا» ألا تكون حلقات مسلسلهم التلفزيوني المفضل لديهم غير متاحة كلما أرادوا مشاهدتها. وحتى المشاهدون الأكبر سنًّا بدءوا يفهمون ذلك المنطق؛ حيث صارت أجهزة التسجيل الرقمية مثل ريبلاي تي في وتيفو شائعة التواجد يومًا بعد يوم. ويومًا بعد يوم — حتى بالنسبة للعجائز من أمثالي — يبدو من المدهش أن نتذكر ذلك العهد الذي كان علينا فيه أن نضبط جدولنا على التوقيت الذي سيعرض فيه برنامج تلفزيوني معين. شيء سخيف أن تفوتك حلقة، لكن كان هذا هو الحال. ولم تكن هناك فرصة — على الأقل خلال هذا الموسم — لكي تشاهد إعادةً لها.

إنَّ توقُّع الحصول على ما تطلُبُه حالَ طلبِه يتحقق ببطء، كما أنه يتحقق بصورة تتفاوت من جيل إلى آخر. لكن عند نقطة معينة، سوف يبدو الوصول الأمثل (بمعنى

القدرة على الحصول على ما تريده كلما أردته) أمرًا بديهيًّا. وعندما يبدو بديهيًّا، فإن أي شيء يقاوم ذلك التوقع سوف يبدو سخيفًا. وكونه سخيفًا، يعني بدوره، أنه يجعل الكثيرين منا مستعدين لكسر القواعد التي تعرقل الحصول عليه. وحتى الأخيار سيتحولون إلى قراصنة في عالم تبدو فيه القواعد سخيفة.

شاهدت هذا الأمر يحدث بنفسي في حفل توزيع جوائز الأوسكار عام ٢٠٠٧. فلأسباب عجيبة وقعت بالمصادفة (بما معناه أنني لا أتمسح في نجوم السينما)، كان لدي صديقان مرشحان لجائزة الأوسكار عام ٢٠٠٧؛ لذلك كنت متشوقًا بشدة كي أشاهد حفل توزيع الجوائز. لكن في هذا العام، كنت أمضي إجازتي الأكاديمية في ألمانيا، ولم يكن شوقي هذا بالقدر الكافي كي يدفعني للاستيقاظ في الثالثة صباحًا كي أشاهد ساعات من دعاية هوليوود لنفسها؛ ولهذا قمت ببرمجة جهاز الفيديو لتسجيل البرنامج، ثم آويت إلى فراشي متوقعًا أن أشاهد النتائج حال استيقاظي.

لستُ عبقريًّا في النواحي التقنية، لكنني في الوقت نفسه لست أحمقَ. ومع ذلك، وكما هو الحال دومًا على ما يبدو، فإن جهاز الفيديو لم يقم بالتسجيل. وهكذا، رغم تمكني من قراءة خبر حصول صديقيَّ على جائزتي الأوسكار بالفعل، أصبت بخيبة أمل شديدة؛ لأنني لم أتمكن من مشاهدتهما وهما يفوزان.

كان رد فعلي الأول أن تحولت إلى موقع جوائز الأوسكار على شبكة الإنترنت. كان على الموقع إعلانات جذابة تتغير مع كل نقرة تنقرها، مع أطنان من المحتويات. فقلت لنفسي لا بد أنهم يملكون مقطع فيديو متاحًا للعرض يصور احتفال تسليم الجوائز. نحن في عام ٢٠٠٧، هذا ما قلته لنفسي. واحتفال جوائز الأوسكار يعد من الأصول المستهلكة؛ بمعنى أنه رغم حرص كثيرين على مشاهدة البرنامج في فبراير ٢٠٠٧، فإنه لن يهتم به أحد تقريبًا في شهر مارس.

غير أن الموقع لم يقدم الاحتفال الحقيقي مجانًا (أو لنقل «حرًّا»؛ حيث إن جميع المحتويات على الموقع كانت تعرض محاطة بإعلانات) ولا حتى بمقابل؛ لهذا تحولت إلى آي تيونز، مستعدًّا لدفع أي تكلفة يذكرونها مقابل تنزيل حفل توزيع الجوائز. ولكن مرة أخرى، لم أجد مبتغاي؛ إذ لم يكن لدى آي تيونز الحفل. فوسعت بعد ذلك نطاق بحثي لعدد من الأماكن البديهية الأخرى التي يمكن أن يكون البرنامج موجودًا عليها للبيع. ولكن من جديد لم يسعفني الحظ.

وهكذا فعلت شيئًا لا أقوم به عادةً؛ توجهت إلى موقع يوتيوب كي أشاهد من يمكن أن يكون لديه مقاطع تظهر صديقيَّ وهما يتسلمان جائزتيهما على الأقل. وفي خلال

خمس دقائق، كنت قد عثرت على المقطعين الخاصين بصديقيَّ، فشاهدتهما وقد تملكتني فرحة غامرة.

هناك كثيرون فعلوا مثلما فعلت (إلا أن مبرراتهم كانت مختلفة). وقد أنزل كثيرون تلك المقاطع ودمجوها في مدوناتهم، مضيفين تعليقات، أو انتقادات، أو مديحًا للأعمال التي نالت الجوائز. وقد فعلت أنا ذلك أيضًا، مضيفًا روابط مع مقاطع يوتيوب فوق مدونتي في مدخل اليوم التالي متباهيًا بصديقيَّ الفائزين بالأوسكار. لكنني بعد ذلك قرأت عن الإجراءات القانونية التي حُركت ضد أصحاب المدونات ومستخدمي يوتيوب الذين وزعوا أجزاء من حفل الجوائز. ورغم أنني باعتباري محاميًا كنت أفهم على نحو دقيق الادعاء الذي خرج به مالكو المحتوى، فإنني باعتباري مواطنًا يعيش في القرن الحادي والعشرين، كنت لا أزال مندهشًا. وبرغم أن هذه الغريزة لا يمكن تبريرها من الناحية القانونية (على الأقل في يومنا هذا)، فإنها تعد جوهر الشخص العملي الذي يعيش في العصر الرقمي: إذا لم تكن تريد أن يستولي أحد على أشيائك، اجعل شراءها متاحًا له بسهولة. ويجسد يوتيوب صورة الطلب غير المُلبى. وحقيقةً، عندما حاولت العثور على مقاطع لأخبار عاجلة مهمة على يوتيوب، كانت المرات التي فشلت فيها في ذلك عندما كان مقدم المحتوى قد جعل نفس هذا المحتوى متاحًا على موقعه الخاص. فالوصول إلى المحتوى هو شعار جيل اليوتيوب. ليس بالضرورة الوصول إليه مجانًا. ولكن الوصول إليه وحسب.

ومن هنا فإن التقنيات الرقمية سوف تغير اتجاه التوقعات المحيطة بعملية الوصول للمحتوى. وسوف تعمل تلك التغييرات على تغيير أسواق أخرى كذلك. مثال على ذلك جهاز آي بود، الذي عمل بصورة مثالية على تكامل جميع أشكال ثقافة القراءة فقط في جهاز واحد. ولسوف يؤدي هذا التكامل بنا باطراد إلى أن نجد هذا الجهاز لا يكتفي بكونه مشغل موسيقى، أو مشغل فيديو، وإنما نقطة دخول عالمية، تيسر سبيل الوصول الميسور لأي شيء نريده في أي وقت نشاء. ولسوف تتنافس العديد من الأجهزة معًا كي تصير مثل هذا الجهاز. ومن المؤكد أن تلك المنافسة سوف تنتج أداة ذات كفاءة غير عادية تيسر وتقيس وتحمي وصولنا إلى نطاق متسع من الثقافة.

وهذا التغيير، بدوره، سوف يحدث تغييرًا في أسواق أخرى كذلك. لنأخذ مثلًا غرفة في فندق: في الفنادق الرفيعة المستوى، هناك الآن تنافس شرس على توفير أجهزة التليفزيون فائقة الجودة. في الواقع لا أرى لهذا سببًا. ما الاحتمال الذي أمامي كي أجد خلال

الدقائق الثلاثين التي تسبق خلودي إلى النوم شيئًا يبدأ عرضه للتو على المائة والخمسين قناة التي يقدمها الفندق، ويكون هذا الشيء أرغب فعلًا في مشاهدته؟ من وجهة نظري أنا، على الأقل، هذا التليفزيون ذو الشاشة المسطحة الذي يبلغ سعره ألفي دولار يشغل حيزًا دون جدوى داخل غرفة الفندق.

لكن مع تطور أجهزة الوصول العالمية التي شرحتها من قبل إلى المثالية، فإن نفس المنافسة التي تدفع الفنادق نحو إنفاق آلاف الدولارات من أجل تمكيني من مشاهدة قناة التسوق، هي التي ستوجهها نحو تقديم وسيلة بسيطة لربط جهاز دخولي بآلة عرضهم. من المؤكد أنه في المستقبل ستكون هناك منصات بسيطة تضخم أو تعرض المحتوى الذي تصل إليه من خلال جهاز يشبه آي بود. إن الفنادق (وكذلك المطاعم والطائرات والحانات) سوف تركز اهتمامها بعد ذلك على توفير بنية تحتية عظيمة لروادها. والمستخدم هو الذي سيجلب المحتوى.

إذن المستخدمون سوف يطالبون بالوصول في أي وقت، إلى أي شيء. (مثلًا، مكتبة الكونجرس). ولسوف تظهر تقنيات لتوفير ذلك الوصول أو قياسه أو حمايته (مثلًا، آي بود ٢٠٢٠). ولكن أي طُرُز الوصول إلى المحتوى الثلاث سوف تسود؟ هل ستوفر تلك الأجهزة الوصول ببساطة، سواء بمجرد الاستحواذ على المحتوى، أو بتمكين المستخدم من التحول نحو قناة معينة؟ أم ستكون مثل صندوق الموسيقى، بحيث تقيس عملية الوصول وتخصم قيمة معينة عن كل تنزيل أو تشغيل؟ أم إنها ستكون أشبه بجندي في وحدة عسكرية، فهل ستراقب المحتوى الذي يتم الدخول عليه، وتحظر الدخول أمام من لا يملك الاعتمادات الملائمة؟

الإجابة الميسورة، والصحيحة، إلى حد ما، أنها سوف تقوم بثلاثة الأشياء جميعها. غير أن الجزء المشوق هو ما مدى أهمية أول شيء من تلك الثلاثة، وما مدى أهمية الثالث. إحساسي أن التقنية الرقمية سوف تمكن السوق من دعم نطاق أوسع كثيرًا من المحتوى «المجاني» مما يتوقع أي شخص الآن (حيث «مجاني» تعني ببساطة دون تقاضي أي مقابل)؛ وسوف تواصل التقنيات الرقمية مقاومة النماذج التي تعتمد على الرقابة الغليظة من قبل مالكيها لحمايتها من «الاستخدام غير المصرح به». والاختفاء السريع لتكنولوجيا إدارة الحقوق الرقمية للموسيقى هي الدليل على تلك النقطة الأخيرة.[20] على أنني مع ذلك أود التركيز هنا على النقطة الأولى.

كان نموذج البث التجاري في القرن العشرين عبارة عن محتوى «مجاني» مدعوم بالإعلانات. لقد قيدت حدود تقنية القرن العشرين السبل التي تدعم بها الإعلانات

المحتوى المجاني. فكانت البرامج تقطع. وتجري عملية مواءمة تقريبية بين ديموغرافية جمهور مشاهدي البرنامج وبين الإعلانات التي تبث. وفي عالم لا توجد به سوى قنوات قليلة نسبيًّا، كان لدى تلك الإعلانات قدرة كافية على الاختراق ترغمهم على الدفع (كل من الشبكات والمعلن).

والحدود في تلك التقنية واضحة للعيان: فعلى المعلن أن يبث لنطاق واسع من البشر، والقدرة على توجيه الإعلانات نحو هدف محدد ضعيفة نسبيًّا. فليس في إمكان المعلن في حقيقة الأمر أن يعلم من شاهد الإعلان وما الذي فعله عندما شاهده. كما أن المعلن مدرك دومًا أن رسالته الإعلانية ينظر إليها باعتبارها فقرة أقحمت على البرنامج. عندما كانت الإعلانات تجيء كل ثلاثين دقيقة أو نحوها، كانت تمثل بالنسبة لكثيرين استراحة محل ترحيب. ولكن عندما يشكل زمن الإعلانات نسبة ٢٥٪ من إجمالي زمن البث، فإنها تصبح مصدر ضيق دائم. (الحقيقة أنه بهذا المعدل، يمكنك أن تبدأ في فهم سبب وجود سوق لشراء التليفزيون الخالي من الإعلانات: فلو أن ثمانية عشر دقيقة من كل ساعة عبارة عن إعلانات، وحتى لو قدرت قيمة وقتك وفق أقل أجر ممكن، فسيكون من المجدي حينئذ أن تدفع ١,٩٩ دولارًا كي تتجنب مشاهدة الإعلانات.)

ولكن مثلما أزيلت القيود المحيطة بثقافة القراءة فقط التناظرية على يد التقنيات الرقمية، من الممكن أيضًا أن يُقضى على القيود الإعلانية التي وجدت في القرن العشرين على يد تقنية القرن الحادي والعشرين الرقمية. ومع انتشار الدروس المستفادة من هذا التغير، سوف تتزايد أعداد مقدمي المحتوى الذين سيدركون أن الدخول المجاني على المواقع يؤتي ثماره. فالدخول المجاني معناه جمع بيانات ثمينة للغاية عن المشاهد. ومن الممكن أن تترجم تلك البيانات إلى تقنيات إعلانية أكثر فعالية بكثير.

تبدو تلك النقطة بديهية إذا ما أخذت شركة أمازون كمثال. إن أمازون تعرفني عن قرب؛ لأنها تراقبني في حرص أكثر من أي شيء أو شخص في هذا العالم. فلا أحد يمكنه انتقاء قائمة أفضل للأشياء التي من المحتمل أن أرغب في شرائها منها؛ وهذا لأن أمازون تراقب ما أبتاعه. وهي تعلم من أنماط الزبائن الآخرين أي نوع من المحتمل أن أرغب في شرائه في المرة التالية. لقد رسمت صورة ثرية عن تفضيلاتي. وأكون في منتهى السعادة عندما أنصت إليها وهي تقترح علي شيئًا قد يهمني.

إذن تخيل شبكة بها نفس البيانات عنك. (أعلم أن أجراس الإنذار بشأن الخصوصية سوف تنطلق، وهذه قضية مهمة بالطبع، لكنها ليست قضيتنا في هذا الكتاب.)[21] تخيل

أنك بمشاهدة جميع مقاطع اليوتيوب التي تصفحتها أو البرامج التلفزيونية التي توقفت بالفعل لمشاهدتها، بدأت الشبكة في بناء صورة وصفية لتفضيلاتك بنفس ثراء الصورة التي كونتها أمازون. وبينما تكون الشبكة تلك الصورة، يمكنها أن تسوق محتواها بفاعلية تفوق أي شبكة أخرى اليوم. إن الوصول للمحتوى هو ما ينتج هذه القيمة، وتقييد الوصول إليه يحد من هذه القيمة.

سريعًا ما ستتحقق هذه النقطة الثالثة على أرض الواقع، وليس لأن أساتذة متحذلقين يكتبون عنها. هذا هو الأمر الرائع في الأسواق: لا توجد حاجة مطلقًا لإلقاء محاضرة عن السوق التنافسية. فالأسواق مدفوعة تلقائيًّا نحو البحث عن قيمة من خلال التنافس مع الآخرين. ولا ريب أن كل عصر يتميز بمعارك تشن من قبل عمالقة الجيل السابق. غير أن العمالقة دائمًا ما يتهاوَوْن أمام الأسلوب الأفضل لجمع المال. «وكأن يدًا خفية» في هذه السوق ستغير جذريًّا من طبيعة الحصول على الثقافة خلال السنوات العشر التالية. ونتيجة لذلك، سوف يعجز أطفالنا عن فهم عالم يكون فيه يوم الخميس الساعة العاشرة مساءً أكثر أهمية من الناحية الثقافية من يوم الجمعة الساعة الخامسة صباحًا.

عندما استعرت تعبير آدم سميث «اليد الخفية»، لم أكن أقصد به القول بأن واضعي السياسات لا يوجد لديهم ما يقلقون بشأنه هنا. إن كتاب سميث «ثروة الأمم» يعلمنا شيئًا عن القدرة الهائلة على التكيف التي تمتلكها الأسواق. غير أن تلك الأسواق تتكيف، حسبما يعلمنا بقوة كتاب يوشاي بينكلر «ثروة الشبكات»، في ضوء تخصيص القدر الأساسي من الحقوق. فعلى واضعي السياسات أن يحرصوا على عدم تخصيص الحقوق بطريقة تشوه المنافسة أو توهنها. فوجود غطاء باهظ التكلفة من حقوق النطاق، على سبيل المثال، أو سوق غير كفء لحقوق التأليف والنشر، يمكنه أن يخنق المنافسة ويدفع الأسواق نحو تركيز لا لزوم له. ويجب على واضعي السياسات أن ينظموا تلك العوامل. فهي لن «تحل» بواسطة يد خفية.

لكن فيما يخص الأهداف التي أسعى إليها ها هنا، فإن أهم خطأ سياسي يقع هو ذلك الذي يخمد الغريزة التي نادى بها سوزا: سياسة يوجهها الرأي القائل بأن السبيل الوحيد نحو حماية ثقافة القراءة فقط أن تجعل من ثقافة القراءة والكتابة أمرًا خارجًا عن القانون. فهذا الخيار خيار خاطئ. وفي الفصل التالي أود أن أرسم صورة تقريبية لثقافة القراءة والكتابة من شأنها تحفيزنا كي نفهم بالتحديد سبب ضرورة الابتعاد عن ذلك الخيار الخاطئ.

الفصل الرابع

انبعاث ثقافة القراءة والكتابة

كان من أقرب الأصدقاء إلي أثناء دراستي الجامعية (وربما أكثرهم تعقيدًا) أحد طلاب الأدب الإنجليزي. كان أديبًا عبقريًّا. والحق أنه في كل فصل دراسي تكون فيه الكتابة معيارًا للتقييم، كان يبلي كأحسن ما يكون البلاء. أما في باقي الفصول الأخرى، فإنه لم يكن كذلك.

كانت كتابات بن ذات أسلوب مميز: لو كانت موسيقى، لأمكننا أن نسميها مقتطفات. ولو كانت رسمًا، لسميت بفن الكولاج (تجميع المناظر)، ولو كانت رقمية، لأمكننا أن نسميها مزيجًا. كانت كل فقرة يكتبها مبنية على الاقتباس من كتابات الغير. قد يكون الموضوع الذي يكتبه عن هيمنجواي أو بروست. غير أنه كان يبني حجته باقتطاع عبارات مقتبسة من الأدباء الذين كانت مناقشته تدور حولهم. فكانت كلماتهم هي التي تصنع حجته.

ولقد كوفئ على ذلك بحق في المجالات التي كان يكتب فيها، فالموهبة والعناية اللتان برهن عليهما أسلوبه كانتا مقياسًا لقدرته على الفهم. كان نجاحه يعود إلى أن إدراجه للاقتباسات، وسط السياق، كان يوضح المعنى المقصود بصورة لم تكن كلماته وحدها كافية لتحقيقها. وكان اختياره يوضح بجلاء امتلاكه لمعرفة تتجاوز الرسالة التي يعرضها النص. فالقارئ الأكثر مهارةً فقط هو الذي يمكنه أن يبني من نص قرأه نصًّا آخر يشرحه. وكانت كتابات بن تبين أنه كان قارئًا متأنيًا على نحو استثنائي. لقد صنعت منه قراءته المتأنية كاتبًا رائعًا.

كوفئ أسلوب بن ليس فقط في ندوات الأدب الإنجليزي؛ فقد كان أسلوبه جوهرًا للكتابة المتميزة في القانون. إن المذكرة القانونية العظيمة قد تبدو خالية من المعنى لو اعتمد عليها وحدها؛ فكل شيء مأخوذ من دعاوى سابقة، ويقدَّم الآن كما لو أنه ما من جديد بشأنه. هنا أيضًا تستخدم كلمات الآخرين في توضيح المعنى الذي لم يكن هؤلاء الآخرون يقصدونه مباشرةً. فالقضايا القديمة يعاد مزجها معًا. والمزج يقصد منه الوصول لشيء جديد. (من الملائم أن أذكر هنا أن بن يعمل الآن محاميًا.)

في كلتا الحالتين، بالطبع، الاقتباس مطلوب. غير أن الاقتباس في حد ذاته يعد أجرًا كافيًا. ولا يوجد أحد ممن يتكسبون عيشهم من الكتابة يؤمن بأنه مطلوب منه على الإطلاق الحصول على أي تصريح يتجاوز هذا الأجر البسيط. ولو أن بن راسَلَ دائرة إرث إرنست هيمنجواي طالبًا السماح له بالاقتباس من رواية «لمن تقرع الأجراس» في موضوعاته التي كان يكتبها أثناء دراسته بالكلية، لَتضايقَ المحامون المسئولون بالدائرة. ولتساءلوا في تعجب: من ذلك الأحمق الذي يظن أنه بحاجة لتصريح كي يقتبس عبارات لموضوع إنشاء؟!

إذن هاكم السؤال الذي أود منكم أن تركزوا عليه ونحن نستهل هذا الفصل من الكتاب: لماذا كان أمرًا «شاذًّا» أن نظن أننا بحاجة لتصريح كي نقتبس عبارات من نصوص ألفها آخرون؟ ولماذا من شأننا (أو من واجبنا) أن «نغضب» لو أن القانون اشترط علينا أن نطلب من آل جور تصريحًا إذا أردنا اقتباس عبارة من كتابه «اعتداء على المنطق» في موضوع نريد كتابته؟ ولماذا يشعر كاتب ما بالضيق (بدلًا من أن يشعر بالفخر) عندما يتصل به طالب في المرحلة الثانوية طالبًا منه الإذن للاقتباس من كتاباته؟

الإجابة، حسبما أرى، تتعلق بوضوح شديد بـ «طبيعة» الكتابة. فالكتابة بالمفهوم التقليدي لها من أنها عبارة عن كلمات تخط على ورق، تعد الصورة النهائية للإبداع الديمقراطي. وهنا أيضًا ليس المقصود من كلمة «ديمقراطي» أن يذهب الناخبون للتصويت، وإنما المقصود منها أن لكل فرد في المجتمع الحق في الحصول على وسائل للكتابة. إننا نعلم الجميع الكتابة، نظريًّا، إن لم يكن عمليًّا. ونحن نفهم أن الاقتباس جزء جوهري من تلك الكتابة. ولسوف يكون من المستحيل أن نقيم تلك الممارسة ونؤازرها لو اشترطنا الحصول على تصريح في كل مرة نقتبس فيها كلامًا للغير. فحرية الاقتباس، والبناء على ما اقتبس من كلمات الآخرين أمر مسلم به لدى كل من يكتبون. أو بعبارة أخرى، الحرية التي اعتبرها بن أمرًا مسلمًا به أمر طبيعي تمامًا في عالم يملك فيه الجميع الحق في الكتابة.

(١) كتابة تتجاوز الكلمات

من البديهي أن الكلمات ليست الصورة الوحيدة للتعبير التي من الممكن المزج بينها على النحو الذي صنعه بن. فإذا كان باستطاعتنا الاقتباس من نص ألفه هيمنجواي في روايته «لمن تقرع الأجراس» في موضوع نكتبه، فإن بإمكاننا اقتباس جزء من فيلم لسام وود عن رواية «لمن تقرع الأجراس» لهيمنجواي في فيلم نصنعه. أو إذا كان في إمكاننا اقتباس مقاطع من كلمات أغنية لبوب ديلان في عمل غنائي عن فيتنام، فإن باستطاعتنا أن نقتبس من أغنية لبوب ديلان غناها من تلك الكلمات في فيلم فيديو نصنعه عن تلك الحرب. فالتصرف واحد؛ المصدر فقط هو المختلف. وكذلك من الممكن أن تكون معايير الإنصاف واحدة: هل هو بالفعل مجرد اقتباس؟ وهل ينسب لصاحبه على نحو سليم؟ وهلم جرًّا.

ولكن رغم تشابه أفعال الاقتباس تلك، فإن المعايير الحاكمة لها اليوم شديدة التباين. وبرغم أنني لم أعثر إلى الآن على أي شخص يمكنه التعبير بدقة عن سبب ذلك الأمر، فإن أي محامٍ مؤهل في هوليوود يمكنه أن يقول لك إن هناك اختلافًا جذريًّا بين الاقتباس من هيمنجواي وبين الاقتباس من نسخة صنعها سام وود مبنية على رواية لهيمنجواي. ونفس الحال في الموسيقى: فوفق رأي من قد يُعَد أحد أسوأ القضاة الفيدراليين في القرن العشرين في بلادنا — القاضي كيفين توماس دافي — أصدرت المحكمة أحكامًا بعقوبات «صارمة» على فناني موسيقى الراب الذين اقتطعوا مقاطع من تسجيلات موسيقية أخرى. وكتب القاضي يقول:

> «لا تسرق» وصية اتبعتها الإنسانية منذ فجر التاريخ. وللأسف، في عالمنا التجاري المعاصر لا تُتبَع تلك الوصية دائمًا. وحقيقة الأمر، أن المتهمين بذلك الفعل المتعلق بالتعدي على حقوق التأليف والنشر يريدون أن يجعلوا هذه المحكمة تؤمن بأن السرقة عمل كاسح في الوسط الموسيقي، وأنه لهذا السبب ينبغي التماس العذر لهم فيما يقترفونه. إلا أن مسلك المتهمين الوارد هنا، لا يمثل تعديًا فقط على الوصية السابعة من الوصايا العشر، وإنما تعديًا كذلك على قوانين حقوق التأليف والنشر في هذا البلد.[1]

وسواء كانت المعايير التي تحكم تلك الأشكال من التعبير مبررة أم لا، فإنها تعد أكثر صرامة بكثير من المعايير التي تحكم النص. فهي لا تقر بأي من الحريات التي

يعتبرها أي كاتب أمرًا مسلمًا به وهو يكتب مقالًا للكلية، أو حتى مقالًا في جريدة نيويوركر.

لماذا؟

الإجابة الكاملة على هذا السؤال أمر يتجاوز نطاق قدراتي، ومن ثم قدراتنا، ها هنا. غير أن بمقدورنا وضع نقطة بداية. هناك اختلافات واضحة بين تلك الأشكال من التعبير. وأبرز تلك الاختلافات التي تهمنا تاريخيًّا في تلك الأنواع من «الكتابة» هو الفارق الديمقراطي. فبينما نجد أن كتابة النصوص أمر يتعلم الجميع القيام به، فإن صنع الأفلام والتسجيلات ظل أمرًا — طيلة أغلب فترات القرن العشرين — لا يقوم به سوى محترفين. وكان معنى ذلك أنه كان من الأيسر أن نتخيل نظامًا يشترط الحصول على تصريح بالاقتباس من فيلم أو قطعة موسيقية. فنظام كهذا كان ممكنًا على الأقل، حتى وإن لم يتمتع بالكفاءة.

ولكن ماذا يحدث عندما تصبح الكتابة باستخدام فيلم (أو موسيقى، أو صور، أو جميع الأشكال الأخرى من «الخطاب الاحترافي» التي تعود إلى القرن العشرين) ديمقراطية مثلها مثل كتابة النصوص؟ على حد وصف دون جويس العضو بفرقة نيجاتيفلاند، ما الذي يحدث عندما «تحول التقنية الأسلوب والمسلك ووسيلة الإبداع إلى الديمقراطية بطريقة لم نعهدها من قبل ... [على نحو] أشبه بفن الكولاج، [ما الذي يحدث عندما] يستطيع أي شخص الآن أن يصير فنانًا؟»[2]

ما الأعراف (ومن ثم القوانين) التي سوف تحكم هذا النوع من الإبداع؟ هل ينبغي أن تسري الأعراف التي يعتبرها جميعنا أمرًا مسلمًا به من الكتابة على الفيديو أيضًا؟ وعلى الموسيقى؟ أم هل من الواجب تطبيق الأعراف المطبقة على الفيلم على النص أيضًا؟ أو لنطرح التساؤلات بشكل مختلف: هل يجب مد أعراف «طلب التصريح» من الفيلم إلى الموسيقى والنصوص؟ أم هل يجب مد أعراف «اقتبس بحرية، مع نسبة الشيء إلى صاحبه» من النص إلى الموسيقى والأفلام؟

عند هذه النقطة سوف يقاوم البعض الأسلوب الذي صغت به الاختيارات. سوف يصرون على الفصل ليس بين النص من ناحية وبين الأفلام/الموسيقى/الصور من ناحية أخرى. وإنما سيطالبون بالفصل بين العروض التجارية أو العلنية للنص/الفيلم/الموسيقى/الصور من ناحية، وبين الاستخدام الخاص أو غير التجاري للنص/الفيلم/الموسيقى/الصور من ناحية أخرى. لا أحد يتوقع أن يطلب صديقي بن

الإذن من دائرة ورثة هيمنجواي للتصريح له باقتباس بعض من كتاباته في موضوع إنشاء يكتبه وهو طالب في الكلية؛ لأنه لن ينشر أحد (حتى الآن على الأقل) مواضيع إنشاء بن في الكلية. وعلى نفس النهج، لن يتوقع أحد من ديزني، على سبيل المثال، أن تكون لديه أية مشكلة مع أب يأخذ مقطعًا من فيلم سوبرمان ليدرجه في فيلم منزلي من تصويره، أو مع أطفال في حضانة يرسمون ميكي ماوس على الحائط.

غير أنه برغم العقلانية التي يبدو عليها هذا التمييز، فإن هذه ليست الطريقة التي تطبق بها القواعد في الوقت الحالي. فمرة أخرى، حرية بن في النص واحدة سواء كانت في موضوع إنشاء للكلية أو مقال في نيويوركر (إلا، ربما، لو كان يكتب عن الشعر). وفي الواقع شكت بالفعل مؤسسة ديزني من أن الأطفال في الحضانات يرسمون ميكي ماوس على الحوائط.[3] وفي استبيان أجراه جيه دي لاسيكا، أصرت جميع الاستوديوهات الكبرى فيما عدا واحدًا على أن الأب ليس من حقه إضافة مقطع من فيلم كبير إلى فيلم منزلي — حتى وإن لم يشاهده أحد سوى أفراد الأسرة — إلا بعد أن يسدد آلاف الدولارات.[4]

ومهما كانت عقلانية التمييز، فإن الحرية في الاقتباس ليست معممة في المجال غير التجاري. وإنما عادةً ما يصر أولئك الذين يرتدون حللًا يبلغ ثمنها آلاف الدولارات على أن «التصريح لا مناص منه قانونًا.»

ولا أنا أعتقد بأن الحرية في الاقتباس يجب أن تعمم فقط على الصعيد غير التجاري. ففي رأيي أنها يجب أن تمتد إلى نطاق أوسع من ذلك. ولكن قبل أن آمل في إلصاق هذه الحجة الشكلية في الأذهان، علينا أن نفكر بحرص أكبر في سبب اعتبار هذا الحق في الاقتباس — أو حسبما سأسميه، المزج — تعبيرًا مصيريًّا عن الحرية الإبداعية لا يمكن لأي مجتمع حر أن يحظرها في نطاق موسع من السياقات.

المزج تصرف ضروري في إبداع القراءة والكتابة. إنه التعبير عن حرية أخذ «أغنيات من أيامنا هذه وأخرى قديمة» وصنع عمل إبداعي. في زمن سوزا، كان الإبداع هو الأداء. لقد عبر الانتقاء والترتيب عن القدرة الإبداعية للمطربين. وفي زماننا هذا، يصل الإبداع إلى ما هو أبعد بكثير من الأداء وحده. ولكن في كلا الزمانين، النقطة الحرجة التي نود إدراكها أن إبداع القراءة والكتابة لا يتنافس مع سوق العمل الإبداعي التي يتم المزج منها ولا يوهنها. فهاتان السوقان تكمل إحداهما الأخرى، وليستا متنافستين.

هذه الحقيقة وحدها لا توضح بالطبع أن كلتا السوقين غير جديرة بالتنظيم (بمعنى أن تكون محكومة بضوابط حق التأليف والنشر). ولكن كما سنرى في القسم

التالي من الكتاب، هناك مبررات مهمة تدفعنا للحد من تنظيم حقوق التأليف والنشر في الظروف التي يكون إبداع القراءة والكتابة قابلًا للازدهار على الأرجح فيها. لا تعكس تلك المبررات ما تحققه إحدى الصناعات من ربح — على أهميته — وحسب، وإنما تنعكس على المساحة المتاحة لجيل كامل كي يتكلم.

سأبدأ بشكل من أشكال ثقافة القراءة والكتابة يعد هو الأقرب إلى تقاليدنا في المزج بين النصوص. ومن هذه البداية، سوف أبني على ذلك للتوصل لأشكال أكثر وضوحًا للمزج بدأت تظهر الآن. وفي النهاية، فإن هدفي أن أجذب كل تلك الأشكال معًا كي أشير إلى نوع من الخطاب سوف يبدو طبيعيًّا ومألوفًا. ونوع من الحرية سوف يبدو لنا أمرًا لا مناص منه.

(٢) مزج النص

تعيش ثقافة القراءة والكتابة على شبكة الإنترنت الآن حالة من الازدهار، تجاوزت بكثير خيال أكثر الجامحين خيالًا عند مولد الشبكة العنكبوتية؛ من حيث مجالها واتساع نطاقها، والأهم من ذلك، مدى تعقيدها. فمن خلال تقنيات لم يكن أحد يعلم عنها شيئًا عندما بدأت هذه المنظومة، شيدت هذه الثقافة النصية نظامًا من المحتوى واقتصادًا يعتمد على الصيت. فهناك منظومة الآن تجعل نطاقًا استثنائيًّا من المحتوى غير المرشح مبدئيًّا شيئًا مفهومًا، وهذا يساعد القارئ على التمييز بين الغث والسمين مما يقرؤه.

ويمكننا أن نصف هذه المنظومة من خلال طبقات ثلاث؛ الأولى هي الكتابة ذاتها، ولقد تطورت هذه من خلال حياتين مختلفتين: الأولى حياة غامضة بالنسبة لكثيرين؛ أما الثانية فهي «المدونات» الموجودة في كل مكان.

كانت الأولى شيئًا اسمه «يوزنت». في عام ١٩٧٩، اخترع اثنان من علماء الكمبيوتر بجامعة ديوك — وهما توم تراسكوت وجيم إليس — منظومة إرسال رسائل موزعة جعلت من الممكن إمرار الرسائل بأسعار زهيدة بين الآلاف من أجهزة الكمبيوتر في جميع أنحاء العالم. كانت هذه هي يوزنت. في بعض الأحيان كانت تلك الرسائل عبارة عن إخطارات، وفي البعض الآخر كانت مجرد رسائل معلوماتية. لكن سرعان ما صارت موضعًا لثقافة قراءة وكتابة تفاعلية آخذة في التعاظم. ومع إدراك الناس أن باستطاعتهم ببساطة، وبالضغط على زر واحد، وضع تعليق أو الرد على الآلاف من أجهزة الكمبيوتر المنتشرة في أنحاء العالم، لم يعد في إمكانهم مقاومة إغراء التحدث. ونمت يوزنت سريعًا، كما نما كذلك الشغف بها سريعًا.

في عام ١٩٩٤، غير اثنان من المحامين كل هذا. أرسل مكتب كانتر وسيجل للمحاماة أول رسالة إعلانية جماعية — أو ما يعرف بالبريد الدعائي المزعج — يعلن فيها عن خدماته. ورد الآلاف على ذلك بغضب، وقد تملكتهم الثورة على المحامين مطالبين إياهم بالكف عن ذلك. غير أن كثيرين غيرهم سرعان ما حذوا حذو كانتر وسيجل. وسرعان ما تلا ذلك أشياء من مثل هذه النفايات. وصارت يوزنت موضعًا يتناءى الناس عنه شيئًا فشيئًا فلا يجرون حوارات معًا باستخدامه، وصار يومًا بعد يوم أقرب إلى حي للأقليات مقصورة فقط على إعلانات القمار وغيرها من مثل هذا الغثاء (انظر أيضًا صندوق الوارد في حساب بريدك الإلكتروني).[5]

في نفس الوقت تقريبًا الذي كانت يوزنت فيه تعاني من الإخفاق، كانت الشبكة العنكبوتية العالمية في صعود متواصل. وكان مبتكر الإنترنت، تيم بيرنرز لي، حريصًا أشد الحرص على أن تكون الشبكة وسطًا يسمح بالقراءة والكتابة معًا؛ أي ما يسميه بينكلر «الشبكة العنكبوتية التي تسمح بالكتابة».[6] فأخذ يحض أولئك الذين يبتكرون الأدوات على تطبيق بروتوكولات في تصميم أدواتهم بطريقة تشجع على كلٍّ من القراءة والكتابة.[7] في بادئ الأمر، أخفق هذا الجهد. كان الدافع الحقيقي للدخول على الشبكة، حسب اعتقاد مبتكريها، الشركات التجارية وغيرها من المنظمات التي ترغب في نشر المحتوى الخاص بها للعالم. من نوع القراءة فقط لا من نوع القراءة والكتابة.

ولكن مع نضج أدوات تهدف إلى تبسيط لغة ترميز النص الفائق، صارت فكرة بيرنرز لي الخاصة بإنترنت القراءة والكتابة حقيقة واقعة. وسرعان ما بدأت فكرة «سجلات الشبكة العنكبوتية» أو المدونات، وتكاثرت بمعدل فلكي. ففي شهر مارس من عام ٢٠٠٣، عثرت أشهر خدمة في مجال تتبع المدونات، وهي «تكنوراتي»، على ١٠٠ ألف مدونة لا غير. وبعدها بستة شهور، زاد هذا العدد إلى مليون. وبعد عام، أدرجت أكثر من ٤ ملايين مدونة.[8] واليوم يوجد أكثر من ١٠٠ مليون مدونة على مستوى العالم؛ حيث أضيفت أكثر من ١٥ مدونة خلال الفترة التي قضيتها في قراءة هذه العبارة. وطبقًا لما صرحت به تكنوراتي، فإن اللغة اليابانية الآن هي لغة التدوين رقم واحد على مستوى العالم. ودخلت اللغة الفارسية لتوها ضمن المراكز العشرة الأولى.[9]

عندما بدأت المدونات (ولا يزال في استطاعتك مشاهدة تلك المدونات الأولى باستخدام «أداة الاسترجاع» لبروستر كال على موقع archive.org) — وبينما كانت تعبر عن إبداع القراءة والكتابة (حيث عمل العرف السائد في هذا الشكل من الكتابة على تشجيع الترابط

القوي والاقتباس) — كانت سمة القراءة والكتابة بها محدودة. فكثير منها كان لا يزيد كثيرًا عن كونه مفكرة يومية عامة: فالناس (وكان بعضهم غريبي الأطوار بصورة ملحوظة) يرسلون بخواطرهم إلى فراغ خاوٍ. وكانت أغلبها في صورة تعليقات على الأحداث الجماهيرية الأخرى. وهكذا كانت الكتابة نفسها عملية قراءة وكتابة، ولكن تلك الكتابة كانت تمارس بواسطة جمهور يعتبرها للقراءة فقط.

غير أنه سرعان ما أضاف المدونون — فيما أسماه بينكلر «الابتكار المصيري الثاني للشبكة التي تسمح بالكتابة»[10] — طريقة تمكن جمهورهم من الرد، فصارت التعليقات جزءًا لا يتجزأ من التدوين. كان البعض من تلك التعليقات لا يخلو من نفاذ البصيرة، بينما كان البعض الآخر يعبر عن السخف، وكان البعض الثالث مصممًا فقط كي يؤدي دور المحرض. غير أنه بإضافة أسلوب للرد على ما كتب، غيرت المدونات من أسلوب قراءتها.

كانت تلك هي الطبقة الأولى من ثقافة القراءة والكتابة للنصوص على شبكة الإنترنت. لكن هذه الطبقة وحدها لم تكن لها سوى قيمة محدودة للغاية. فكيف يمكنك العثور على أي شيء يثير اهتمامك في هذا الخضم الشاسع الذي يختلط فيه الحابل بالنابل من المحتوى؟ إذا كنت تعلم شخصًا تثق فيه، فربما قرأت مدونته. ولكن ما الداعي لكي تضيع وقتك في قراءة خواطر شخص ما تنتقيه عشوائيًّا حول أي شيء على الإطلاق؟

ساعدت الطبقتان التاليتان على حل هذه المشكلة. أضافت الأولى شيئًا من النظام لعالم التدوين. وما كان ذلك عن طريق إضافة أسلوب تصنيف، وإنما حسب تعبير توماس فان ديرفال، «أسلوب تصنيف شعبي لهذه البيئة التي تتضمن القراءة مع الكتابة.»[11] لقد مكنت بطاقات العنونة ونظم الترتيب والتصنيف، مثل del.icio.us وReddit وDigg، قارئي مدونة أو مقال إخباري من وضع علامة عليه للآخرين تدعوهم إما للبحث عنه أو تجاهله. وأضافت تلك العلامات معنًى للرسالة أو للقصة. وكان من شأنها معاونة المدونات على الانتظام وسط ملايين المدونات الأخرى الموجودة هناك. أضافت تلك الأدوات معًا طبقة فوقية لدنيا التدوين، وذلك بتقديمها — على حد قول أحد مؤسسي موقع «وايرد» كيفين كيلي — «حاشية عامة؛ مثل كلمة رئيسية أو اسم فئة تعلقه على ملف، أو صفحة موقع إنترنت أو صورة.»[12] وبينما يستكشف القراء الشبكة العنكبوتية وينقبون فيها، يترك المستخدمون علامات مميزة تساعد غيرهم على فهم نفس الشيء والعثور عليه.

إذن، على سبيل المثال، لو قرأت مقالًا عن باراك أوباما، فإن باستطاعتك أن تعنونه بوصف موجز: «أوباما» أو «أوباما-البيئة». وبينما يقوم الملايين من القراء بنفس الشيء، تبدأ منظومة العنونة في فرض النظام على المادة المعنونة، رغم أنه لم يقم شخص بعينه بخط جدول لبطاقات العناوين، ولم يفرض أي شخص أية قواعد خاصة بالبطاقات. يمكنك أيضًا عنونة مقال أوباما باسم «زهور البيتونيا»، وسوف يصاب البعض من محبي البيتونيا بالإحباط وهم يتتبعون اللافتة نحو ذلك الموقع الذي لا يوجد للبيتونيا أي ذكر به. ولكن مع مزيد من ضغط المستخدمين على الأسهم في اتجاهات أخرى، سوف تزداد تباعًا أعداد من يتتبعون واضعي العناوين الصادقين.

وهكذا أضافت العنونة طبقة من المعنى لمحتوى القراءة والكتابة. وكلما زادت بطاقات العناوين، زادت جدواها وأهميتها. ومن المهم أن نقول إن تلك الأهمية تنشأ مباشرةً بواسطة المشاهدين أو مستهلكي تلك الثقافة، وليس بواسطة المعلنين، أو بواسطة أي جهود أخرى متعمدة في مجال الترويج الدعائي. إن هذا الصيت وتلك الكلمات المتناقلة بين الأفواه تنشئ مجموعة متنافسة من المعاني التي تصير مرتبطة بأي محتوى. وتصبح الأدوات «قوى قادرة على المسوقين أن ينتفعوا بها»، برغم أنها على حد تعبير دون تابسكوت وأنتوني ويليامز، قوة يمكنها «بنفس السهولة أن يفلت زمامها بصور غير متوقعة».[13]

وهذه الأدوات إلى جانب إضافتها لمعنًى للمحتوى، يمكنها أيضًا أن تمكن الناس من التعاون سويًّا. إن الأهمية والتأثير نشاط مجتمعي واعٍ بذاته.[14] هناك مواقع مثل del.icio.us تقوي هذه الطاقة المجتمعية عن طريق إتاحتها الفرصة للمستخدمين بتبادل قوائم التفضيلات، وتمكين «الروابط [من] أن تصبح ... الأساس لتعلم أشياء جديدة وتكوين علاقات مع أناس جدد.»[15] وهي تغير أيضًا من القدرة النسبية للقارئ. فبينما «يكتب» القارئ باستخدام البطاقات أو التصويت، تتغير أهمية الكتابة الأصلية. فبإمكان صحيفة قومية كبرى أن تمتلك الكاتب الأعلى أجرًا في العالم في مجال التكنولوجيا. ولكن ما الذي سيحدث لذلك الكاتب عندما يتبين أن الأعمدة التي يقرأها مزيد من الناس ويوصي بقراءتها معظم الناس، كتبها مدون عمره ثمانية عشر عامًا؟ كانت نيويورك تايمز عادةً تملك السلطة لأن تقول من هو الأكثر أهمية. أما الآن فإن من يقوم بذلك قوًى أكثر ديمقراطية بكثير.

الطبقة الثالثة من ثقافة القراءة والكتابة للنصوص ليست مباشرة بالدرجة نفسها. إنها تلك الأدوات التي تسعى لقياس أهمية حوار ما عن طريق عد الروابط التي يصنعها

آخرون لتلك الحوارات. وتكنوراتي موقع رائد في ذلك المجال حتى الآن. إن «روبوتاته» تزحف وسط عالم المدونات، وتحصي عددَ من ارتبط بمن أو بماذا. ثم تنشر الشركة بعد ذلك عمليات ترتيب دقيقة بدقيقة وتقارير عن الروابط، وبهذا يمكنك إرسال مدخل مدونة، وبعدها بدقائق، تبدأ في مشاهدة كل شخص اطلع على هذا المدخل. وتقول تكنوراتي إنها تحدِّث فهرسها كل عشر دقائق.[16] وفي وجود أكثر من ١٠٠ مليون مدونة مفهرسة، يعد هذا تحديثًا فائق السرعة.

تبين فهارس مثل هذه التفضيلات المكشوف عنها لعالم المدونات. ففي التو واللحظة، يمكننا أن نرى من هو المسيطر صاحب الكلمة العليا. والأكثر تشويقًا هو أنه كلما نضج الفضاء صار باستطاعتنا رؤية أن تأثير المدونات يسرق الكاميرا يومًا بعد يوم من وسائل الإعلام التقليدية. في التقرير ربع السنوي الرابع عن عام ٢٠٠٦، ذكرت تكنوراتي أنه في نطاق يتراوح بين ٥١–١٠٠ لأكثر المواقع شعبية على الشبكة العنكبوتية، كانت ٢٥٪ منها مدونات.[17] وقبل ذلك بعشر سنوات، كانت نسبة المحتوى غير الاحترافي وسط أكثر المواقع الإعلامية شعبية، صفر في المائة.

تلك الطبقات الثلاث، إذن، تعمل معًا. فلن يكون هناك أي شيء بدون محتوى. لكن هذا المحتوى سيكون فائضًا عن الحاجة لو اقتصر على ذاته وحسب. إذن، بالإضافة للمحتوى، هناك محتوى يتحدث عن المحتوى — وهي البطاقات المعنونة، والتوصيات — بالإضافة إلى أدوات مختصة بقياس تأثير المحتوى. ويصبح مجموع ذلك منظومة بيئية تحقق صيتًا. وأولئك الذين يحاولون التفاعل مع الثقافة صاروا مدركين الآن أن أهمية هذا الفضاء تعادل خطورة إيصال رسالة أو فهمها.

ينتاب كثيرين القلق على عالم المدونات هذا. فالبعض يساوره القلق من أن يكون مجرد صرعة، لكن ما هي الصرعة التي اجتذبت من قبل ١٠٠ مليون مستخدم؟ تذكر شارلين لي في تقرير لها أن ٣٣٪ من المراهقين يضيفون إلى مدونة ما أسبوعيًّا، وأن ٤١٪ منهم يقومون بزيارة موقع تواصل اجتماعي يوميًّا.[18] وبالتأكيد فإن كل مطبوعة كبرى تخصص قدرًا كبيرًا من الموارد لجعل حضورها بارزًا.

ويساور أناسًا آخرين القلق من مسألة الجودة؛ إذ كيف يمكن للمدونين أن يسيروا قدمًا بقدم مع جريدة في حجم نيويورك تايمز؟ وما حجم الجهد الذي يتعين على المدونين بذله كي يجعلوا رواياتهم صحيحة؟

لو كان هذا السؤال مطروحًا حول المدونات بصورة عامة، فإنه ما من شك أن الأمر جدير بالتشكك. لكن لو طرح نفس السؤال عن الجرائد بصورة عامة، فإن هناك

تشككًا كبيرًا في الجرائد يستحق أن نشعر به أيضًا. النقطة المهمة في كلا الأمرين أننا نملك أدوات فعالة لتقييم الجودة. والأكثر أهمية، أن لدينا يومًا بعد يوم أمثلة شهيرة لمدونات تفوق فيما حققته وسائل الإعلام في تقديم كل من الجودة والحقيقة. إن يوشاي بنكلر تعرض تبويبًا لمجموعة من الحالات التي أبلى فيها المدونون بصورة أفضل من وسائل الإعلام التقليدية في البحث الدءوب عن الحقيقة واستخراجها، مثل إماطة اللثام عن غرام ترنت لوت بالتصريحات العنصرية، أو افتقار ادعاءات ديبولد عن ماكينات الاقتراع الخاصة بها إلى الصدق.[19] وحتى الاطلاع سريعًا باستخدام مؤشر الفأرة على المدونات السياسية الرئيسة — مثل إنستابونديت أو ميشيل مالكين إلى اليمين، وذا ديلي كوس أو هَفينجتون بوست إلى اليسار — يكشف عن عمق وفهم نادرين حتى في أفضل وسائل الإعلام المعتادة. النقطة أن هناك الغث وهناك السمين على كلا الجانبين، لكن ربما كانت آليات الفصل بين الغث والسمين أفضل في عالم المدونات.

تأكدتُ من هذه النقطة في انتخابات عام ٢٠٠٤ وأنا جالس في منزلي. لقد خلقت تلك الانتخابات، بطبيعة الحال، وعيًا عامًّا بالمدونات، منذ صنعت ثقافة التدوين هاورد دين حاكم فيرمونت، الذي كان متصدرًا لسباق الرئاسة في بادئ الأمر. ولكن بينما كنت أشاهد نتائج تلك الانتخابات على التلفزيون الوطني، بدأت أشعر بالأسى لأولئك «المراسلين» الذين اضطروا لعرض تقارير عن هذه الانتخابات المحورية على شاشة التليفزيون. ففي واحد من الأمثلة على ذلك، طُلِب من أحد أبرز المراسلين، أثناء الإعلان عن الفقرة، تقديم «تحليل عميق» للناخبين في ولاية بعينها. وعندما بدأت الفقرة، تحول المكتب الوطني إلى ذلك المراسل، فبدأ بطرح سؤال على ثلاثة من «الناخبين العاديين» المنتمين للولاية. كان أمامه بعد ذلك حوالي ثلاثين ثانية كي يضيف رؤيته الخاصة سريعة الخاطر تعقيبًا على حماقاتهم الغثة التي تكلموا فيها عن سبب تصويتهم على النحو الذي فعلوه. وكانت تلك هي الطامة الكبرى. دقيقة واحدة، ومادة تساوي صفرًا، تبث على ملايين المشاهدين في جميع أنحاء البلاد.

حدث ذلك في نفس الوقت الذي كنت أقرأ فيه تحليلًا عميقًا عن نفس الولاية، مكتوبًا في إحدى المدونات. نُشر التحليل خلال الساعات الثلاث السابقة. كان يعج بالمادة وبالرؤية التحليلية الثاقبة. كان توقيته مناسبًا، وذكيًّا، وشاملًا، أفضل كثيرًا من أنباء «الزاوية الإنسانية» التي عليها نشرة الأخبار القومية الآن، ويعكس بصورة أكبر بكثير موهبة صحفي قدير. لقد ظن مراسل التلفزيون دون شك أنه صحفي. ولكن مع توافق

التلفزيون مع مساحة اهتمام لجمهور مشتت الانتباه على نحو متزايد، من ذا الذي يستطيع القيام بدور الصحفي؟

هناك بعد آخر مهم في ثقافة القراءة والكتابة للنصوص على الإنترنت: النفوذ الإعلاني. ففي هذا العالم، تكون القدرة التحريرية للمعلنين أصغر بصورة جذرية مما هو الحال في وسائل الإعلام المعتادة. ففي إمكان المعلن أن يتخير إن كان سيعلن أم لا وأين سيعلن. ولكن الإعلان لا يزال يشكل قسمًا صغيرًا من اقتصاد التدوين، وكلما كان الموضوع ذا صلة بالشيء المعلن عنه، فإن العديد من مصادر المحتوى المتنوعة تتنافس معه، وبهذا تتضاءل كثيرًا قدرة المعلن على التحكم في المحتوى بصورة غير مباشرة.[20]

إنترنت القراءة والكتابة منظومة بيئية متوازنة.

سيظل كثيرون على تشككهم. لو أن جودة مدونة عادية رديئة للغاية، فما الخير الذي يمكن أن يؤديه هذا النوع من الإبداع؟ لكننا هنا في حاجة للتركيز على جانب ثانٍ من إبداع القراءة والكتابة؛ إنه ليس الجودة العالية في الخطاب التي ينتجها، وإنما هو التأثير الذي يمارسه على الشخص المنتج للخطاب.

أنا شخصيًّا شعرت بأحد جوانب هذا التأثير. أنا أستاذ قانون، وطيلة السنوات العشر الأولى في حياتي المهنية القانونية كنت أكتب وأنا متقبل تمامًا لفكرة أن أحدًا لا يقرأ ما أكتبه. وتلك المعرفة منحتني حرية عظيمة. والأهم من ذلك، فإن أيًّا ما كان يدور في خلد القراء الثلاثة الذين قرءوا كتاباتي ظل حبيس عقولهم. إن أساتذة القانون يكتبون للجرائد الدورية القانونية. والجرائد الدورية القانونية لا تلحق تعليقات على المقالات التي تنشرها.

أما فضاء المدونات فإنه مختلف. فأنت تعرف أن الناس يقرءون كتاباتك؛ وإذا أنت سمحت لهم، فإنه يمكنك أن تشاهد تعليقاتهم. وعاقبة الأمرين شيء لا يمكنك أن تفهمه إلا إذا عشته. مثل تناول السبانخ أو ممارسة التمرينات الرياضية، أرغم نفسي على تقبل تلك المعاناة لأنني أعلم أنها ستعود علي بالخير. إنني أكتب المدونات منذ عام ٢٠٠٢. وكل مدخل أكتبه له رابط خاص بالتعليقات. وأنا لا أفرز التعليقات أو أخفيها (إلا ما يندرج تحت باب التعليقات الدعائية المزعجة). ولا أطالب الناس بالإفصاح عن أسمائهم الحقيقية. فالمنتدى مفتوح لأي شخص كي يقول ما يشاء. والناس يفعلون ذلك. وبعض التعليقات شديد الذكاء. وهناك كثيرون يضيفون حقائق مهمة أغفلتها أو يوضحون ما أسأت فهمه. وصار بعض المعلقين زوارًا منتظمين لمدونتي. وأحد تلك الشخصيات

— ويستخدم اسم «ثلاثة فئران عمياء» — ظل زائرًا منتظمًا لفترة طويلة، وهو نادرًا ما يتفق معي في أي شيء مما أقوله.

لكن كثيرًا من التعليقات تكون مكتوبة بلغة لا تدانيها لغة في الوقاحة والانتهاك. فهناك شخصيات — يقال لها «الأقزام» — تعيش من أجل المعارك التي يستطيعون إشعالها في تلك الأجواء. إنهم يسلكون سلوكًا مشينًا، وحججهم (في معظمها) سخيفة، وهم بشكل عام يجعلون فضاء التعليقات مكانًا مقبضًا بحق.

هناك معلقون آخرون يعثرون على سبل للالتفاف حول هؤلاء الأقزام. فهناك عبارات معتادة تستحث على الظهور كلما التقى واحد بقزم من هؤلاء مثل «لا أطعم الأقزام». لكن لا توجد وسائل كثيرة حيال ذلك، على الأقل طالما أن صاحب المنتدى (أنا) لا يحجب أناسًا معينين أو يرغم الجميع على استخدام أسمائهم الحقيقية.

أجد أنه من الصعوبة بمكان أن أقرأ تلك التعليقات. ليس بسبب رداءتها أو خطئها، ولكن بصفة رئيسية لأني شديد الحساسية. فهناك علاقة ارتباط مباشرة بين ما أقرؤه وبين شعوري بألم في أمعائي. وحتى النقد غير المنصف أو الخاطئ يمزقني إربًا بصورة جد سخيفة. فلو قرأت تعليقًا سيئًا قبل أن آوي إلى فراشي مثلًا، فإن الأرق ينتابني. وإذا وقعت عيني على واحد من تلك التعليقات وأنا أكتب، فإن هذا كفيل بتشتيت ذهني لساعات. أحلم أحيانًا بخلق شخصية «أنا» بديلة تجيب بالنيابة عني، لكنني لا أملك الشجاعة حتى لممارسة ذلك الخداع. لهذا عوضًا عن ذلك، يفصح ضعفي عن نفسه من خلال عدم قراءتي لتعليقات الآخرين من الأساس (وهو أمر غير منصف للغاية لكتاب التعليقات).

فلماذا أكتب مدونة من الأساس إذن؟ حسنًا، في كثير من الأحيان، لا يكون لدي فكرة عن سبب قيامي بذلك. لكنني عندما أفعل، يكون الأمر متعلقًا بأخلاقيات أومن بأن علينا جميعًا أن نعيش بها. كان أول من علمني إياها القاضي الذي كنت أعمل كاتبًا معاونًا له؛ القاضي ريتشارد بوزنر. ما من شك أن بوزنر أبرز قاضي فيدرالي وقانوني أكاديمي في زمننا المعاصر، ولعله الأبرز خلال المائة عام الأخيرة. كان أيضًا قاضيًا مثاليًّا كي يعمل المرء كاتبًا معاونًا له. فعلى عكس الغالبية العظمى من قضاة محاكم الاستئناف، يكتب بوزنر آراءه بنفسه، ومهمة الكاتب تتلخص في كتابة الحجج. كان يعطينا مسودة لرأيه، وعلينا نحن أن نكتب مذكرة طويلة بلغة نقدية. وكان يستعين بتلك المذكرة في إعادة صياغة رأيه.

قدمت لبوزنر تعليقات حول ما هو أكثر بكثير من آرائه. وعلى وجه التحديد، بمجرد أن بدأت التدريس بالجامعة أرسل لي نسخة غير منقحة لكتاب، ظهر في الأسواق في نهاية المطاف بعنوان «الجنس والمنطق». كان قدر كبير مما ورد في الكتاب ينم عن عبقرية. غير أن جزءًا منه كنت أظنه سخيفًا. وفي سلسلة من الفاكسات (كنت أدرس في بودابست، وكان هذا قبل زمن طويل من توافر خدمات البريد الإلكتروني للجمهور)، أرسلت إليه تعليقات غاضبة بصورة متزايدة، تدور حول هذا القسم من الكتاب.

صباح اليوم التالي لذلك اليوم الذي أرسلت فيه هذا الفاكس، أعدت قراءته، فصدمت من نبرته المسيئة. فكتبت خطابًا تابعًا بلغة متذللة، أعتذر فيه، وأقول إنه بطبيعة الحال فإنني أكن احترامًا لا نهاية له لبوزنر، وثرثرة من هذا القبيل. كان كل ما قلته صحيحًا. وكذلك أيضًا كان اعتقادي صادقًا في أن ما قلته كان فيه نوع من التجني. غير أن بوزنر رد علي ليس بقبول اعتذاري، وإنما بتعنيفي، لا على الفاكس المسيء الذي أرسلته، وإنما على اعتذاري! كتب يقول: «إنني محاط بمن يتملقونني، وآخر شيء كنت أتصوره منك أن تنقح تعليقاتك متخذًا من مشاعري مرجعية لك.»

ذهلت من ذلك التوبيخ. لكنني منذ تلك اللحظة، قسَّمت العالم إلى قسمين: أولئك الذين يتبعون أسلوب بوزنر (أو حتى يوصون به)، وأولئك الذين لا يتبعونه. وأيًّا كان قدر الجاذبية التي يتمتع بها الموقف المضاد لبوزنر، فلقد أردت أن أومن بأن في استطاعتي اتباع هذا المبدأ الأخلاقي: لا تسمح بفرصة للمتملقين والمتزلفين ولا تشجعهم. كافئ المنتقدين. ليس سبب هذا أنني في يوم من الأيام قد أصير قاضيًا، أو شخصية عامة مثل بوزنر. ولكن لأنني باتباع هذه الأسوة، من الممكن أن أتفادى أسوأ آثار الحياة المحاطة بالحماية التي سأعيشها (باعتباري أستاذًا جامعيًّا).

حتى ظهور الإنترنت، لم يكن هناك وسيلة طيبة للقيام بذلك، على الأقل لو كنت من الشخصيات غير البارزة مثلما هو حالي. فليس الأمر أشبه بأن أتوجه إلى مقهى «ستاربكس» في المنطقة التي أقطن بها ثم أعقد ندوة جماهيرية. هناك أناس يفعلون هذا في الحي الذي أعيش فيه، ومعظمهم لم يستحموا منذ أسابيع. يمكن للمشاهير أن يفعلوا هذا من حيث المبدأ. غير أن أخلاقيات الظهور العام في أيامنا هذه، على الأقل على مستوى الأمريكيين، تقف ضد هذا النوع من المباشرة. فمن الوقاحة أن توجه النقد. وفي الواقع، لو كنت ناقدًا عنيفًا، فمن المحتمل أن يخرجك من الندوة رجال يعلقون شارات على صدورهم.

ليس هذا هو الحال في كل مكان. في واحدةٍ ربما من أكثر التجارب ديمقراطية التي عايشتها، شاهدت وزير الثقافة البرازيلي، جيلبرتو جيل، يجادل جمهورًا محبًّا له لكنه ينتقده في نفس الوقت (يحبون موسيقاه ومعظم سياساته، فيما عدا الجزء الذي حمى محطات الإذاعة الرسمية).[21] كانت الندوة محتشدة بالجماهير. لم تكن هناك خشبة مسرح تفصل «جيل» عن المئات ممن تكأكَئوا من أجل الاستماع إليه. وكان الناس يناقشونه وجهًا لوجه. وكان يقارعهم الحجة بالحجة، مقارعة الند للند. كان تبادل الرأي يجري في أمانة شديدة حتى إنه تسبب في إحراج جون بيري بارلو، صديق جيل وواحد من عشاق فنه، الذي وقف يدافع عن جيل في وجه منتقديه.

غير أن جيل أحب هذا التبادل للرأي. فلم يشعر بالحرج من قسوة النقد. لقد شجع أسلوبه على ذلك. كان قائدًا ديمقراطيًّا يعيش في ديمقراطية حقيقية (ونقيضها هي البيروقراطية الهرمية). لقد كان بمنزلة بوزنر البرازيلي.

بالنسبة لأولئك الذين لا هم بوزنر ولا هم جيل، يمثل الإنترنت سياقًا يشجع على الأخلاقيات الديمقراطية التي يعدان مثالًا لها. إنه الموضع الذي تتحول فيه جميع الكتابات إلى القراءة والكتابة. فحين تكتب في هذه الوسيلة ستكون على يقين من أن أي شيء يكتبه المرء معرض للمناقشة. كنت أحب فكرة المقال المنشور في مطبوعة قانونية، والذي أعرض فيه الحجج كما لو كانت قد ثبتت، مع وجود مساحة ضئيلة — أو عدم وجود أي مساحة — للاعتراض. وأشعر الآن بالذنب لمشاركتي في مثل هذا الشكل من المقالات.

كل هذا الانفتاح نتاج نوع من الديمقراطية صارت حقيقة واقعة من خلال الكتابة. ولو استمرت تلك الاتجاهات، فإننا بذلك نوشك على رؤية هذه الديمقراطية تتجسد على أرض الواقع في جميع أشكال الكتابة. فلسوف يناضل الناشرون من أجل «جوجلة» الكتب. غير أن المؤلفين يرون أن أبرز كتابة هي تلك التي من نوع القراءة والكتابة، وسوف يبدءون في الإصرار على أن يتقبل ناشروهم هذا. وخلال عشرة أعوام، سوف يصبح كل ما هو مكتوب ويمكن قراءته متاحًا على الإنترنت، بما يعني أن الناس لن يكونوا قادرين على تنزيل نسخ لقراءتها على قارئ مزود بـ «تكنولوجيا إدارة الحقوق الرقمية»، وإنما ستكون تلك الكتابات متاحة بطريقة الوصول الحر، بحيث يتمكن الآخرون من التعليق على ما يقرءون، ومنحه درجات تقييم، ونقده. هذه الكتابة/القراءة هي جوهر ثقافة القراءة والكتابة.

النص ليس سوى جزء صغير من ثقافة القراءة والكتابة التي هي روح الإنترنت. الآن تفكر في شقيقته الكبرى، والتي هي في نهاية المطاف أكثر وضوحًا بكثير.

(٣) مزج وسائل الإعلام

طيلة معظم فترات العصور الوسطى في أوروبا، كانت النخبة تتكلم وتكتب باللغة اللاتينية. أما الجماهير فلم تكن كذلك. كانوا يتحدثون بلغات محلية أو عامية؛ وهي ما نسميها الآن الفرنسية، والألمانية، والإنجليزية. إذن ما كان يمثل أهمية للنخبة كان غير متاحٍ للجماهير أن تصل إليه. كانت «أهم» النصوص لا يفهمها سوى قلة.

النص هو لاتينية أيامنا هذه. فمن خلال النص نتواصل نحن النخبة مع الجمهور (أنت مثلًا، عندما تقرأ هذا الكتاب). غير أنه بالنسبة للجماهير، فإن معظم المعلومات تجمع من خلال أشكال أخرى من وسائل الإعلام: التلفزيون، الأفلام، الموسيقى، والفيديوهات الموسيقية. إن تلك الصور من «الكتابة» هي عامية أيامنا هذه. إنها أنواع «الكتابة» التي تهتم بها الأغلبية. تذكر مؤسسة «نيلسن ميديا ريسيرش» للأبحاث الإعلامية في تقرير لها، على سبيل المثال، أن جهاز التليفزيون يُترك مفتوحًا لمدة ٨,٢٥ ساعة يوميًّا في المتوسط، «وهو معدل يفوق ما كان الحال عليه منذ عشرة أعوام بمقدار ساعة.»[22] ويشاهد الفرد الأمريكي العادي هذا التلفزيون بمعدل يقترب من ٤,٥ ساعة يوميًّا.[23] وإذا حسبت باقي أشكال وسائل الإعلام — بما فيها الإذاعة، والإنترنت، والهواتف المحمولة — فإن هذا الرقم يتضاعف.[24] وفي عام ٢٠٠٦، كانت تقديرات مكتب التعداد الأمريكي تقول إن «الأمريكان البالغين والمراهقين سوف يقضون ما يقرب من خمسة شهور» عام ٢٠٠٧ في استهلاك وسائل الإعلام.[25] وتتناظر هذه الإحصائيات مع هبوط الأرقام على مستوى النصوص. وكل شيء مذكور في هذه اللقطة السريعة من التعميمات:

> الأفراد الذين بلغوا من العمر ٧٥ عامًا أو تجاوزوها أمضوا ما متوسطه ١,٤ ساعة في القراءة من كل يوم من أيام عطلة نهاية الأسبوع و٠,٢ ساعة (١٢ دقيقة) يلعبون الألعاب أو يستخدمون جهاز الكمبيوتر في التسلية. وعلى العكس من ذلك، الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين ١٥ إلى ١٩ عامًا يقرءون في المتوسط ٠,١ ساعة (٧ دقائق) من كل يوم من أيام عطلة نهاية الأسبوع وأمضوا ١ ساعة في لعب الألعاب أو استخدام الكمبيوتر في التسلية.[26]

فلا يجب أن يدهشنا إذن أن تلك الصور الأخرى من «الإبداع» تتحول يومًا بعد يوم إلى شكل مهيمن من أشكال «الكتابة». إن الإنترنت لم يجعل لتلك الأشكال الأخرى من «الكتابة» (والتي سأسميها ببساطة «وسائل الإعلام») أهمية خاصة، ولكن

الإنترنت والتكنولوجيا الرقمية فتحا أبواب تلك الوسائل أمام الجماهير. فباستخدام أدوات التكنولوجيا الرقمية — حتى أبسط تلك الأدوات، مجتمعة في حزمة واحدة مع آخر ما توصلت إليه نظم التشغيل المعاصرة من ابتكارات — صار كل فرد قادرًا على البدء في «كتابة» ما يريد مستعينًا بالصور، أو الموسيقى أو الفيديو. وباستخدام تيسيرات الشبكة الرقمية المجانية، يستطيع أي فرد أن يتبادل تلك الكتابة مع أي شخص آخر. وكما هو الحال مع نص القراءة والكتابة، تتطور منظومة بيئية متوازنة لوسائل إعلام القراءة والكتابة. وهي أحدث سنًّا من منظومة توازن نصوص القراءة والكتابة. غير أنها تنمو بمعدل أسرع، كما أنها تتمتع بجاذبية أوسع نطاقًا بكثير.[27]

تبدو تلك وسائل القراءة والكتابة الإعلامية شديدة الشبه تمامًا بكتابة بن للنصوص. فهي تصنع مزيجًا، أو تقتبس من هنا وهناك نطاقًا عريضًا من «النصوص» كي تنتج شيئًا جديدًا. غير أن تلك الاقتباسات تتم عند طبقات مختلفة. وعلى عكس النصوص التي تتابع في خط واحد — مثل الحال هنا؛ حيث تشرح الجملة شيئًا «ثم تضاف إليها عبارة مقتبسة» — فإن الوسائط المزوجة قد تقتبس أصواتًا فوق صور، أو فيديو فوق نص، أو نصًّا فوق أصوات. فالاقتباسات إذن تخلط معًا. وينتج الخليط عملًا إبداعيًّا جديدًا؛ هو «المزيج».

قد تكون تلك الأعمال المتزجة بسيطة أو ربما تكون بالغة التعقيد إلى حد الجنون. فكر، عند أقصى طرفي المعادلة، في فيلم منزلي تُدرَج في منتصفه لقطة من فيلم «سوبرمان». وعند الطرف الآخر، هناك صور أخرى من الفن تتولد بالمزج المتسم بالبراعة الفنية الفائقة بين الصور والفيديو مع صوتيات مكتشفة ومعاد صياغتها من جديد. فكر مرة أخرى في «جيرل توك»، التي تمزج بين ٢٠٠ إلى ٢٥٠ عينة مأخوذة من أعمال ١٦٧ فنانًا في قرص مدمج واحد. إن هذا ليس مجرد نسخ بسيط؛ فلقد استخدمت الأصوات وكأنها ألوان زيت فوق باليتة ألوان. غير أن جميع الألوان كشطت من على رسومات أخرى.

فكيف سيكون رأينا إذن في هذا الأمر؟ وما معناه بالضبط؟

أيًّا كان تعقيد المسألة، فإن المزج في جوهره — حسبما وصفه لي دون جويس العضو بفرقة نيجاتيفلاند — هو «مجرد فن كولاج.» وحسبما شرح فهو:

> بزغ فن كولاج مع اختراع التصوير الفوتوغرافي. بعد مدة قصيرة من ابتكاره ... بدأت تشاهد تلك الأنواع من البطاقات البريدية الفكاهية التي كانت عبارة

عن صور مختلطة. فهناك مثلًا عربة يجرها حصان وثمرة خيار في الخلفية بحجم منزل، أشياء من هذا القبيل، مجرد أشياء مكونة من أخلاط تصويرية لعمل دعابات خفيفة. وقد أبهر ذلك الرسامين على الفور في ذلك العصر.

لكن الكولاج باستخدام أشياء مادية يصعب إتقانه وهو باهظ التكلفة بحيث يصعب نشره على نطاق واسع. فكانت تلك العوائق إما أنها تحول بين كثيرين وبين صنع هذا الشكل من أشكال التعبير، أو أنها كانت توجه الكولاج نحو وسائط يمكن المزج بينها بتكلفة بسيطة. وعلى حد وصف مارك هوسلر العضو بفرقة نيجاتيفلاند وهو يبرر لي اختياره للعمل في مجال الصوتيات:

> أدركت أنه باستطاعتك أن تحصل على نحو أربعة مسارات صوتية تسجل تباعًا مقابل مبلغ ليس بالباهظ، وأن تجعلها في منزلك وتبدأ بالفعل في التلاعب بها والتجريب فيها ومحاولة الخروج بشيء. ولكن في حالة الأفلام، لا يمكنك عمل ذلك. فلقد كان الأمر جد باهظ التكلفة ... حتى إن ... ذلك دفعني ... لاختيار وسط يمكِّنني بالفعل من التحكم فيما أفعله بمعاونة عدد قليل من الأشخاص، لالتقاط شيء ما وصنع شيء مكتمل وإخراجه للناس.[28]

غير أنه في وجود الأشياء الرقمية، اختلف تمامًا حجم الفرصة المتاحة لعمل ممتزجات أو كولاج واسع النطاق. وحسبما شرح لي صانع الأفلام يوهان سودربرج: «الآن، يمكنك صنع [مزيج فيديو] مجانًا تقريبًا على جهاز الحاسب الخاص بك.»[29] ومعنى ذلك أنه صار باستطاعة مزيد من الناس أن يبدعوا بهذه الطريقة، وهو ما يعني أن عددًا أكبر من الناس سيفعلونه. تؤخذ الصور أو الأصوات من رموز الثقافة، سواء كانت رقمية أو تناظرية. فالرموز «تلوح لنا في جميع الأوقات»، على حد قول دون جويس عندما قال لي: «إننا محاصرون» بتعبير قصد من ورائه أصلًا مجرد القراءة فقط. ويقول مارك هوسلر العضو بفرقة نيجاتيفلاند:

> عندما تتلفت من حولك بزاوية ٣٦٠ درجة، كم عدد الإعلانات والشعارات الدعائية المتنوعة التي ستشاهدها في محيطك؟ و[أنت] في سيارتك، وعلى ساعة معصمك، وعلى اللوحات الإعلانية. إذا سرت داخل متجر بقالة أو مطعم أو في أي مكان تتسوق منه، هناك دائمًا موسيقى تصدح في الأجواء. دائمًا ... هناك

> وسائط. هناك إعلانات. هناك مجلات في جميع الأنحاء ... [إنه] العالم الذي نعيش فيه. إنها الأرض التي تحيط بنا من كل جانب.

وهكذا يصبح هذا «السد» المحيط بنا من كل جانب مصدرًا نستقي منه.[30] وعلى حد تعبير يوهان سودربرج: «بالنسبة لي، أمر أشبه تمامًا بالطهي؛ فداخل صوان الفناجين بمطبخك لديك الكثير والكثير من الأشياء المختلفة، وأنت تحاول الربط بين مختلف المذاقات معًا كي تصنع شيئًا مثيرًا للاهتمام.»

وفنان المزج يفعل نفس الشيء بقِطع الثقافة التي يجدها في صوان فناجينه الرقمي.

أفضل حالات المزج التي شهدتها من قبل هي تلك التي يحقق فيها المزج رسالة أقوى بكثير مما يستطيع أي أصل القيام به وحده، ومن المؤكد أنها أقوى مما تستطيع الكلمات وحدها أن تصنعه.

على سبيل المثال، ثمة مزيج صنعه جوناثان ماكينتوش يبدأ بمشهد من فيلم ذا ماتريكس (المصفوفة)، وفيه يطرح العميل سميث السؤال التالي: «هل خالجك يومًا شعور بأنك تعيش في عالم من أحلام واقع افتراضي نُسِجت كي تستعبد عقلك؟» ثم يتلاشى المشهد بعد ذلك ليتحول إلى سلسلة من صور الحرب التي لا يصدقها عقل من قناة فوكس نيوز، وهي منظمة إخبارية يزعم البعض أنها تجعل الناس أقل وعيًا بالحقائق مما كانوا عليه قبل مشاهدتها.[31] وقرب النهاية، يظهر صوت المعلق التقليدي ليقول: «ولكنْ هناك صوت آخر؛ إنه صوت النوايا الحسنة.» وتظهر على الشاشة صورة جيرالدو ريفيرا، في مكان ما بأفغانستان. ولمدة أربع ثوانٍ تقريبًا، يقف هناك في صمت، والريح تهب بقوة في خلفية المشهد. (يمكنني دائمًا قياس سرعة بديهة جمهوري من خلال الزمن الذي يمر حتى يفهموا الدعابة: «صوت النوايا الطيبة» = الصمت.) ويختتم المقطع بمشهد من إعلان عن الفيلم الذي افتتح به ماكينتوش قطعته المزوجة: «المصفوفة تمتلكك.»

أو خذ مثلًا عمل سيم سادلر، فنان الفيديو ومخرج الأفلام. أكثر أعماله التي أحبها يدعى «جورج الكادح»، وهو مصنوع بأكمله من فيديو لجورج بوش في واحدة من مناظراته الانتخابية عام ٢٠٠٤ أمام جون كيري. مرة تلو مرة، يقتطع سادلر مواضع يقول فيها بوش مؤكدًا: «إنه عمل شاق.» وإليك نص العمل:

> سيدي، إجابة على سؤالك، فأنا أعلم بالضبط كيف يعمل هذا العالم. إنني أشاهد على شاشات التلفزيون مدى صعوبته. إننا نحرز تقدمًا؛ إنه عمل شاق.

إن أناسًا كثيرين عظماء حقًّا يبذلون جهدًا شاقًّا، إن باستطاعتهم بذل الجهد الشاق. هذا هو ما يميزهم عن الأعداء. وهو عمل شاق، ولكنه عمل ضروري وهو جوهري، لكنني من جديد أود أن أقول للشعب الأمريكي إنه عمل شاق. إنه عمل شاق. إنه عمل شاق. ما من شك يخالج عقلي أنه عمل ضروري. إنني متفهم كم هو شاق، هذه وظيفتي. لا شك في ذلك، إنه أمر جد عسير. إنه عمل شاق أود حقًّا أن أؤديه، لكنني كنت آمل ألا أضطر إليه أبدًا، لا يوجد خطأ في هذا. لكنني من جديد أعود وأكرر لإخوتي المواطنين، إننا نحرز تقدمًا. إننا نحرز تقدمًا هناك. أرفض تلك الفكرة. إنها سخيفة. إنه عمل شاق. إنه عمل شاق. تلك خطة لتحقيق النصر وهي أفضل السبل. ما قلته هو أنه عمل شاق وقد أوضحته إيضاحًا بالغًا.

عادةً ما ينفجر الجمهور في موجة عارمة من الضحك عند عبارة «كنت آمل ألا أضطر إليه أبدًا، لا يوجد خطأ في هذا» وبهذا لا يسمع الناس بقية المقطع. لكن في نهايته، يجعلنا المرشح الذي فرضه سادلر نفهم رسالة بوش بصورة أفضل.

البعض يشاهد هذا المقطع ويقول: «انظروا، هذا يوضح أن أي شيء يمكن مزجه لإعطاء انطباع خاطئ عن الهدف.» لكن في حقيقة الأمر، إن عبارة «لا أؤدي عملًا شاقًّا» كانت ستؤدي نفس المعنى تمامًا الذي عرضته العبارات الواردة في المقطع؛ لأنه من المعروف تمامًا أنه على الأقل قبل أحداث الحادي عشر من سبتمبر كان بوش رئيسًا بعيدًا تمامًا عن مشهد الحكم؛ إذ كان في عطلات بلغت نسبتها ٤٢٪ من الشهور الثمانية الأولى من فترة حكمه.[32] إذن نجاح المقطع يعتمد على ما نعرفه عنه بالفعل. إن قوته تكمن في أنه يجعل بوش نفسه يقول ما نعرف أنه ليس صحيحًا عنه. ونفس الفكرة لم تكن تصلح مع أشخاص مثل بيل كلينتون أو بيل جيتس مثلًا. فمهما أردت أن تقول عنهما لن يعتقد أحد أنهما لا يعملان بجدية.

أما المقطع المفضل لدي من بين جميع تلك المقاطع المفضلة، فهو لا يزال مقطعًا من سلسلة تسمى «اقرأ شفتيَّ»، الذي صنعه «سودربرج». وسودربرج فنان ومخرج ومحترف مونتاج مقاطع فيديو. وقد صنع مونتاجًا لفيديوهات موسيقية لروبي ويليامز ومادونا، و«جميع أنواع نجوم البوب» على حد قوله. وهو يمتلك كذلك موقعًا تلفزيونيًّا على شبكة الإنترنت soderberg.tv يحتوي على أعماله كافة. ويمتد هذا العمل على مدار فترة تصل إلى ما يقرب من عشرين عامًا.

و«اقرأ شفتيَّ» سلسلة صنعها سودربرج لصالح شركة سويدية تدعى «أتمو»، وفيه تم عمل تزامن لحركة شفاه المشاهير مع كلمات أغاني أو عبارات لأشخاص آخرين. إنها جميعًا مضحكة بشكل غير عادي (برغم أنك لا يمكنك الآن رؤيتها جميعًا؛ لأن أحدها، والذي تم فيه المزج بين صورة هتلر وأغنية «مولود كي أعيش»، أدى إلى رفع دعوى قضائية ضده).

وأفضل تلك المقاطع (في رأيي أنا على الأقل) أغنية عاطفية تضم توني بلير وجورج بوش. أما المقطع الصوتي المصاحب للفيديو فهو أغنية ليونيل ريتشي (يشاركه في الأغنية باربارا سترايسند) «حب لا نهاية له». ولعلنا نتذكر كلمات الأغنية «حبيبي، لا يوجد سواك في حياتي». أما الصور فهي لبوش وبلير. ومن خلال عملية مونتاج متقنة، يوفق سودربرج بين حركة شفاه بوش وهو يغني الجزء الخاص بالمطرب، بينما يؤدي بلير الجزء الخاص بالمطربة. ولا يمكن لرسالة أن تكون أقوى من تلك: بريطانيا الخنثى وقعت في أسر هوى جامح تجاه سيدها بوش.

النقطة الواضحة هنا أن مزيجًا مثل هذا ليس من الممكن ألا يخلف جدلًا وراءه، على الأقل في ثقافتنا، أكثر فعالية بكثير مما تصنع الكلمات. (وأقصد بكلمة «فعالية» هنا أنها توصل رسالتها بنجاح لقطاع عريض من المشاهدين.) بالنسبة لأي شخص عاش في حقبتنا الزمنية، فإن مزجًا بين الصور والأصوات يوضح المقصود بصورة أقوى كثيرًا جدًّا من أي مقال مكون من ثمانمائة كلمة تنشره النيويورك تايمز. لا أحد يمكنه أن ينكر قوة هذا المقطع، حتى مؤيدو بوش وبلير، مرة أخرى بسبب اعتماده على حقيقةٍ جميعنا يقر بصحتها، بمن فيهم مؤيدو بوش وبلير. إنه لا يدافع عن الحقيقة وإنما يعرضها للناس. وبمجرد عرضها، فإنه لا مهرب ساعتها لأي أحد من تأثيرها. وهذا الفيديو بمنزلة فيروس؛ فبمجرد أن يدخل عقلك، لا يمكنك أن تفكر مرة أخرى في بوش وبلير مثلما كنت تفعل من قبل.

ولكن لماذا، مثلما سئلت أنا مرارًا وتكرارًا، لا يمكن للمولف ببساطة صنع محتوًى خاص به هو؟ ولماذا كان من المهم اختيار إيقاع طبول من تسجيل ما لفرقة البيتلز؟ أو صورة لوارهول؟ لماذا لا تسجل ببساطة إيقاع طبلة خاصًّا بك؟ أو ترسم صورة من إبداعك أنت؟

ليست الإجابة على هذين السؤالين بعسيرة لو أننا صببنا تركيزنا من جديد على سبب امتلاك تلك الرموز لمعنى ما. إن معناها لا يأتي من مضمون ما تقوله؛ وإنما يأتي من التلميح الذي تشير إليه، والذي لا يكون قابلًا للتعبير عنه إلا إذا استخدم المصدر الأصلي. وتصير الصور أو الأصوات التي تجمع من أمثلة عالم الواقع بمنزلة «ألوان باليتة الرسم». وهذه «المرجعية الثقافية»، حسبما شرح المبرمج وفنان المزج فيكتور ستون: «هي التي لها معنى عاطفي لدى الناس ... فعندما تستمع إلى أربعة مقامات موسيقية فقط من أغنية «ثورة» لفريق البيتلز، فإنها تعني بالنسبة لك شيئًا.»[33] وعندما «تمزج تلك الأشياء الرمزية معًا» بشيء جديد، فإنك تخلق على حد تعبير سودربرج «شيئًا جديدًا لم يكن موجودًا من قبل.»

كانت فرقة نيجاتيفلاند تصنع ممزوجات غنائية باستخدام «ثقافة موجودة» — أي تسجيلات مجمعة من ثقافة القراءة فقط — لمدة تربو على خمسة وعشرين عامًا. وكما شرحت في البداية ذاع صيتها (وكان صيتًا مشينًا) في بادئ الأمر؛ لأنهم كانوا هدفًا لإجراءات قضائية اتخذت ضدهم من قبل كيسي قاسم وفرقة يو تو، بعد أن أطلقت نيجاتيفلاند مزيجًا من مقدمة كيسي قاسم ليو تو في برنامج أفضل ٤٠ أغنية الذي يقدمه. إذن لماذا لم تتمكن نيجاتيفلاند ببساطة من استخدام شيء أصلي؟ لماذا لم يتمكنوا من إعادة تسجيل المقطع باستخدام ممثل؟ شرح هوسلر الأمر بقوله:

> كان في استطاعتنا أخذ تلك الشرائط التي حصلنا عليها لكيسي قاسم واستئجار شخص ما يحاكي كيسي قاسم، وجعله يؤدي إعادة خلق درامي. فلماذا اضطررنا لاستعمال الشيء الأصلي ... الحقيقي فعلًا؟ حسنًا؛ هذا لأن الشيء الحقيقي بداخله قوة. إن له هالة ومهابة. إن به سحرًا. وهذا ما يلهم العمل.

حدث أمر مشابه مع فيلمهم الرائع، وإن كان شائنًا بدرجة ملحوظة، «مزيج المسيح». هذا الفيلم الذي لا تزيد مدته على خمس دقائق مصنوع عن طريق المزج بين العشرات من الأفلام التي صنعت طوال التاريخ عن صلب المسيح. والتعليق الصوتي في خلفية تلك الصور لواعظ أصولي لا يفتأ يكرر عبارة (أثناء الدقيقة الأولى من الفيلم) «المسيحية غبية.» بعدها ينتقل الفيلم بعد حوالي دقيقة ونصف من بدايته لعبارة يقولها الواعظ «الشيوعية طيبة.» والعبارة الأولى توحد المسيحيين جميعًا، على الأقل، ضد الفيلم.

غير أن الثانية تحول المشاعر في الاتجاه المعاكس، حيث يمكن أيضًا أن ينظر للفيلم باعتباره نقدًا للشيوعية. حسبما شرح هوسلر العمل بقوله:

> خرج فيلم «مزيج المسيح» إلى النور من قلب خاطر تافه مرَّ بمخيلتي ذات يوم عندما كنت أتنقل بين أرجاء موقع أمازون، فقلت لنفسي: «كم يا ترى عدد الأفلام التي أنتجت عن حياة المسيح؟» وانتهى بي الأمر إلى ثلاثين أو أربعين فيلمًا منها، وبدأت التفكير في أنه [كيف] كان كل واحد من تلك الأفلام يحوي مشاهد متتابعة متشابهة للمسيح وهو يُضرب بالسياط ويجلد ويعذب. هناك دائمًا مشهد له وهو يحمل الصليب وهو يتعثر ثم يسقط على الأرض. وهكذا ولدت الفكرة في عقلي ... واعتقدتُ أن هذا من الممكن أن يصنع مونتاجًا مشوقًا للمادة الفيلمية.

ولم يكن من الممكن تنفيذ هذه الفكرة المونتاجية بتصوير فيلم جديد — سيكون رقمه الحادي والأربعين — يصور عملية الصلب.

(٤) أهمية المزج

شرحت لتوي ما أعنيه بالمزج، وذلك بأن وصفت نبذة من ممارسته. وسواء أكان المزج نصًّا أم غير ذلك، فإنه عبارة عن فن كولاج (أي تجميع من هنا وهناك لإخراج عمل فني جديد)؛ ومنبعه الجمع بين عناصر ثقافة القراءة فقط؛ وهو يحقق النجاح عن طريق الاستفادة من المعنى الذي تصنعه المرجعية في بناء شيء جديد.

ولكن ما الداعي لأن يهتم أي إنسان بما إذا كان المزج ستزدهر أحواله أو حتى يوجد من الأصل؟ ما الذي سيجنيه أي امرئ أكثر من مجرد ضحكة رخيصة؟ وما الذي سيربحه المجتمع، أكثر من إغضاب أناس مشاهير؟

في الوقت الحالي، هناك أمران طيبان يصنعهما المزج بالنسبة لنا، أو لأبنائنا — على الأقل — أحدهما يفيد المجتمع، والآخر يخدم غرضًا تربويًّا.

(٤-١) المجتمع

تتواجد عمليات المزج في إطار مجتمع من المازجين. وفي العصر الرقمي، من الممكن أن ينتشر هذا المجتمع في جميع أنحاء العالم. إن أعضاء هذا المجتمع يُنشئون الجديد أحيانًا بعضهم لبعض. وهم يعرضون بعضهم على بعض ما يمكنهم صنعه، مثلما يعرض الأطفال المتزلجون على لوح الانزلاق مهاراتِهم على أصدقائهم، ويُرونهم ما يمكنهم صنعه. وهذا العرض له قيمته النفيسة، حتى إذا كان ما ينتجونه في حد ذاته لا قيمة له.

ولننظر مثلًا إلى مجتمع يصنع أفلام فيديو رسوم الأنيمي المتحركة المصحوبة بالموسيقى. إن رسوم الأنيمي المتحركة عبارة عن أفلام كرتون يابانية اجتاحت أرجاء أمريكا منذ بضع سنوات. تُصنع أفلام الرسوم المتحركة المصحوبة بالموسيقى (عادةً) عن طريق مزج صور من أفلام الكرتون هذه مع مقطع موسيقي أو مقطع مأخوذ من إعلان أحد الأفلام. وقد يستغرق كل فيلم فيديو في إنشائه ما بين خمسين وأربعمائة ساعة. وهناك الآلاف منها بمعنى الكلمة يجري التشارك فيها بصورة غير تجارية على الموقع الرئيسي لذلك، وهو animemusicvideos.org.

من بين الأهداف التي يسعى إليها هؤلاء المبدعون اكتساب المعرفة. ومن الأسباب الأخرى استعراض قدراتهم. وأيضًا صنع أعمال ذات جمال مبهر. إن إتقان هذا العمل أمر من الصعوبة بمكان، وأي شخص يجيد عمله يملك كذلك موهبة الإجادة في الصناعات الإبداعية. وهذه الحقيقة لم تغب عن بال القائمين على الصناعات، ولا الجامعات التي تدرب الصغار على هذا المجال. فبعد أن شرحت أفلام الرسوم المتحركة المصحوبة بالموسيقى في إحدى محاضراتي، اقترب مني أحد الآباء ثم قال لي والدموع تترقرق في عينيه: «إنك لا تدري كم يشكل هذا الموضوع أهمية لي؛ فولدي لم يستطع الالتحاق بأية جامعة، ثم عندما عرض عليهم إنتاجه من أفلام الرسوم المتحركة المصحوبة بالموسيقى، صار الآن ملتحقًا بواحد من أفضل معاهد التصميم في أمريكا.»

أفلام الرسوم المتحركة الموسيقية أمريكية بوجه خاص، أو يمكن القول إنه رغم كونها مبنية على الرسوم المتحركة اليابانية، فإنها ليست يابانية تحديدًا. وليس هذا لأن الأطفال اليابانيين ليسوا مازجين، وإنما على العكس، تشجع الثقافة اليابانية هذا المزج

منذ نعومة أظفار المواطنين، وبصورة أكثر توسعًا بكثير. فطبقًا لرأي عالمة الأنثروبولوجيا الثقافية ميمي إيتو:

> كانت وسائل الإعلام اليابانية في الطليعة حقًّا فيما يختص بدفع محتوى ممزوج وموجه من قبل المستخدم بدءًا من الأطفال الصغار. فإذا أخذت أشياء مثل بوكيمون ويو-جي-أوه! كمثالين على تلك الأنواع من الأشكال الأكثر جماهيرية من الارتباط بوسائل الإعلام، لوجدنا أن قاعدتها شديدة الاتساع في اليابان، وربما كانت أكثر اتساعًا مما هي عليه في الولايات المتحدة. لقد وصلت أشياء مثل بوكيمون ويو-جي-أوه! إلى نقطة التشبع بنسبة تقترب من ١٠٠٪ في ثقافات الأطفال في اليابان.[34]

لكن الفارق بين الثقافات لا يتعلق بالتشبع وحده. يستشهد هنري جنكنز بآراء أستاذَي التربية ديفيد باكينجهام وجوليا سيفتون جرين، «بوكيمون شيء أنت تصنعه، وليس مجرد شيء تقرؤه أو تشاهده أو تستهلكه»، وتواصل حديثها قائلة:

> هناك عدة مئات من البوكيمونات المتنوعة، كل واحد منها له أشكال تطورية متعددة ومجموعة معقدة من المنافسين والملحقات. ولا يوجد نص واحد يمكن للمرء التوجه إليه كي يحصل على معلومات عن الأنواع المختلفة؛ وإنما، يقوم الطفل بتجميع ما يعرفه عن البوكيمون من مختلف الوسائط، ويتوصل إلى نتيجة؛ ألا وهي أنه يعلم شيئًا ما، لا يعلمه أصدقاؤه، ومن ثم تصبح لديه الفرصة لتقاسم تلك الخبرة مع الآخرين.[35]

تشرح إيتو الأمر بقولها: «كل شخص إذن لديه مجموعة خاصة به هو شخصيًّا من البوكيمون. وهذا أمر مختلف تمامًا عن [وسائل الإعلام الأمريكية، التي] تطلب من الأطفال التآلف مع شخصية واحدة.»

وليس البوكيمون سوى مثال واحد على ممارسة شائعة في اليابان.

هذا الأسلوب الأشهر يدفع «الأطفال نحو ابتكار حيوات أكثر اقترابًا من شخصية كل منهم، وتطوير مسارات ذات توجه مزجي نحو المحتوى.» فجميع الأطفال في الصفين الثاني والثالث على سبيل المثال:

> سوف يحملون معهم أينما ذهبوا كراسة رسم ليس إلا ... وبداخلها رسوم لشخصيات المانجا [الكرتونية]. هذا ما يفعله الأطفال [اليابانيون]. وبوصولهم للصف الرابع أو الخامس يشتهر أطفال بعينهم ببراعتهم في الرسم وبعدها يبدءون بالفعل في صنع قصصهم الأصلية بأنفسهم. وعند مرحلة ما يتطلب الأمر حثًّا لهم نحو مشهد «الدوجينشي» بأكمله، وهو ثقافته الفرعية الخاصة به. ويحدث هذا عادةً من خلال التعرف على طفل أكبر سنًّا اشترك في هذا الأمر.

أما الأطفال الأمريكيون فالأمر بالنسبة لهم مختلف؛ إذ ليس التركيز منصبًّا على فكرة «إليكم شيئًا ما، فاصنعوا شيئًا به»، وإنما بدلًا من ذلك ينصب التركيز على فكرة «إليكم شيئًا ما، فاشتروه». تفسر إيتو الأمر بقولها: «الولايات المتحدة تملك استثمارًا ثقافيًّا أقوى في فكرة براءة الأطفال، كما أنها تحمل وجهة نظر أكثر ميلًا لفرض الحماية فيما يختص بالمحتوى الإعلامي.» إن هذه النزعة نحو فرض «الحماية» تمتد كذلك إلى التعليم في المدارس. «فالترفيه» شيء و«التربية» شيء آخر. إذن أي مهارة يتعلمها المرء في هذه «الثقافة المزجية تُبنى في اتجاه مخالف للإنجاز الأكاديمي.» وهكذا، وبرغم أن «الثقافة المزجية» تزدهر مع وسائل الإعلام الموجهة نحو الكبار في الولايات المتحدة، «فلا يزال هناك قدر كبير من المقاومة ضد وسائل الإعلام الموجهة للأطفال وضد [اندماجها] الكامل الفعلي في ذلك الفضاء.»

غير أن هناك شغفًا آخذًا في النمو تجاه المزج لدى الأطفال الأمريكيين، وليست الأفلام الكرتونية الموسيقية سوى مثال مهم على ذلك. كانت إيتو تدرس هؤلاء المبدعين في هذا المجال، الذين يخالجهم «الشعور بمساراتهم» باعتبارهم مبدعين. إنها تحاول أن تفهم متى تأتي اللحظة التي «يعتبر المعجب [نفسه] فيها وسيطًا إعلاميًّا وليس مجرد مستهلك» وما هي التجربة (علمًا أنها من المؤكد لم تكن تعليمًا رسميًّا) التي أدت بهم إلى هذا الشكل من أشكال التعبير؟

إن النتائج التي توصلت إليها إيتو ليست مكتملة، غير أن هناك بعض الأنماط الواضحة. على سبيل المثال، «نسبة عالية جدًّا من الأطفال الذين ينخرطون في ثقافة

المزج كانت لديهم تجربة سابقة مع صيغ الألعاب التفاعلية.» و«يسيطر على المشهد في مجال أفلام الرسوم المتحركة الموسيقية رجال بيض ينتمون إلى الطبقة المتوسطة»، وعلى النقيض من أشهر المولفين في تاريخ اليابان الحديث، كانت «فتيات الطبقة العاملة» هن من أنتج ثقافة الدوجينشي. فمعظمهن «لديهن عمل صباحي أو طالبات بدوام كامل ولكنهن ... يعشن حياة الهاويات النشطات إلى حد لا يكاد يصدق ... [فهن] يعتبرن أنفسهن منتِجات ومشاركات في الثقافة ولسن مجرد متلقيات لها.» وتتم هذه المشاركة مع آخرين. إنهن يشكلن مجتمعًا. وهذا المجتمع يعول نفسه بنفسه.

(٤-٢) التربية

القيمة الثانية للمزج تمتد لما يتجاوز قيمة المجتمع. فالمزج عادة ما يكون في كثير من الأحيان، حسبما تصف ميمي إيتو، استراتيجية تهدف لاستثارة «تعليم يقوم على الاهتمام». وحسبما يوحي الاسم، فالتعليم القائم على الاهتمام موجه من قبل الاهتمامات المكتشفة. فعندما يهم الأطفال بأداء عمل يشعرون بشغف تجاهه، فإن الأطفال (وفي هذا الشأن، الكبار أيضًا) يتعلمون المزيد والمزيد بصورة أكثر فاعلية.

ولقد كتبتُ عن هذا الموضوع في كتاب سابق لي بعنوان «ثقافة حرة». وفي هذا الكتاب قدمت وصفًا لعمل إليزابيث ديلي وستيفاني باريش، وكلتاهما كانت تعمل مع الأطفال في مدارس مكتظة موجودة بمناطق محرومة. وبتقديم محو أمية إعلامية أساسية لهؤلاء الأطفال، رأينا كيف أن فصولًا من الطلاب، ممن كانوا قبلًا لا يتمكنون من الحفاظ على تركيزهم لفترة واحدة، يقضون الآن كل لحظة حرة من كل ساعة تفتح فيها المدرسة أبوابها في عمل مونتاج متقن لأفلام فيديو عن حياتهم، أو عن قصص كانوا راغبين في روايتها.

شهد آخرون القدر نفسه من النجاح ينمو جراء استخدام وسائط المزج في التعليم. ففي جامعة هيوستن — التي لا تستطيع نسبة كبيرة من طلابها التحدث بالإنجليزية كلغة أولى — أنتج مشروع رواية القصة الرقمية نطاقًا غير عادي من الفيديوهات التاريخية، صنعها طلاب يجرون أبحاثهم حول القصة بعناية، وينتقون من أرشيفات الصور والأصوات، ويمزجون ما يحقق أفضل أسلوب في نقل الحجة التي يريدون طرحها من خلال الفيديو.

وعلى حد تعليق هنري جنكنز: «العديد من الكبار يساورهم القلق من أن «ينسخ» هؤلاء الأطفال محتوًى وسائطيًّا موجودًا بالفعل بدلًا من أن يُبدعوا هم أعمالهم الأصلية.»[36] ولكن حسبما أجاب جنكنز على ذلك، وكان محقًّا في إجابته، «يومًا بعد يوم يدرك المزيد من خبراء محو الأمية أن اختلاق، واقتباس، واستلهام عناصر من قصص موجودة بالفعل جزء قيم وعضوي من العملية التي يطور الأطفال من خلالها المعرفة الثقافية.»[37] ويدفع جنكنز بأن على الآباء بدلًا من ذلك أن «ينظروا إلى مقاربات [أطفالهم] باعتبارها نوعًا من التدريب المهني.»[38] إنهم يتعلمون من خلال المزج بين الأشياء. الحقيقة، أنهم يتعلمون المزيد عن شكل التعبير الذي يمزجونه أكثر مما لو اكتفوا بصنع هذا التعبير مباشرةً.

ليس معنى هذا بالطبع أنه مهما كان الأسلوب الذي يصنعون به المزيج، فإنهم يصنعون بالضرورة شيئًا طيبًا. فهناك مزج جيد ومزج رديء، كما أن هناك كتابة جيدة وكتابة رديئة. ولكن تمامًا مثلما أن الكتابة الرديئة ليست حجة تمنعنا من الكتابة على أي الأحوال، فكذلك المزيج الرديء ليس حجة ضد المزج في حد ذاته. وإنما في كلتا الحالتين، العمل الرديء حجة تقف في صف تربية أفضل. وعلى حد قول هوسلر لي:

> كل مدرسة ثانوية في أمريكا يجب أن تقدم منهجًا دراسيًّا في محو الأمية الوسائطية. إننا مطمورون في هذا الشيء. إننا نتنفسه. إننا نتجرعه باستمرار. إنها أنباء ومعلومات على مدار اليوم والأسبوع وثقافة شعبية ... إذا كنت تحاول تربية أطفالك على التحلي بتفكير نقدي حيال التاريخ والمجتمع والثقافة، فعليك أن تشجعهم على أن يكونوا مفكرين وناقدين للوسائط والمعلومات والإعلان.
>
> فعمل شيء بالثقافة، بأسلوب المزج، واحد من أساليب اكتساب المعرفة.

(٥) القديم في الجديد

بالنسبة لكثيرين، سوف يبدو وصفي للمزج أشبه بشيء حديث للغاية، وهو كذلك بالفعل إذا نظرنا إليه من زاوية ما، غير أنه من زاوية أخرى مختلفة — لعلها أكثر أصولية — علينا أيضًا أن نفهم أنه لا يوجد شيء جديد تمامًا في المزج. بعبارة أخرى، الجزء المشوق في المزج ليس شيئًا جديدًا. كل ما هو جديد في الموضوع هو التقنية المستخدمة وسهولة التشارك في ناتج تلك التقنية. وتدعو هذه السهولة مجتمعًا أوسع للمشاركة؛ فهي تجعل

المشاركة أكثر إلحاحًا. غير أن العمل الإبداعي الذي ينخرط فيه الناس ليس بالضرورة مختلفًا بصورة واضحة عن العمل الذي وصفه سوزا، عندما استدعى لذاكرة الكونجرس ما كان يحدث في الماضي بعبارة «شباب يتجمعون معًا لينشدوا أغنيات العصر الحالي أو أغنيات قديمة.»

إذن حسب ما قلت سابقًا، المزج باستخدام «الوسائط» هو نفس الأمر الذي مارسناه دومًا مع الكلمات. فهو الأسلوب الذي استخدمه بن في الكتابة. والذي يستخدمه المحامون في مرافعاتهم. إنه أسلوبنا في الحديث في جميع الأوقات. ونحن لا نلاحظ أنه على هذا النحو؛ لأن هذا مزج قائم على النص، سواء كان كتابة مدونة أو حوارًا نتحدث به، فهو شائع مثله مثل الغبار. ونحن نعتبر الحريات التي نمارسها فيه أمرًا مسلمًا به. وجميعنا يتوقع أن بإمكاننا اقتباس، أو إدماج، كلمات أناس آخرين فيما نكتبه أو نقوله. وهكذا فإننا نقتبس بالفعل، أو ندمج، أو نمزج بين أقوال مختلفة ذكرها آخرون.

نفس الشيء ينطبق على «الوسائط»؛ فالوسائط المزوج بينها تنجح عندما تعرض على الآخرين شيئًا جديدًا؛ وهي تفشل عندما تكون مبتذلة أو مشتقة. ومثل مقال رائع أو دعابة مضحكة، يعتمد المزج على عمل الغير كي ينتج لنا عملًا جديدًا. إنها الكتابة العظيمة دون كلمات. إنه الإبداع المدعوم بالتقنية الحديثة.

لكن رغم أن هذا المزج ليس بالشيء المستحدث، فإنه ظل يتعرض للإسكات أغلب فترات تاريخنا. لم يكن الذي يسكته رقيبًا على المصنفات، ولا حتى رأسماليين أشرارًا، بل ولا حتى رأسماليين أخيارًا. بل ما كان يسكته أن الشق الاقتصادي للتحدث بهذا الأسلوب المختلف جعل منه أمرًا مستحيلًا، على الأقل بالنسبة لمعظمنا. فلو أنك أردت عام ١٩٦٨ تسجيل آخِر حلقة من البرنامج الإخباري لوالتر كرونكايت والمزج بينها وبين أغنية لفريق البيتلز، ثم التشارك في هذا المزيج مع عشرة آلاف شخص من خيرة أصدقائك، لم يكن القانون هو الذي سيمنعك من هذا. وإنما ما كان سيمنعك أن تكلفة الإنتاج وحدها كانت ستبلغ عشرات الآلاف من الدولارات.

لقد أزالت التقنيات الرقمية الآن هذا الرقيب الاقتصادي. فأساليب الخطاب والمدى الذي يصل إليه صارت عظيمة الآن. وزادت أعداد من باستطاعتهم استخدام مجموعة أكثر اتساعًا من الأدوات في التعبير عن الأفكار والمشاعر بصورة مختلفة. فأعداد من يستطيعون ذلك زادت وسوف تواصل الازدياد، على الأقل إلى أن يمنعهم القانون بصورة ناجعة.

الفصل الخامس

مقارنة بين الثقافتين

وصفت لتوي ثقافتين ونوعين مختلفين من الإبداع: أحدهما هو إبداع القراءة فقط، ووقوده المهنيون المحترفون، أما الآخر فهو إبداع القراءة والكتابة، ووقوده كل من المحترفين والهواة. كان كلا النوعين مصيريًّا في تطور الثقافة بوجه عام. وكلاهما سوف ينتشر من خلال نضج التقنيات الرقمية. لكنني على الرغم من إيماني بأن كليهما سوف ينمو في العصر الرقمي، فإنه لا تزال هناك فروق مهمة بينهما. وفي هذا الفاصل الموجز، علينا أن نضع في اعتبارنا بعضًا من تلك الفروق. وبعدها — وقبل أن نتحول إلى مناقشة التطور الذي ربما عُد الأكثر تشويقًا — علينا أن نُعمل الفكر في بعض الدروس المستفادة من فهم هاتين الثقافتين.

(١) الفروق في القيمة و«القيم»

تجسد هاتان الثقافتان قيمًا مختلفة.

تتحدث ثقافة القراءة فقط عن النزعة الاحترافية. فرموزها الثقافية تتطلب ثمة احترامًا ما. إنهم يقدمون أنفسهم بوصفهم سلطة، إنهم يعلمون الغير، ولكن ليس عن طريق دعوتهم لطرح تساؤلات. وحتى إذا دعوهم لطرح تساؤلات، فإنهم يوجهون التساؤلات نحو شخص آخر غير المتحدث، أو المؤدي، أو المبدع.

هذا الشكل من الثقافات يتمتع بأهمية مصيرية، سواء بالنسبة لانتشار الثقافة أو انتشار المعرفة. هناك مواضع تكون السلطة مطلوبة فيها؛ فلا يرغب أحد في أن تكون قوانين الكونجرس عرضة للتغيير المستمر من قبل المستخدمين وكأنها موضوعة على موقع ويكي. والأمر عينه يسري على تعليمات إعطاء الدواء، وخطة الطيران لإحدى شركات الخطوط الجوية التجارية.

إذن ثقافة القراءة فقط محورية أيضًا لنمو الفنون. فالقدرة على توجيه العائد التجاري من وراء الموسيقى أو الأفلام أتاحت لكثيرين إبداع ما لم يكن في استطاعتهم، لولا ذلك، أن يبدعوه. وهذه هي الوظيفة الصحيحة لقانون حقوق التأليف والنشر، وهي مبرره الطيب الوحيد. وحيثما نجد أن غياب ذلك القانون الخاص من الممكن أن يعرقل الإبداع، يصير لذلك القانون مبرره المنطقي والبديهي.

وأخيرًا، تيسر ثقافة القراءة فقط سبيل سلامة التعبير، وهي أمر يعتبر — في نظر البعض على الأقل — جوهريًّا. إن الفنانين يريدون أن يكون تعبيرهم موضوعًا في الإطار الذي يقصدونه بالضبط. إن ثقافة القراءة فقط تمنحهم تلك الحرية. إن الأطباء أو شركات الدواء يرغبون في الاطمئنان إلى أن تعليماتهم أو شرحهم الطبي لن يترجم على يد كل من هب ودب. فالضوابط هنا مهمة، وهي ليست شرًّا مطلقًا. ومرة أخرى، ما دام ذلك يمنحنا شيئًا لم نكن لنملكه لولاه — التعبير الفني أو ضمان الجودة — فإن الضوابط من الممكن أن تكون شيئًا طيبًا.[1]

أما ثقافة القراءة والكتابة فتمتد إلى منحًى مختلف. إنها تمس الحياة الاجتماعية بصورة مختلفة. إنها تمنح الجمهور ما هو أكثر. أو الأفضل من ذلك، إنها تطلب من الجمهور ما هو أكثر. إنها تُعرَض عليهم باعتبارها مسودة. إنها تدعو لرد فعل. وفي ثقافة من هذا النوع، ينمو لدى المواطنين نوع من المعرفة يخول الناس سلطة بنفس القدر الذي يقدم لهم به المعلومة أو الترفيه.

أشاهد هذا الاختلاف مباشرةً في حياتي العملية كمدرس. فعندما يفد الطلبة على كلية الحقوق، يأتي معظمهم من نظام تعليم ينتمي بالأساس لثقافة القراءة فقط. وطوال سنوات أربع (أو أكثر)، يجلس هؤلاء الطلاب في قاعات المحاضرات الفسيحة، وتجلس قبالتهم أستاذة جامعية دورها الأساسي أن تقرأ عليهم نفس المحاضرات التي ألقتها عامًا بعد عام. ثم تطرح سؤالًا: «هل من أسئلة؟» وعادةً ما تتعلق الأسئلة بالنظام، لا بجوهر المادة على غرار: «هل علينا أن نقرأ الفصل الخامس؟» و«هل سيتضمن الامتحان سؤالًا عن الصيغة الشرطية؟»

ربما كانت تلك هي الطريقة الملائمة لتدريس معظم مناهج الدراسة الجامعية. غير أن أفضل تعليم قانوني مختلف عن ذلك اختلافًا جذريًّا؛ فَقاعة الدرس في كلية الحقوق عبارة عن مرافعة؛ فالأستاذ يقدم المصدر لتلك المرافعة، والدرس ما هو إلا منتدى تقدم من خلاله تلك المرافعة، وتُطرح على أولئك الأساتذة أسئلة وتصنع تلك الأسئلة إطارًا لمناقشة ما، ويتطلب البنيان منهم أن يبدعوا أثناء مشاركتهم في المناقشة.

يتحير أولئك الذين لا يعلمون إلا أقل القليل عن أسلوب عمل القانون — بل إنهم يصابون بالذعر في بعض الأحيان — عندما يرون أن هذا هو أسلوبنا المتبع في تدريب المهنيين. إن نموذج الكيمياء الحيوية أكثر جاذبية لهم: «إليكم قائمة بأسماء أشياء عليكم أن تحفظوها عن ظهر قلب. هيا.» غير أن القانون ليس قائمة من اللوائح. فالقانون أسلوب متبع في التحدث والفكر، والأهم أنه مجموعة من الأخلاقيات. في إطار المنظومة الأمريكية، على الأقل، يصاغ القانون أثناء ممارسته عمليًّا. فأسلوب صياغته يعتمد على القيم التي يتشاركها ممارسوه.

هذا الشكل من التربية يعلم الطالب تحمل المسئولية علاوة على تلقينه المادة العلمية ذاتها. إنه ينمي لديه الأخلاقيات إضافةً إلى المعرفة بمجال مهني معين. كما أنه يعبر عن احترام قوي لطلابه أحيانًا: فقد صاروا اعتبارًا من الأسبوع الأول لهم في الكلية جزءًا من الحوار، وهذا الحوار هو محور دراسة القانون. فوجهات نظرهم تحظى بالتوقير، على الأقل طالما أنهم يضعونها في إطار من اللغة القانونية.

جميعنا يؤمن بهذا عند مستوًى ما. جميعنا يؤمن بأن للكتابة أخلاقياتها الخاصة بها، وأنها تفرض تلك الأخلاقيات على الكاتب وعلى ما يكتبه. ومن يعترضون منا على القضاة الذين يفوضون كتبة الجلسات في كتابة الحيثيات ينتقدونهم، ليس بالضرورة لأنهم يريدون قضاةً أفضل لبراعتهم في الكتابة، وإنما لأنهم يريدون آراءً تحمل بصمة القيود المفروضة من مسئولية الكتابة. فالإبداع مسئولية. وتعلمه لا يأتي إلا من خلال ممارسته.

أولئك الذين يدرسون شئون لجان المحلفين يقولون إن لها تقريبًا نفس التأثير على المواطنين الأعضاء فيها؛ إذ تُقدَّم الأدلة للمحلفين، وهم يعملون على دراستها. وأثناء مناقشتها، يدركون أنه قد خولت لهم سلطة استثنائية (أحيانًا). ويوقظ هذا الأمر انتباههم (أحيانًا). إنهم يتفهمون أن أمامهم مسئولية تتجاوز كثيرًا قيمة حياتهم العادية. إنها تجعلهم يفكرون ويتصرفون بطريقة مختلفة، حتى بعد أن يصدروا حكمهم.

هذه الأمثلة تجعلني أنحاز أكثر لوجهة نظري. أظن بطبيعة الحال أن القراءة مهمة. وأنها بطبيعة الحال «جوهرية». غير أن الناس يصلون إلى ما هو أبعد بكثير من الجوهري. وبينما كنت أشاهد أطفالي وهم يشبون عن الطوق، رأيت أن الجزء الذي أعتز به أيما اعتزاز ليس أنهم يقرءون، وإنما أنهم يكتبون. ومنذ أن كان أكبرهم في الثانية من

عمره (وقد صار الآن في الخامسة) كنا نحكي له قصص «الغول». وكنا نشعر بالفرحة ونحن نراقب انتباهه بكل حواسه لكل تطور في حبكة تلك الحكايات المؤلفة على عجل. لكن اللحظة التي بدأ فيها لأول مرة يعترض على تحول معين في حبكة القصة، وقدم رؤيته هو، كانت من أسعد لحظات حياتي. فما نود أن نوحي به إليهم هو إرادة الإنشاء الجيد.

أريد أن أرى هذه القدرة مُعبَّرًا عنها ليس بالكلمات وحدها. أريد أن أرى من يعبر عنها بجميع أشكال المعاني الثقافية. أريد أن أشاهده وهو يغير نهاية أغنية يعشقها، أو يغير من سمات إحدى شخصيات فيلم يرى نفسه فيه بقوة، أو يرسم صورة كي يعبر عن فكرة كانت قبل ذلك مجرد فكرة كامنة في عقله الباطن. أريد بداخله هذه القدرة على القراءة والكتابة، بشكل عام. أريده أن يكون ذلك الشخص الذي يمكنه الإبداع من خلال إعادة صياغة الأشياء.

هذا إذن أول فارق بين ثقافتَي «القراءة فقط» و«القراءة والكتابة»: واحدة تركز على تلقي العلم، والأخرى تشدد على تلقي العلم من خلال التحدث؛ واحدة تحافظ على نزاهتها، بينما الأخرى تعلم النزاهة؛ واحدة تشدد على وجود بنيان هرمي، أما الأخرى فتخفي البنيان الهرمي. لا يزعم أحد أننا نحتاج إلى الأولى — أي ثقافة القراءة فقط — بدرجة أقل. ولكن أي امرئ ممن عايشوها يرى أننا بحاجة للمزيد من النوع الثاني.

(٢) اختلافات في القيمة [المادية]

تركز القصة حتى الآن على القيم بمعناها المعنوي الذي نُجِله. واليساريون الذين يروجون للمثل الاجتماعية والتربوية والديمقراطية يعشقون تلك القيم ويهيمون بها حبًّا؛ فهي تتحدث عن نوع من الأشياء من المفترض أن اليساريين يهوونه.

غير أن هناك مبررات أخرى لدعم ثقافة القراءة والكتابة أكثر من مجرد مسألة أن حفنة من محبي الطبيعة يحبونها.

فعلاوة على ترويجها لقيم معينة يعتبرها البعض منا على الأقل مهمة، تروج ثقافة القراءة والكتابة لقيمة اقتصادية.

وحتى نعرف السبب، فكر لثانية في الأجهزة الضرورية لنجاح ثقافة القراءة والكتابة، إنك تجدها في كل مكان. لقد صار حجمها أصغر وأصغر وسعرها أرخص وأرخص. ومع نمو حجم شبكة النطاق العريض، صارت أكثر كفاءة في احتواء المضمون

الذي تمكنك من استهلاكه بعد ذلك. لقد أذهلني ذكاؤها الفذ. فأنا لم أعد أشاهد التلفزيون، غير أني صرت أكثر وأكثر ميلًا لمشاهدة جهاز الآي بود خاصتي بعد إيصاله بشاشة. وأنا أنفق مالًا كثيرًا على هذا. وتأمل آبل في أن ينفق الآخرون هم أيضًا مبالغ طائلة.

غير أن القيمة الاقتصادية لهذا النوع من الاستهلاك تعد ضئيلة بالمقارنة بالمستقبل الاقتصادي المرتقب للمحتوى الذي يصنعه المستهلك. فكر في جميع الأجهزة التي تحتاج إليها كي تصنع هذا الفيلم المنزلي لطفلك مثل فيلم سوبرمان؛ على غرار الكاميرا، والميكروفون، والقرص الصلب لتخزين ما حجمه ٥٠٠ جيجا بايت من اللقطات، وجهاز الكمبيوتر السريع لجعل تحميل اللقطات أمرًا ممكنًا. ثم فكر الآن في اتساع النطاق الذي تحتاج إليه كي تشارك الغير في إبداعك هذا، سواء كانوا أسرتك أو أصدقاءك.

هذه نقطة طرحت منذ بعض الوقت، لكنها ربما لم يطرحها أحد على نحو أفضل مما ورد في مقال أندرو أوديليزكو بعنوان «المحتوى ليس مَلِكًا»:[2] فبرغم اللغة الطنانة التي تستخدمها صناعة المحتوى، فإن أكثر الإسهامات قيمة في اقتصادنا تأتي من الترابط، لا من المحتوى. المحتوى هو الزنجبيل داخل خبز الزنجبيل، هو مهم دون شك، لكنه لا يمثل شيئًا مقارنةً بأعلى مكونات الخليط قيمة.

إن اليمينيون في حاجة للإقرار بذلك. بينما كنت أشاهد تطور مناظرة عن حقوق التأليف والنشر، دهشت من مدى سرعة افتتان اليمينيين بصناعة المحتوى. ربما دهشت لأنه أثناء تقريع ستيوارت بيكر لي في نقده لكتاب «ثقافة حرة»، يمضي ليبراليون من أمثالي وقتًا طويلًا جدًّا في التحدث إلى ليبراليين مثلي أكثر مما يتحدثون إلى المحافظين. وعلى حد قول بيكر في نقده:

> إذا نظرنا لقانون حقوق التأليف والنشر من قرب، لوجدنا أنه لا يحمل سوى شبهًا قليلًا بأنواع الممتلكات التي يقدرها المحافظون حق قدرها. وإنما هو يبدو أشبه ببرنامج حكومي يمتد باستمرار ويدار لصالح جماعة صاخبة جيدة التنظيم وذات مصلحة ما، مثل سوبرفاند مثلًا أو دعم منتجات الألبان، فيما عدا أن المنافع لا تعود على أصحاب المنازل المهددين بالخطر أو المزارعين الكادحين، وإنما على أناس من عينة باربارا سترايسند وإيمينيم ... فحقوق التأليف والنشر حلم أي محام؛ برنامج تنظيمي تفرضه دعاوى قانونية خاصة يكون للمدعين فيه جميع المزايا، بدءًا من تعويضات يحصلون عليها دون أن

تلحق بهم إصابات، وحتى أحكام بالمسئولية الجنائية تستخلص التعويضات من أي شخص كان في الجوار عندما وقع الاعتداء.[3]

إن النقطة التي أثارها بيكر نقطة رائعة. ودعوني أضِف إليها: مثلما علمنا الاقتصاديون المحافظون مرة تلو مرة، القيمة في الاقتصاد غالبًا لا تأتي من الاحتكارات التي تحميها الدولة. فالأرجح أن مصدرها وجود منافسة. هناك اقتصاد هائل الحجم وممتلئ بالحيوية من المنافسة التي توجه التكنولوجيا داخل اقتصادنا. إن حقوق الاحتكار التي نسميها حقوق التأليف والنشر لهي قيود معوقة لتلك المنافسة. وإني لأومن بأن تلك القيود ضرورية. غير أنه مثلما هو الحال مع كل شر لا بد منه، يجب أن يكون محدودًا قدر الاستطاعة. ينبغي علينا ألا نوفر الحماية من المنافسة إلا في الأحوال التي يكون هناك فيها مبرر قوي للغاية لتلك الحماية.

ما أقصده بالطبع ليس أن باستطاعتنا، أو أنه من الواجب علينا ببساطة، التضحية بثقافة القراءة فقط من أجل التمكين لثقافة القراءة والكتابة، وإنما العكس: أننا خلال حمايتنا لثقافة القراءة فقط علينا ألا نقتل مستقبل ثقافة القراءة والكتابة.

(٣) اختلافات في القيمة [من حيث «هل يُرجى منه خير؟»]

في شهر يونيو من عام ٢٠٠٧، بدأت الحرب ضد ثقافة القراءة والكتابة. ففي كتاب مختصر ومؤلف ببراعة بعنوان «عقيدة الهواة»، شن أندرو كين، وهو كاتب ورجل أعمال فاشل في مجال الإنترنت، هجمة ضارية على الثقافة التي أمتدحها أنا تحديدًا. وكان محور هجومه أن «ثقافة الهواة» تقتل «ثقافتنا». إن نمو هذا النوع من الإبداع سوف يدمر في نهاية المطاف كثيرًا مما نظن أنه «خير» في مجتمعنا. كتب كين يقول: «لا يمر يوم دون أن يتكشف جديد يدعونا لكي نسترِيب في مصداقية ودقة وصدق المعلومات التي نحصل عليها من الإنترنت».[4] وفي رد على كل المادة المجانية التي يعرضها الإنترنت، يبدي كين قلقًا شديدًا؛ فيحذر قائلًا: «ما نعتبره مجانيًّا، يكبدنا في حقيقة الأمر ثروة طائلة.»[5] فويكيبيديا على سبيل المثال «تقتل بدم بارد صناعة المعلومات التقليدية.»[6] و«التحول إلى الديمقراطية» الذي أمتدحه «يقوض» على حد زعمه «الصدق، ويفسد الحوار الشعبي، ويقلل من قدر الخبرة والتجربة والموهبة.»[7]

هناك قدر لا بأس به من المحاكاة التهكمية في كتاب كين؛ إذ بالرغم من أن الكتاب يهاجم الإنترنت بسبب صبيانيته وأخطائه، فإنه هو نفسه يحيرنا بأخطائه الصبيانية.[8]

(وإليك واحدة من أبرزها: «كل فشل لشركة تسجيلات، أو تسريح لأحد المراسلين، أو إفلاس لمتجر كتب مستقل؛ هو عاقبة لمحتوًى «مجاني» على الإنترنت أنتجه أحد المستخدمين، بدءًا من الإعلانات المجانية لكريجزليست، وحتى مقاطع الفيديو الموسيقية المجانية التي تبثها يوتيوب، وحتى المعلومات المجانية التي تعرضها ويكيبيديا.»[9] «كل»؟ يا للهول!)

ولكننا حتى إذا تجاهلنا كين، فإن الفكرة التي طرحها لا يمكن تجاهلها. فهناك كثيرون ممن أعربوا عن خوف مشابه من الأخطار التي يشعرون بوجودها من جراء هذا الشكل الأحدث من الإبداع.

المرة الأولى التي تعرضت فيها لهذا النقد كانت في مؤتمر عقد بجامعة نيويورك عن «الاستخدام العادل». كان مؤتمر الاستخدام العادل مليئا بفنانين ومبدعين يشرحون بالضبط نوع الإبداع الذي أمتدحه. غير أنه في وسط فعاليات هذا المؤتمر، ناشد تشارلز سيمز — محامٍ يعمل في مكتب بروزكاور روز للمحاماة — المبدعين الشباب كي يبتعدوا عن الشكل «الاشتقاقي» من الإبداع. وكانت حجة سيمز في ذلك أن عليهم أن يجعلوا بؤرة اهتمامهم تنصب على شيء يمثل تحديًا حقيقيًّا؛ أي «الإبداع الأصيل»، وقال سيمز:

> لا يسعني التأكيد بشكل كافٍ على قوة اعتقادي بأن ما ركز عليه لاري بالفعل بصورة جذرية ... [—] هذا الاستخدام الطفيلي المتكرر [—] يعد انحرافًا مروعًا للغاية في موهبة الشباب ... أعتقد أنه لو كان لديك صناع أفلام صغار السن، فإن عليك أن تشجعهم على صنع أفلامهم هم، لا على تضييع أوقاتهم سدًى في التلاعب بمقاطع الفيديو التي صنعها أناس آخرون وأنفقوا عليها مبالغ طائلة، كي يبدعوا مادة ليست ببالغة التشويق. هناك إخفاق جذري للخيال ...
>
> وأقول إننا، باعتبارنا أعضاء بالأكاديمية، لو شجعنا النشء على أن يعتقدوا أنه بدلًا من الإبداع بوحي من أنفسهم وباستخدام الموهبة التي يمتلكها كل منهم، عليهم أن يكتفوا ببساطة بإعادة استخدام المادة المتاحة لهم في الشوارع، فإننا نبخس بذلك قدر المواهب التي يتمتع بها هؤلاء الصغار.[10]

هناك عدد من الطبقات لذلك الشكل من أشكال النقد، وعلينا أن نكون حريصين على أن نمزق ذلك النسيج الطبقي.

أوضح هذه الطبقات هو النقد القائل بأن العمل إجمالًا يزيد على كونه مجرد عمل «إبداعي». فلا يوجد وجه للمقارنة بين عشر دقائق ينتجها جيه جيه أبرامز، وعشر دقائق أخرى من أي مادة فيلمية أخرى توضع على موقع يوتيوب؛ فالمزج مجرد «غثاء». ما من شك أن هذا النقد على حق؛ فالغالبية العظمى من عمليات المزج — مثل الغالبية العظمى من الأفلام المصنوعة في المنازل، أو الصور الفوتوغرافية التي يلتقطها المستهلك، أو الغناء تحت الدش، أو المدونات — ليست أكثر من غثاء؛ فمعظم تلك المنتجات سخيفة أو عبارة عن اقتباس، وهي مضيعة حتى لوقت المبدع نفسه، ناهيك عن وقت المستهلك.

غير أنني لا أستطيع أن أفهم مطلقًا ما يريد أولئك الذين يوجهون هذا النقد الوصول إليه انطلاقًا من تلك النقطة. كنت ذات يوم طالبًا بمعهد جوته ببرلين، وبعد مضي أسبوع من دورتنا المكثفة التي استمرت طيلة شهر كامل في اللغة الألمانية، سألت معلمتي عن السبب في عدم تشجيعنا على المزيد من التحدث، فقالت لي: «إن لغتكم الألمانية في الوقت الحالي لا يمكن وصفها إلا بأنها بشعة حقًّا. لو أنكم تحدثتم بها فلسوف ترتكبون جميعًا أخطاء مفزعة؛ لهذا فإنني أعتقد أن أفضل شيء بالنسبة لكم أن تكتفوا بالاستماع.» وما من شك أن تقييمها كان صائبًا. غير أنه من المدهش بالنسبة لمعلمة لغة بمعهد جوته أن غابت عنها ببساطة النقطة التي وددت طرحها.

وكذلك الأمر مع النقاد الزاعمين بأن الغالبية العظمى من الأعمال الممزوجة رديئة. فكروا مرة أخرى في المدونات. إن قيمة المدونات ليست في أنني من المحتمل أن أجد تعليقًا يتجاوز في براعته أفضل تعليق يكتب في جريدة النيويورك تايمز مثلًا. لا لست أعتقد ذلك. لكن ليس هذا هو المهم، فالمدونات ذات قيمة؛ لأنها تمنح الملايين الفرصة للتعبير عن أفكارهم كتابةً، ومع ممارسة الكتابة يتحقق نوع ما له أهميته من الأمانة. إن الثقافة التي تعج بالمدونين تفكر بأسلوب مختلف في شئون السياسة أو الشئون العامة، حتى لو كان السبب الوحيد لذلك أن عددًا أكبر من الناس اضطروا من خلال نظام الاستعراض في الكتابة لبيان لماذا كانت «أ» تؤدي إلى «ب».

لو لم تكن تلك النقطة حقيقية، فلماذا نعلم أطفالنا كيف يكتبون؟ بافتراض أن الغالبية العظمى لن تكتب مطلقًا أي شيء أكثر من رسالة بريد إلكتروني أو قائمة تبضع، فلماذا كان من المهم أن نعذبهم بكتابة المقالات الإبداعية؟ الغالبية العظمى مما يكتبه الطلبة ليس أكثر من ترهات (ثق بي في هذا الأمر)، مثلما هو الحال مع الإنترنت. ما الداعي لإضاعة أوقاتهم (والأسوأ من ذلك، وقتي أنا) في إنتاج مثل تلك النفايات؟

(هذا سؤال بلاغي. أعتقد أنك فهمت المغزى من ورائه.)

هناك طبقة ثانية لهذا النقد أكثر صلة بالموضوع وإن كانت أقل صدقًا؛ فالبعض ينتقد ما أسميه أنا «مزجًا» بزعمهم أنه لا يوجد به مضمون حقيقي. هذه هي شكوى سيمز الحقيقية. حتى لو سلمنا بأن أغلبه غثاء، فإن أفضل هذا المزج، من وجهة نظره، مضيعة للوقت، و«إخفاق جذري للخيال».

غير أن أي شخص يعتقد أن عمليات المزج أو الخلطات لا هي أصيلة ولا هي إبداعية؛ ليست لديه سوى فكرة محدودة للغاية عن الكيفية التي تصنع بها أو عما يجعلها رائعة. إن الأمر يستلزم معرفة غير عادية بالثقافة حتى يمكن عمل مزيج جيد منها. والفنان أو الطالب الذي يتمرن على إتقان المزج يتعلم عن ماضيه ما يفوق كثيرًا ما يتعلمه شخص متمسك بهذا الرأي (وهو رأي من وجهة نظري، ساذج إلى درجة ميئوس منها) في «الإبداع الأصيل». ولعل الأهم من ذلك، أن الجمهور يبحث دومًا عن المزيد كلما قرأ ما كتبه المازج. فعندما يعلم أن الأغنية عبارة عن خليط يعتمد على كل ما جاء قبله، فإن كل ثانية تمر تكون بمنزلة دعوة لفهم الروابط الموضوعة؛ من حيث معناها، وسبب إضافتها. إن الشكل يفرض على الجمهور متطلبات؛ والجمهور يلبي هذه المتطلبات.

ترتبط هذه النقطة ارتباطًا مباشرًا بزعمٍ نادى به ستيفن جونسون في كتابه الرائع، «كل شيء سيئ هو خير لك».[11] إن جونسون وهو يرمي إلى الدفاع عن وجهة النظر القائلة بأن التليفزيون صار «ميتًا مخيًّا»، يزعم بأن التليفزيون في حقيقة الأمر صار أكثر — وليس أقل — ثراءً وتعقيدًا بمرور الوقت. ويتعلق السبب في ذلك جزئيًّا بالتكنولوجيا. فبينما لا يكتفي الناس بشراء أجهزة التليفزيون وإنما يشترون كذلك أجهزة دي في دي، يصبح لدى منتجي برامج التليفزيون دافع قوي لمنح جمهورهم اهتمامًا بمبيعات ما بعد البث. فأي برنامج تلفزيوني يمكنه بلوغ أقصى عائدات منه عندما يكون هناك طلب على أجهزة الدي في دي أو إعادة العرض بعد البث الأصلي.

إذن كيف يمكنك خلق ذلك الطلب؟ من سبل ذلك خلق التعقيد. وعلى حسب شرح جونسون، فإن أنجح البرامج التلفزيونية هي تلك التي ضاعفت عدد خطوط الحبكات الدرامية التي تدور من خلالها. وبرغم أن البرامج تكون دائمًا قابلة للاستيعاب عند مشاهدتها مرة واحدة، فإن قلة من المشاهدين هم الذين يستوعبون كل شيء يدور أمامهم في كل حلقة. ومن ثم فإنه يكون لدى الجمهور مبرر لمشاهدته مرة أخرى، وهو ما يعني، إما أن تشتري دي في دي أو تضبط الموجة على قناة إعادة العرض. ومن هنا

يحث ذلك التعقيد على استهلاك متتابع. ويعرض هنري جنكنز نقطة ذات صلة بهذا تتعلق بالأفلام:

> اعتمدت منظومة هوليوود العتيقة على المط والتطويل حتى تضمن قدرة المشاهدين على متابعة حبكة الرواية في جميع الأوقات، حتى إذا كانت أذهانهم مشتتة أو توجهوا لبعض الوقت إلى الردهة لتناول بعض الفيشار ووقع أثناء ذلك مشهد محوري بالفيلم. أما هوليوود الحديثة فإنها تطالبنا بالإبقاء على أعيننا مفتوحة على الطريق طيلة الوقت، وأن نقوم بأبحاثنا قبل وصولنا إلى السينما.[12]

من الواضح أنه يمكن التوسع لأكثر من هذا في تلك النقطة. فلا يمكن أن تكون القصة مستعصية على الفهم تماما. لا بد أن هناك بعض النتائج المثمرة من جراء المشاهدة الأولى. غير أن محور الأمر أن تجعل من المرة الأولى، والمرات العشر التالية لها، أمرًا جديرًا بالمشاهدة، أن تجعل مشاهدة المزيج مرة واحدة أمرًا ضروريًّا لكنه ليس بكافٍ.

هذه الاستراتيجية ليست جديدة على التليفزيون. تدبر أيضًا روايات القرن التاسع عشر العظيمة. عندما كتب أديب مثل ديكنز رواياته في صورة مسلسلة (حيث يبدو كل فصل في الأصل وكأنه جزء ينشر في أحد المجلات، قبل اكتمال الرواية كلها)،[13] كان يرمي من وراء ذلك إلى اجتذاب الناس لقراءة كل جزء على حدة، ثم إلى جذبهم من جديد لقراءة الكتاب مكتمل الفصول. فعل ديكنز ذلك (وحذا حذوه أدباء كثيرون غيره) عن طريق كتابة قصص بالغة التعقيد ومتشابكة الأحداث بحيث تستحق إعادة قراءتها مرات ومرات.

والمزج عبارة عن فعل الشيء نفسه باستخدام أشكال أخرى من الثقافة. فمثلًا العمل الذي يؤلفه مؤلف موسيقى كلاسيكية عظيم (من أمثال مالر وبيتهوفن)، فإن أفضل عمل ممزوج هو ذلك الذي يدفعك قسرًا للاستماع إليه في المرة الأولى والمرة المائة. والحقيقة أن المرء لا يبدأ في فهم العمل بالقدر الكافي لكي يبدو له منطقيًّا إلا في المرة المائة. وهنا يحتاج الأمر لوجود قوة جذب كافية تجعل المستمع ينصت للعمل للمرة المائة (وهو أمر لم يملكه قط أرنولد شوينبرج). ولكن بمجرد أن يتم اصطيادك، فإنك لا تقاوم من أجل الخلاص. إنك تستمع مرة تلو الأخرى، وفي كل مرة تأمل في مزيد من الفهم.

حتى في حالة الموسيقى غير الكلاسيكية، هذا الأمر ليس بالمستحدث تمامًا؛ إذ لماذا يستمع المرء إلى بوب ديلان ألف مرة، أو إلى ألحان الموسيقى الشعرية التي يصيغها جِف تويدي مرة بعد مرة؟ ليست الموسيقى وحسب هي ما يرغمنا على الاستماع مرارًا وتكرارًا. ففي هذا الشكل الموسيقي، يكون اللحن أفضل ما يكون إذا كان بسيطًا وجذابًا. وإنما هو الشعر الذي يصوره اللحن. إنك تستمع مرة بعد مرة لأنك في كل مرة تفهم الشعر بصورة مختلفة؛ فهو يصير أقرب وأقرب إلى مواءمة السياق.

من هنا فإن الحجة التي تقف في صف المزج — وهو الفن الذي يشكل جوهر ثقافة القراءة والكتابة — ليست متمثلة فحسب في السؤال السلبي: ما الضرر الذي تتسبب فيه؟ وإنما الحجة الدامغة التي تؤيد ما أقول حجة بالغة الإيجابية: أريد لأطفالي أن يستمعوا إلى مزيج صنعته سيلفيا أو لأحدث أعمال فورستونز. أريدهم أن يستمعوا إليه لألف مرة؛ لأن هذا الاستماع أمر إيجابي وارتباطي أكثر بكثير من الألحان الميتة مخيًّا، أو كلمات الأغاني التي تغنيها بريتني سبيرز؛ إن عملها لا يعتمد على أي شيء، سوى المحرم والإباحي. وفي هذا الصدد ربما كانت، من وجهة نظر سيمز، أصلية تمامًا، غير أنها هي أيضًا مقتبسة بالكامل، وشديدة الامتهان للتقاليد التي نشأت عليها. إنك تحترم التقاليد من خلال إدماجها في حياتك، غير أنك تجعل التقاليد ملزمة بأن تدمجها بأسلوب يدفع الجميع نحو الرغبة في مزيد من الفهم لها. وعلى حد تعبير الروائي جوناثان ليذيم: «ما نريده من كل فنان هو أن يفاجئنا، وأن يرينا شيئًا غير مسبوق. ولكن … هذا العمل في حد ذاته مدعوم بالفطرة بالاستجابة والمقاربة والمحاكاة.»[14]

بعد ذلك توجد طبقة واحدة أخيرة لهذا النقد، وهي أكثر ما يضايقني. ربما كان بعض من تلك الأعمال لا بأس به، هذا ما يقوله النقد، بل إن البعض منه عظيم الجودة. غير أن أيًّا منها لا يرقى في جودته إلى مستوى روائع [اختر أنت الزمن]. ويمضي النقد مدعيًا أن ثقافتنا في حالة انهيار؛ فلم تعد هناك معايير موحدة، ولم تعد هناك جودة. فالذوق والفن يتلاشيان.

خاض كل جيل من قبل تجربة إصرار الجيل الأسبق له على أن الجديد في حالة انحلال، وأن القديم وحده هو الرائع. أفلم تعلمنا تلك التجربة شيئًا؟ ومثلما قال إثيال دي سولا بول منذ ما يقرب من عشرين عامًا: «كل جيل يعتبر أن ثقافته هي تلك القيم والممارسات التي شب وترعرع عليها. تقاليده المحاطة بهالة القداسة هي تلك التي تعلمها في طفولته.»[15] فالحديث بطبيعة الحال متدنٍ عن الماضي. فكيف يمكن أن يعد تقدمًا؟

لكن حتى إذا قبلنا بهذا النقد، ما الذي ينبغي عمله حيال ذلك؟ إذا كانت ثقافتنا تنهار لأن ملايين الناس يتخيرون مشاهدة أو صنع أشياء لا تعجب النقاد، فهل ينبغي على الحكومة أن تتدخل نيابة عن الناقد؟ سوف أكون أول من يعترف بأن للدولة دورًا في تنظيم المجتمع، بل إنني حتى مستعد للإقرار بأنه في بعض الأحيان يكون للدولة دور في تنظيم أمور التعبير. فقانون حقوق التأليف والنشر، في نهاية الأمر، عبارة عن تنظيم لعملية التعبير، وهو مبَرَّر لو أنه أنتج حوافز لخلق خطاب ما كان ليوجد بدونه.[16]

غير أنه ليس في استطاعة أي من تلك التبريرات التي تقدم من أجل تدخل الدولة بتشريعاتها أن تؤيد فكرة أن نتدخل كي نكبح شكلًا من أشكال «الثقافة» تعتقد بعض النُخَب أنها ليست جيدة بقدرٍ كافٍ. فالدعم شيء، والحظر شيء مختلف تمامًا.

غير أنه ربما كان أفضل الردود فاعلية ذلك الذي قدمه لي فيكتور ستون، مهندس موقع سي سي ميكستر حين قال: «أتعلم ... سوف ينتهي هذا النقاش في بحر عشرة أو عشرين عامًا. فمع وفاة جيل الكبار، فإن الجيل الذي يليهم ... لن يأبه البتة لهذا النقاش. إنهم يعتبرون أن المزج جزء من الموسيقى، وأنه جزء من العملية، وهذا كل ما في الأمر.»

ولسوف يدافعون عنه، على الأقل حتى يظهر شكل جديد من أشكال الإبداع فيحاولون منعه. ويصبح جميعنا في موقف آبائنا الآن.

(٤) الاختلافات في القانون [من حيث «هل هو مسموح؟»]

ينظم القانون الأمريكي لحقوق التأليف والنشر (أو المفترض فيه على الأقل)[17] أي عمل إبداعي أنتج بعد عام ١٩٢٣، بحد أقصى من الزمن قدره طيلة حياة المؤلف زائد سبعين عامًا، أو خمسة وتسعين عامًا في الأعمال المملوكة لشركات مساهمة أو الأعمال التي أبدعت قبل عام ١٩٧٨. ويختلف ارتباط هذا التنظيم بثقافة القراءة فقط عن ارتباطه بثقافة القراءة والكتابة. أو ببساطة، القانون الحالي لحقوق التأليف والنشر يؤازر ممارسات ثقافة القراءة فقط، ويقف ضد ممارسات ثقافة القراءة والكتابة. أو بعبارة أخرى، من الواضح أن القانون بصياغته الحالية يحابي أحد نوعي الثقافة على الآخر.

لننظر أولًا في أمر علاقة حقوق التأليف والنشر بثقافة القراءة فقط. كما شرحت من قبل، فإن جوهر ثقافة القراءة فقط — وهو المستخدم، أو المستهلك — يُمنَح الترخيص باستهلاك منتجات الثقافة التي يشتريها. وهو لا يملك ترخيصًا قانونيًّا

يتجاوز الترخيص له بالاستهلاك وحسب. وعلى مدار التاريخ التناظري لثقافة القراءة فقط، لم يكن المستخدم يملك أية قدرة تقنية تتعدى القدرة على الاستهلاك.

وجاءت التقنيات الرقمية لتغير من القدرة التقنية. وفي نسختها الأولى، منحت التقنيات الرقمية المستخدمين قدرة تقنية غير محدودة تقريبًا على المزج والخلط بين منتجات ثقافة القراءة فقط. غير أن «قدرة» المستخدم على فعل هذا لا تعني ضمنًا أنه «يجوز» له ذلك. وفي الوقت الذي مكنت فيه الأدوات المستخدمين من أن يفعلوا بثقافة القراءة فقط ما يشاءون، فإن القانون لم يمنح مستخدمي منتجات ثقافة القراءة فقط التصريح بعمل ما طاب لهم أن يعملوه. وإنما حسبما هو مطبق في عالم يعتبر فيه كل استخدام للثقافة بمنزلة نسخة، فقد اشترطت ثقافة القراءة فقط وجود تصريح من مالكي حقوق التأليف والنشر قبل السماح بالتعديل على منتجات ثقافة القراءة فقط.

تلك الفجوة بين ما يسمح به القانون وبين ما تسمح به التكنولوجيا كان يمكن رأبها، إما بتعديل القانون أو بتغيير التقنية. شهدت السنوات الخمس الماضية تغيرات في كليهما، غير أن كلًّا منهما كان يهدف إلى تشديد السيطرة على المحتوى، لا إضعافها. ومع تطور ثقافة القراءة فقط وسط عالم رقمي، منحت التقنيات الرقمية لمالك حق التأليف والنشر فرصة متزايدة إلى ما لا نهاية للسيطرة بدقة على الأسلوب الذي يُستهلَك بواسطته محتوى حق التأليف والنشر. في أبشع صورها، تمكنت تقنيات إدارة الحقوق الرقمية من السيطرة على عدد مرات الاستماع إلى أغنية ما قمت بتنزيلها، وعلى موقع تخزين تلك الأغنية، وعلى ما إذا كان من الممكن تبادلها مع شخص آخر أم لا، وعلى المدة الزمنية التي سيظل من حقك خلالها الاستماع إليها. واستطاعت التقنية أن تمكن مالك حق التأليف والنشر من تطبيق أي شكل تقريبًا من أشكال السيطرة يمكنك تخيله.

ويؤيد قانون حق التأليف والنشر هذه السيطرة في العصر الرقمي بسبب حقيقة تبدو بسيطة وإن كانت ليست كذلك تتعلق بمعمار قانون حق التأليف والنشر، ومعمار التقنيات الرقمية. ينظم القانون عمليات «النسخ» أو «صنع النسخ». لكنك في كل مرة تستخدم فيها العمل الإبداعي في سياق رقمي، تصنع التقنية نسخة منه. فعندما «تقرأ» الكتاب الإلكتروني، فإن الآلة تنسخ نص الكتاب من على قرص جهازك الصلب، أو من قرص صلب موجود على شبكة ما، إلى ذاكرة حاسبك الآلي. تقع تلك النسخة تحت طائلة قانون حق التأليف والنشر. وعندما تشغل قرصًا مدمجًا على حاسبك، يُنسخ التسجيل إلى الذاكرة وهو في طريقه إلى سماعات الرأس التي تضعها على أذنيك أو إلى السماعات.

أيًّا كان ما ستصنعه بالمحتوى، فإن تصرفاتك تقع تحت طائلة قانون حقوق التأليف والنشر. فكل تصرف يجب عندئذ تبريره إما بأن يكون مرخصًا به أو أن يكون بموجب «الاستخدام العادل».

نظرًا لأن كل استخدام يقع تحت طائلة قانون حقوق التأليف والنشر، فإنني أقول إن قانون حقوق التأليف والنشر يؤيد التقنيات المستخدمة في تطبيقات ثقافة القراءة فقط؛ إذ لو قضت تكنولوجيا إدارة الحقوق الرقمية بأنه ليس باستطاعتك قراءة كتاب إلكتروني سوى مرتين فقط، فإن كل ما تفعله التقنية في الواقع هو أنها تنفذ حقًّا يمنحه قانون حقوق التأليف والنشر لمالك تلك الحقوق. إن قانون حقوق التأليف والنشر ينطبق على كل مرة تقرأ فيها كتابًا إلكترونيًّا. وما لم تكن محميًّا بموجب الاستخدام العادل، فإنك في كل مرة تقرأ فيها كتابًا إلكترونيًّا تكون في حاجة للحصول على ترخيص من مالك حقوق التأليف والنشر.

غير أنه من الأمور الحاسمة أن ندرك أن هذا التحكم أعظم بصورة جذرية من السيطرة التي يمنحها قانون حقوق التأليف والنشر لمالك حقوق التأليف والنشر في عالم التكنولوجيا التناظرية. وهذا التغير في مجال السيطرة لم يكن مصدره قرارًا من الكونجرس بحاجة مالك حق التأليف والنشر إلى مزيد من القدرة على التحكم. وإنما جاء التغير بسبب حدوث تغير في المنصة التي ندخل من خلالها على ثقافتنا. لقد تعاظمت التغيرات التقنية تعاظمًا هائلًا، وتعاظم كذلك بصورة هائلة مجال السيطرة التي منحها قانون حقوق التأليف والنشر لملاك حق التأليف والنشر على استخدام العمل الإبداعي.

في العالم المادي، لا يمنح قانون حقوق التأليف والنشر لمالك تلك الحقوق أي سيطرة قانونية على عدد مرات قراءة الكتاب الذي يملك حقوقه؛ وهذا لأنك عندما تقرأ كتابًا في الفضاء الواقعي، فإن تلك «القراءة» لا تنتج نسخة. ولما كان قانون حقوق التأليف والنشر لم يُخرَق هنا، فلا حاجة بأحد لأي ترخيص بقراءة الكتاب، أو إعارته، أو بيعه، أو استخدامه في إبهار أصدقائه. في العالم المادي، يُخرَق قانون حقوق التأليف والنشر عندما تأخذ كتابًا إلى متجر تصوير المستندات وتصنع منه خمسين نسخة لأصدقائك، وهذا ما من شك أنه استخدام ممكن، غير أنه ليس بالاستخدام المعتاد. أما الاستخدامات العادية للكتاب فإنها لا تخضع لأي تنظيم من قبل القانون؛ فالاستخدامات المعتادة «غير خاضعة للتنظيم».

ولكن في العالم الرقمي، تنظَّم تلك التصرفات بصورة مختلفة؛ فالاشتراك مع الغير في قراءة كتاب ما تتطلب ترخيصًا؛ فلكي تقرأ كتابًا أنت في حاجة لتصريح بذلك، ولكي

تنسخ فقرة من الكتاب كي تضعها في ورقة اختبار الفصل الدراسي أنت في حاجة لتصريح؛ فجميع الاستخدامات العادية للعمل الإبداعي خاضعة الآن للتنظيم بالقانون؛ لأن جميع الاستخدامات العادية تقع تحت طائلة قانون حقوق التأليف والنشر؛ لأنه — مرة أخرى — أي استخدام يعد بمنزلة نسخ.[18]

ومن ثم فإن ثقافة القراءة فقط في العصر الرقمي متاحة أمام إحكام السيطرة بأسلوب لم يكن ممكنًا قط في عصر التكنولوجيا التناظرية؛ فالقانون يفرض المزيد من التنظيم، والتقنية يمكنها فرض مزيد من التنظيم بأسلوب أكثر فعالية، وتستطيع التقنية السيطرة على كل استخدام. إن القانون يصدِّق على السيطرة التي تفرضها التقنية على كل استخدام. ويمكن التحكم التام في استخدام العمل المحمي بحقوق التأليف والنشر في الفضاء الرقمي إلى أقصى مدى يرغب فيه مالك حق التأليف والنشر وبموجب «الاستخدام العادل». وبهذا المفهوم، يدعم القانون ثقافة القراءة فقط أكثر من أي وقت مضى.

أما علاقة القانون بثقافة القراءة والكتابة فإنها مختلفة. كما أسلفنا بالقول فإن مجرد إعادة الكتابة في السياق الرقمي يتسبب في إنتاج نسخة؛ وهذه النسخة تقع تحت طائلة قانون حقوق التأليف والنشر. وبمجرد الوقوع تحت طائلة هذا القانون، فإنه يشترط إما وجود ترخيص أو ادعاء مشروع بالاستخدام العادل. الرخص نادرة الوجود، والدفاع عن الزعم بوجود استخدام عادل باهظ التكلفة. وهكذا فإن استعمال الشيء في ظل ثقافة القراءة والكتابة هو أمر بطبيعته الافتراضية مخالف للقانون. وبالتالي فإن ثقافة القراءة والكتابة من المفترض مسبقًا أنها غير مشروعة.

طيلة معظم فترات التاريخ الأمريكي كان من النادر جدًّا أن يقوم مواطنون عاديون بالوقوع تحت طائلة قانون حقوق التأليف والنشر. وطيلة أغلب فترات التاريخ الأمريكي، كانت ممارسة ثقافة القراءة والكتابة لا تقع تحت طائلة هذا الشكل من التنظيم التجاري. والسبب من جديد كان مزيجًا من معمار قانون حقوق التأليف والنشر ومعمار تقنيات الثقافة. من عام ١٧٩٠ حتى عام ١٩٠٩، لم ينظم قانون حقوق التأليف والنشر «النُّسَخ»، بل كان جوهر تنظيمه «الطبع وإعادة الطبع والنشر والبيع.» لم يكن هؤلاء المنخرطون في ثقافة القراءة والكتابة «يطبعون، أو يعيدون طبع، أو ينشرون، أو يبيعون.» غير أن هذا اللب حدث به توسع في عام ١٨٧٠، عندما أضاف القانون إلى مجال تطبيقه تنظيم ما نسميه بالأعمال المقتبسة. غير أنه حتى في ذلك الحين، لم يكن القانون عامًّا، بل كان مختصًّا بأنشطة محددة، ومرة أخرى كانت تلك

الأنشطة تجارية في المقام الأول. وقد كتب الأستاذ الجامعي توني ريس يقول: «وبحلول عام ١٨٧٣، شمل لب موضوع حماية حقوق التأليف والنشر «أي كتاب، أو خريطة، أو شكل بياني، أو مؤلَّف درامي أو موسيقي، أو نقش، أو قطع، أو طباعة، أو صورة فوتوغرافية أو صورة سالبة لهذه الأعمال، أو تلوين، أو رسم، أو صباغة، أو تمثال، أو نحت، و... نماذج أو تصميمات يقصد إتقانها باعتبارها من أعمال الفنون الجميلة».»[19] ومرة أخرى نكرر أن تلك ليست من صنوف الأعمال التي يصنعها مبدعو القراءة والكتابة العاديون.

وفي عام ١٩٠٩، تغير القانون. ولأول مرة، استخدمت كلمة copy — في المصطلح copyright — التي تعني «نسخة» بمعناها العام، وكان المقصود منها تلك الحقوق التي يتمتع بها أي مالك لحقوق التأليف والنشر، بما فيها مالك حقوق نسخ الكتب. حتى ذلك الحين، كان الحق الحصري في «النسخ» قاصرًا على أعمال على شاكلة التماثيل، غير أنه ليس معممًا على أعمال كالكتب مثلًا. (ومن ثم، فإنك لكي تحصل على نسخة من تمثال فإن هذا يستلزم الحصول على تصريح بذلك من مالك الحق، ولكن لكي تطبع كتابًا ما، لم يكن ذلك مطلوبًا.) غير أن مراجعي تشريع عام ١٩٠٩ نسوا هذا التمييز، ومنحوا ملاك حقوق التأليف والنشر «المظهر الخارجي للحق في ممارسة نشاط كانت أهميته في ازدياد مستمر خلال القرن الجديد.»[20] وبمرور الوقت، بدأت الكلمة تنسحب على كل تقنية يتم «نسخها». ومن ثم، ومع اتساع نطاق التقنيات التي مكنت الناس من «النسخ»، اتسع أيضًا المجال الفعال للحماية التشريعية.[21]

هذا التوسع التلقائي في التشريع لم يلاحَظ في الواقع من قبل الكونجرس؛ فالكونجرس لم يكن يقصد التوسع، ولا هو أوقفه، وأولئك الذين استفادوا من ذلك التوسع كانوا سعداء بتلك الاستفادة. أما أولئك الذين كان من المحتمل أن يضاروا منه فقد أخفقوا في ملاحظة أن حدود حرياتهم — أي حريتهم في القراءة والكتابة — كانت تتقلص شيئًا فشيئًا.

كانت هناك، بالطبع، استثناءات مهمة. في أواخر عقد الستينيات، قدمت لنا زيروكس تكنولوجيا تصوير المستندات. وفي منتصف السبعينيات، قدم خبراء التكنولوجيا للمستهلكين جهازًا مصممًا كي يسجل البرامج التلفزيونية. ومن ثم قام هذا الجهاز بنسخ المحتوى المحمي بقانون حقوق التأليف والنشر دونما تصريح من مالك المحتوى. وفي عام ١٩٧٦، أقامت ديزني ويونيفرسال دعوى قضائية ضد صانع هذا الجهاز؛ وهو

سوني. وبعدها بثمانية أعوام، أجازت المحكمة العليا عملية النسخ؛ حيث وجدت أن تصرفات المستهلكين محمية بموجب مبدأ «الاستخدام العادل».[22]

وعلى نفس النحو، في الثمانينيات، ازدادت بشكل رهيب أعداد أجهزة نسخ شرائط الكاسيت. وشكا مالكو المحتوى من أن الناس يستخدمون تلك الأجهزة في نسخ المحتوى المحمي بحقوق التأليف والنشر دونما حصول على تصريح من مالك حق التأليف والنشر. وأمر الكونجرس بإجراء دراسة مستفيضة على تلك الممارسة. وانتهت تلك الدراسة إلى أن ٤٠٪ ممن بلغوا العاشرة من أعمارهم أو جاوزوها سجلوا موسيقى خلال العام المنصرم؛ وأن مسجلي الشرائط أبدوا اهتمامًا أكبر بالموسيقى من غير المسجلين؛ وأن معظم ما قاموا به كان مجرد «تغيير في الموضع»؛ بمعنى تغيير موضع المادة المحمية بحقوق التأليف والنشر، وأن تسجيل الشرائط حل محل بعض المبيعات وروج لمبيعات أخرى، وأن كلًّا من ناسخي الشرائط وغير الناسخين كانوا يؤمنون «بأنه من المقبول نسخ مصنف سبق تسجيله، سواء لاستعمال الشخص نفسه أو لإهدائه لصديق.»[23]

كل واحد من تلك النزاعات لم يكن نزاعًا بحق مع جوهر ثقافة القراءة والكتابة. لعل الشرائط المختلطة كانت استثناءً من ذلك؛ فالعديد من أصدقائي شبوا عن الطوق معتقدين أن الإبداع في المختارات كان يعد من بين الأصعب والأهم لأي شخص على دراية ما بالثقافة الشعبية. لكن تلك الشرائط لم تكن الهدف الحقيقي لمالكي حقوق التأليف والنشر، وإنما كانت مخاوفهم تتعلق باستخدام تلك التقنيات في تغيير وجه سوق كانوا يظنون أنهم يمتلكونها. لقد كانت تكنولوجيا تتنافس مع حقوق التأليف والنشر. أو بعبارة أخرى، كانت التكنولوجيا تنافس ثقافة القراءة فقط. وبرغم تلك المنافسة، تُرِكت التكنولوجيا وحيدة إلى حد بعيد.

إلا أنه عندما تزحف ثقافة القراءة والكتابة نحو الإنترنت، تتبدل الأمور تبدلًا هائلًا. أول شيء، أن التقنيات الرقمية، حسبما شرحت من قبل، تفجر حالة من الطلب على ثقافة القراءة والكتابة. تتزايد أعداد من يستخدمون التكنولوجيا في قول الأشياء، ولا يشترط أن يكون هذا بالكلمات. فالموسيقى تخضع للمزج؛ وتتكاثر أعداد مقاطع الفيديو المُخلَّطة؛ وتبدأ المدونات في بناء ثقافة تدور حول فكرة التعليق على تلك المكونات.

الأمر الثاني أن التقنيات الرقمية تغير أيضًا من أسلوب تفاعل ثقافة القراءة والكتابة وحقوق التأليف والنشر. فلأن كل استخدام للعمل الإبداعي ينتج فعليًّا نسخة منه، صار كل استخدام لعمل إبداعي يقع من الناحية الفنية تحت طائلة قانون حقوق التأليف

والنشر. ورغم أن كثيرًا من تلك الاستخدامات يمكن أن تندرج تحت فئة الاستخدام العادل، أو تستخدم رخصًا علانية أو خفية، من قبل مالك حقوق التأليف والنشر، فإن النقطة الحرجة التي علينا أن نقر بها أن هذا لا يزال يمثل تغييرًا هائلًا في تاريخ حقوق التأليف والنشر الأمريكي. فللمرة الأولى، تنظم القوانين شئون المواطنين العاديين على نطاق عام. وللمرة الأولى، تطول يد تلك القوانين من لا يعد محترفًا وإنما من الهواة؛ فهي تعرِّض الهاوي للوقوع تحت طائلة القانون الذي ظل طيلة تاريخه مخصصًا للمحترفين دون غيرهم.

هذه أهم نقطة علينا أن ندركها فيما يختص بالعلاقة بين القانون وثقافة القراءة والكتابة. فللمرة الأولى، تطال يد القانون هذه الثقافة وتنظم شئونها. ليس هذا لأن الكونجرس فتح باب النقاش فقرر أن هذا الشكل من أشكال الإبداع في حاجة للتنظيم بقانون، وإنما ببساطة لأن معمار قانون حقوق التأليف والنشر تفاعل مع معمار التقنية الرقمية؛ كي ينتجا توسعًا هائلًا في المدى الذي تصل إليه يد القانون.

وينعكس هذا التغير أيضًا في صورة أوضح على الثقافة الاحترافية ذاتها. ولنأخذ مثلًا الأسلوب الذي ينظِّم به القانون عمل الموسيقى. لعل أكثر الألوان التي تميز الموسيقى الأمريكية هي موسيقى الجاز. يؤلف موسيقيو الجاز موسيقاهم عن طريق البناء فوق إبداع من سبقوهم. وهم يستمعون إلى أعمال الغير، ثم يعيدون صياغتها. «الارتجال عنصر جوهري في الشكل.» والحقيقة أن هذا اللون من الموسيقى اشتهر «بارتجاليته الجماعية.»[24] كما يشتهر عظماء موسيقيي الجاز بقدرتهم على الارتجال. لويس أرمسترونج «في الأساس أعاد تأليف ألحان البوب التي كان يعزفها.»[25]

هناك مكافئ معاصر للجاز يسميه البعض «موسيقى اللابتوب»، ويسميه آخرون ببساطة «انتقاء العينات». يؤلف الموسيقيون هذه الموسيقى عن طريق الحصول على تسجيلات صوتية لموسيقيين آخرين وعمل مزيج منها. ولعل جيرل توك من بين الأمثلة على ذلك. ومن الأمثلة الأخرى: دين جراي، شيتمات، الأعجوبة التاسعة، وديمروز، وغيرهم.

كان القانون متساهلًا إلى حد لا بأس به بشأن إبداع موسيقيي الجاز.[26] غير أن القانون لم يكن متسامحًا البتة مع إبداع موسيقى اللابتوب المعاصرة. في سلسلة من القضايا التي بدأت خلال الثمانينيات، واجه منتقو العينات نظامًا قضائيًّا معاديًا باضطراد يصر على أن أي استخدام للمصنفات المسجلة يشترط له الحصول على ترخيص

من مالك حقوق التأليف والنشر. جاءت ذروة تلك السلسلة عام ٢٠٠٤، عندما أصدرت الدائرة السادسة لمحكمة الاستئناف حكمها بأن كل عينة مستخدمة في التسجيل الممزوج تقع تحت طائلة قانون حقوق التأليف والنشر. ولا يوجد «أدنى» استثناء في حقوق التأليف والنشر (بما يعني ببساطة أن مقدار «النسخ» كان بالغ الضآلة بحيث لا يقع تحت طائلة قانون حقوق التأليف والنشر). يسمح لمنتقي العينات بتفادي الحصول على ترخيص للعينة التي يستخدمونها.[27] بدءًا من موسيقى الهيب هوب، التي كانت أول من أدخل انتقاء العينات إلى الثقافة الشعبية، تواصلت المسيرة حتى وصلت إلى موسيقى اللابتوب التي تعزف اليوم، فلا يوجد عمل إبداعي يمكن توزيعه خاليًا من غطاء قانوني يظلله.

لعلك تعتقد أن الفنانين توَّاقين لإنهاء تلك الحالة من الجنون. والحقيقة أنه في أوساط المحامين على الأقل، يعد هذا الجنون نوعًا من نظام اليانصيب. فالمحامون يكرسون جهدًا غير عادي للتعرف على العينات المستخدمة دون تصريح والمأخوذة من تسجيلات ناجحة. والتهديد الآتي من مساءلة قانون حقوق التأليف والنشر هائل؛ ولهذا فإن العائد من وراء إنهاء خصومة المتقاضين هائل أيضًا. والنظام يحب هذه اللعبة؛ ولهذا فإن اللعبة لا تنتهي أبدًا.

لكن الأمر يزيد على كونه مجرد لعبة. فهناك ظلم بَيِّن في التفرقة القانونية هنا، لا سيما إن كان يؤثر على الطبقة الناشئة من الفنانين. فلماذا يكون القانون صارمًا هكذا بينما التكنولوجيا الآن في أوج تشجيعها للإبداع؟ ولماذا يكون مستحيلًا تمامًا على فنان من هارلم يمارس الشكل الفني المنتمي للعصر أن يسوق إبداعه، لأن تكاليف التفاوض والحصول على التصريح من مالكي الحقوق باهظة إلى درجة لا يصدقها عقل؟

والإجابة هنا هي: لا يوجد سبب مقنع، خلا القصور الذاتي والقوى التي تحب أن ترى العالم متجمدًا على ما هو عليه.

هل يمكننا تخيل حركة تنهض بنا من هذا العالم نحو عالم أفضل؟ هل نحن محبوسون في عصور الظلام؟ سوف نتدبر قليلًا الإجابات على تلك التساؤلات في ختام هذا الكتاب.

أما ما أكتفي بطرحه الآن فهو ببساطة أن ندرك أن القانون يؤيد بشدة ثقافة القراءة فقط، في الوقت الذي يعادي فيه بشدة ثقافة القراءة والكتابة. ومع كل ما تصنعه ثقافة القراءة والكتابة من خير، فإن علينا كمجتمع أن نقرر على الأقل إن كان ذلك الانحياز ضد إبداع القراءة والكتابة أمرًا له منطق يبرره، وما إن كان يجب أن يستمر أم لا.

(٥) دروس من الثقافتين

وصفت لتوي ثقافتين من ثقافات الإبداع. وناديت بأن لكليهما أهمية وقيمة. ولكن توجد اختلافات بينهما. وفي الفصل السابق شرحت بعضًا من تلك الاختلافات. ما الذي يمكننا تعلمه من هاتين الثقافتين؟ وما الدروس المستفادة من أسلوب تفاعلهما معًا؟

(٥-١) ثقافة القراءة فقط مهمة وذات قيمة كبيرة

قلت أشياء كثيرة طيبة عن ثقافة القراءة والكتابة. وليس معنى ذلك أنه لا يوجد مقدار مماثل من الخير في ثقافة القراءة فقط.

عند تشييده لمكتبة الكونجرس، كان جيفرسون يأمل، حسبما خطت المكتبة في شعارها الذي ترفعه، «في مواصلة جمع المعرفة والإبداع العالميين والحفاظ عليهما من أجل الأجيال القادمة.» هذا المدخل مهم؛ لأنه يعلمنا شيئًا عن ماضينا وعن تنوع الثقافات التي تعيش من حولنا، وأول خطوة لكي نتعلم أن نستمع وننصت، وثقافة القراءة فقط ضرورية من أجل تلك الخطوة الأولى.

(٥-٢) ثقافة القراءة فقط سوف تزدهر في العصر الرقمي

خلال أغلب فترات تاريخنا، كان الوصول المتاح للجميع مجرد حلم غير متحقق من أحلام جيفرسون. لكنه صار الآن ممكنًا. فمع انخفاض تكلفة الحصول على المعلومة، سوف يكون هناك حافز سوقي لبناء أكبر «مكتبة» في تاريخ الإنسانية. ومثل أفضل المكتبات التي شيدت في ماضينا، ستكون مهمة هذه المكتبة أن تكفل حصول البشر على المعلومة. ليس بالضرورة أن يكون هذا مجانًا؛ إذ إنه في حالات كثيرة، لا توفر كلمة «مجاني» حوافز كافية لبناء تلك القدرة على الوصول. بدلًا من هذا، سوف تزدهر ثقافة القراءة فقط؛ وسوف يصبح متاحًا الوصول لمزيد من الثقافة بأسعار أرخص مما كانت عليه في أي حقبة من حقب التاريخ الإنساني.

(٥-٣) ثقافة القراءة والكتابة مهمة وذات قيمة كبيرة هي الأخرى

غير أن تاريخ التنوير لا يقتصر على مجرد تاريخ تعليم أطفالنا القراءة. إنه أيضًا تاريخ تعليمهم الكتابة. إنه تاريخ محو الأمية، تلك القدرة على الفهم التي لا تأتي من مجرد الإنصات السلبي، وإنما تأتي كذلك من الكتابة. منذ نعومة أظفار الثقافة الإنسانية، كان الآباء يعلمون أطفالهم إبداع القراءة والكتابة؛ أي إننا علمناهم كيف يضيفون إلى الثقافة الموجودة حولنا عن طريق الاستنباط من تلك الثقافة أو نقدها. عبر هوسلر العضو بفرقة نيجاتيفلاند لي عن هذا بقوله: «بطبيعة الحال يبني البشر على ما جاء قبلهم في أي شيء ينشئونه. هذا أمر بديهي تمامًا.» لقد شجعناهم على البناء عليها. لقد أرغمناهم على اكتساب المعرفة بالثقافة التي من حولهم، ونحن نختبر أطفالنا على أساس من تلك المعرفة، ونحن نكافئ المتعلم من كل جيل. إننا نكافئه على «الكتابة».

طيلة أغلب فترات التاريخ الإنساني، كان النص هو المعرفة الديمقراطية الوحيدة؛ ففي أغلب فترات التاريخ الإنساني، كانت الكلمات هي الشكل الوحيد من أشكال التعبير، وكانت متاحة للجميع دون استثناء. وجاء القرن العشرون ليمنحنا نطاقًا غير عادي من الأنماط الجديدة من «الكتابة». ولكن حتى السنوات الأخيرة من ذلك القرن، لم تحظَ أي من تلك الأشكال بالديمقراطية على النحو الذي كانت تتمتع به النصوص؛ فلم يتمكن سوى القلة من الذهاب إلى معاهد السينما، وهناك قلة محدودة نسبيًّا تتاح لها الموارد التي تتعلم من خلالها كيفية التسجيل والتحرير. ولعل أبرز تأثير للثورة الرقمية أنها نسفت تلك العوائق التاريخية التي تقف في وجه التدريس. كل شكل مهم من أشكال الكتابة صار الآن ديمقراطيًّا. من الناحية العملية، يمكن لأي شخص أن يتعلم كيف يكتب بأشكال واسعة التنوع. والتحدي الآن يكمن في التمكين لذلك الاكتساب للمعرفة، ليس فقط عن طريق بناء التقنيات التي يتطلبها، وإنما عن طريق ضمان الحرية التي يحتاجها.

ولذا أنادي من جديد — كما سبق أن فعلت في الفصل الثاني — بالتفكر قليلًا في أمر الحرية. تذكر عندما تعلمت كيف تكتب. تذكر لجوءَك للاقتباس، أو إدخال عبارة من أقوال الآخرين ضمن موضوعك، أو الرجوع إلى ما كتبه الغير، أو النقد؛ ما الحريات التي اعتبرتها أمرًا مسلمًا به عندما صنعت كل تلك الأمور؟ هل طلبت الإذن لكي تقتبس؟ هل أخطرت الشخص الذي وضعته هدفًا لنقدك عندما انتقدته؟ هل حدث يومًا أن وجدت صعوبة في أن تقتبس من مقال لبوب ديلان عن الحرب؟

والإجابة على كل تلك التساؤلات بالطبع «كلا». لقد نشأنا ونحن مؤمنون بأن الحريات التي نحتاج إليها كي نمارس الشكل الخاص بنا من الكتابة أمورًا مسلمًا بها. لقد أنشأنا، وتشاركنا في إبداعنا مع الغير ممن سيقرءونه (آبائنا، ومعلمينا، لو حالفنا الحظ). إننا لم نتشكك مطلقًا في الحق في الإنشاء بهذه الطريقة، مجانًا.

إن أطفالنا يرغبون في نفس القدر من الحرية في استخدام أشكالهم من الكتابة، ليست كتابة الكلمات فحسب، وإنما الكتابة بالصور والأفلام والموسيقى. إن التقنيات التي نقدمها لأبنائنا تمنحهم مساحة من القدرة على إنشاء ما لم نكن نملكه من قبل. لقد منحناهم عالمًا يتجاوز حدود الكلمات. هذا العالم جزء مما أسميه ثقافة القراءة والكتابة. إنه متصل بما شكل على الدوام جزءًا من ثقافة القراءة والكتابة؛ المعرفة بالنصوص. لكنه يفوق هذه المعرفة. إنها قدرة الهواة على خلق الجديد في سياقات لم يكن يعلمها من قبل سوى المحترفين.

(٥-٤) هل يعتمد ازدهار ثقافة القراءة والكتابة على القانون ولو جزئيًّا على الأقل

إن قانون حقوق التأليف والنشر على حاله الآن مثبط لتلك الأشكال الجديدة من المعرفة. لا أقصد أنه يمنع الأطفال من المزج؛ فلا يوجد قانون على وجه الأرض قادر على هذا، وإلا لكان هناك قانون يحرم الاقتباس مثلًا. وإنما ما أقصده أن القانون بنصه الحالي سوف يوقف تطور مؤسسات المعرفة التي لا بد من وجودها لو أردنا لهذه المعرفة الانتشار. سوف تتوارى المدارس خجلًا؛ لأن من المفترض أن المزج أمر غير مشروع قانونًا. كما ستتوارى الشركات خجلًا؛ لأن مالكي الحقوق لا يزالون متحمسين لاستخدام القانون في تهديد المنتفعين الجدد. فالغموض بشأن حرية الانخراط في هذا الشكل من أشكال الإبداع لن ينجم عنه سوى خنق استعداد المؤسسات نحو معاونة هذا الشكل المعرفي على التطور. إن ثقافة القراءة والكتابة لا يمكنها سوى أن تتوسع في مفهوم «الكتابة». غير أن الثقافة القانونية سوف ترغم المؤسسات على جعل الكتابة بعيدًا عن هذا الشكل الجديد من أشكال التعبير.

(٥-٥) المسلك الراهن للقانون يجمع بين كونه تدميريًّا وانهزاميًّا؛ إذ إنه يدمر قيمًا أهم من الأرباح التي تجنيها الصناعات الثقافية

لا يمكننا، كمجتمع، أن نقتل هذا الشكل الجديد من الإبداع، كل ما في استطاعتنا هو أن نجرمه. لا يمكننا أن نمنع أبناءنا من استعمال التقنيات التي نقدمها لهم كي يصنعوا توليفات من الثقافة المحيطة بهم. يمكننا فقط أن ندفع هذه التوليفات كي تعمل تحت الأرض. لا يمكننا أن نحول أطفالنا إلى شخصيات سلبية بالطريقة التي كنا نتعامل بها مع الثقافة المحيطة بنا، إن كل ما يمكننا عمله أن نحولهم إلى «قراصنة»؛ إذن هل هناك منطق من وراء ذلك التجريم؟

هنا يقدم لنا التاريخ درسًا مهمًّا. منذ ما يقرب من عشر سنوات، بدأ الباحثون والنشطاء يدعون لاستجابة من الجهات التشريعية لما اصطلحوا في نهاية المطاف على تسميته «التشارك في الملفات من الند للند». لم نَدعُ لمزيد من العقوبات على التشارك غير القانوني في الملفات، وإنما دعونا لعدم التجريم. وهناك مجموعة واسعة من المقترحات طالبت الكونجرس بإنشاء عملية ترخيص إجبارية للتشارك في الملفات بين شخص وآخر. وبموجب ذلك الترخيص، فإن إجراء تبادل الموسيقى على سبيل المثال لن يمثل أي خرق لأي قانون من قوانين حقوق التأليف والنشر. وإنما سيؤثر بدلًا من ذلك على مقدار التعويض الذي سيتم تقاضيه مقابل التشارك في الملفات.

كان أكثر تلك المقترحات طموحًا ذلك الذي تقدم به ويليام فيشر الأستاذ بجامعة هارفرد. وبموجب خطة فيشر، يمكن للكونجرس على سبيل المثال أن يسمح بتداول ملفات الموسيقى بحرِّية.[28] من شأن هذا أن يرسي تقنيات لأخذ عينات يتم التعرف بها على من حصل على ماذا. وبعدها، وبناءً على ذلك البرهان الدال على حجم الشعبية، يتم تعويض الفنانين عن إبداعهم من خلال ضريبة تفرض على التقنيات الرقمية بأكثر الطرق الممكنة من حيث الكفاءة؛ وبذا تستطيع مادونا أن تحقق دخلًا أكبر من دخل لايل لوفيت؛ ويستطيع لايل لوفيت أن يحقق دخلًا أكبر مما أحققه أنا.

هناك العديد من السبل التي يمكن أن ننتقد بواسطتها تلك المقترحات. وفي الوقت الذي تقدمت فيه باقتراح من عندي، فقد انتقدت أيضًا مقترحات عديدة أخرى. لكن إذا نظرنا للفترة السابقة على امتداد السنوات العشر الأخيرة وتخيلنا كيف كان من الممكن

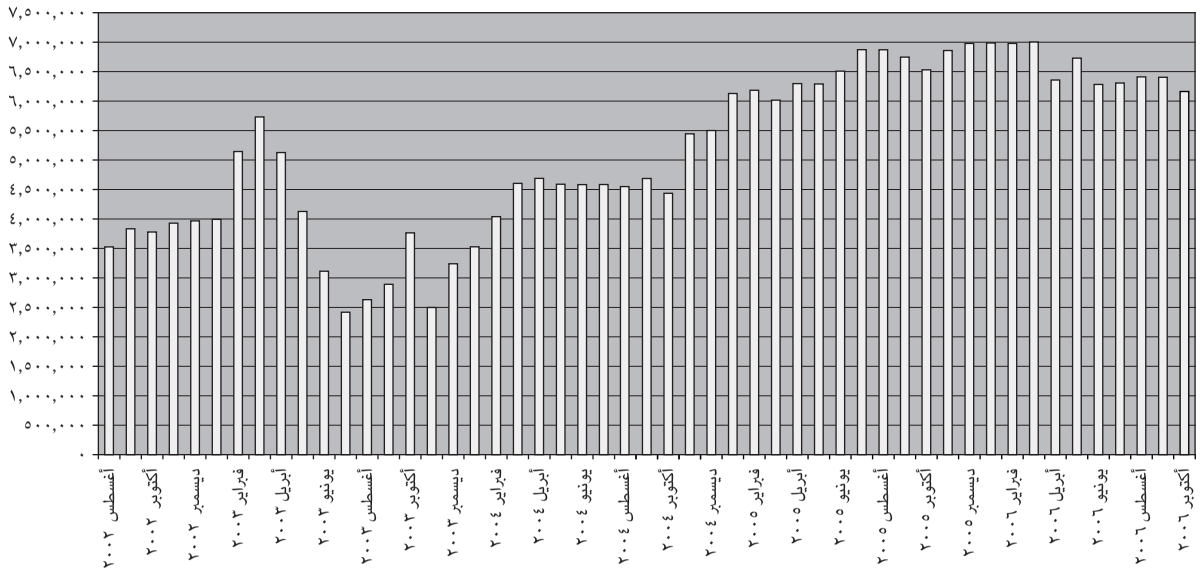
للأمور أن تسير بصورة مختلفة لو كان الكونجرس قد سن تلك التشريعات بناء على أي من تلك المقترحات، فسوف تتضح لنا حقائق عدة:

أولها: أن الحرب على التشارك في الملفات حققت فشلًا ذريعًا. وعلى حد تعبير أحد المقالات:

> أكثر من ٥ مليارات أغنية جرى تبادلها على مواقع تشارك الند للند [في عام ٢٠٠٦] في حين أن مبيعات الأقراص المدمجة — وهو المنتج الرئيسي المحقق للعائد في تلك الصناعة — لا تزال في حالة تراجع؛ إذ هبطت بنسبة تقترب من ٢٠٪ خلال هذا العام وحده. وطبقًا لتقرير صدر مؤخرًا عن مؤسسة جوبيتر للأبحاث، فإن الأمور لا تتغير إلا للأسوأ. ويذكر التقرير ما يلي: «المستهلكون صغار السن بدءوا يومًا بعد يوم يتخلون عن شراء الألبومات الموسيقية، ويفضلون على ذلك تداول الملفات فيما بينهم، بمعدل يبلغ أربعة أضعاف شعبيةِ شراءِ الموسيقى المسجلة رقميًّا، وذلك في أوساط الشباب بين الخامسة عشرة، والرابعة والعشرين.»[29]

الصورة أصدق أنباءً من الكلمات. وباستخدام البيانات المقدمة (مجانًا في لفتة كريمة) من مؤسسة بيج شامباين أونلاين ميديا لقياسات الوسائط على شبكة الإنترنت، يمكننا عمل رسم بياني لمتوسط أعداد المنتفعين بخاصية التشارك في الملفات اعتبارًا من أغسطس ٢٠٠٢ إلى أكتوبر ٢٠٠٦ (انظر الشكل التالي). يشير العامود الرمادي اللون إلى التوقيت الذي أصدرت فيه المحكمة العليا قرارها في قضية مترو جولدوين ماير ضد جروكستر؛ والتي اعتبرت فيه أنَّ تشارُك الملفات من الند للند أمرًا غير مشروع.[30] وكما هو واضح، أيًّا كان ما سيفعله القانون، فإنه لن يكون ذا تأثير كبير على ما يفعله المتشاركون في الملفات.

ثانيًا: لو كان مبدأ الترخيص الإجباري طُبِّق، لحصل الفنانون على أموال أكثر على مدى السنوات العشر الأخيرة مما حصلوا عليه بالفعل. ربما أوقف التشارك القانوني شيئًا من حجم النمو في المبيعات القانونية. غير أن هناك قدرًا هائلًا من المحتوى المتداول «بصورة غير قانونية» كان من شأنه، في ظل هذا البديل، أن يستوجب على أقل تقدير الحصول على تعويض لصالح الفنانين.



مستخدمي خاصية تشارك الند للند — الولايات المتحدة الأمريكية.

ثالثًا: لو كانت الشركات التجارية مطلقة اليد في الاعتماد على تلك الرخص، لحدث انفجار في الابتكار في مجال تلك التقنيات. فلم يكن الأمر ليقتصر على بعض القلة التي تمكنت من إبرام صفقات مع صناعة التسجيلات الموسيقية التي أصابها الرعب. فكل من امتلك فكرة كان سيصبح في إمكانه نشرها، بما يتفق مع شروط الترخيص الإجباري. وهكذا، كان الابتكار في موضوع توزيع المحتوى سيصير أكبر حجمًا كذلك.

رابعًا: والأهم، لو أننا امتلكنا منظومة للرخص الإجبارية منذ عقد من الزمان، لما صار لدينا جيل من الأطفال والناشئة الذين شبوا على خرق القانون. وحسبما أشارت دراسة مسحية أجريت مؤخرًا على يد مكتب الأبحاث التسويقية إن بي دي جروب، فإن «أكثر من ثلثي إجمالي ملفات الموسيقى [لطلبة الجامعات] تم الحصول عليها عن طريق غير قانوني.»[31] ولو كان القانون تغير عندما تداولوا المحتوى، لكان سلوكهم حينها صار قانونيًّا، ولم يكن سلوكهم بالتالي عُد مدانًا، ولم يكونوا اعتبروا أنفسهم «قراصنة»، وإنما كان سيسمح لهم بأن يعيشوا طفولتهم مثلما عشتها أنا؛ عندما كان ما «يفعله الأطفال الطبيعيون» لا يمثل جريمة.

ومرة أخرى لا أقصد من وراء ما قلته أن أقدم مرافعة تؤيد عدم تجريم جميع السلوكيات غير المشروعة التي ترتكب في الوقت الراهن. فسواء سطا الأطفال على البنوك أم لم يفعلوا، فإنه ينبغي تجريم السطو على البنوك. وجرم الاغتصاب يصبح أكبر ولا يخففه أنه أمر متكرر الحدوث. وإنما أطلب منك أن تزن بين أمرين كلاهما سيئ: فما فعله صناع سياساتنا على مدى ما يربو على عشرة أعوام مضت إلى الآن لم يمنع بالفعل تداول الملفات، وهو لم يقدم العون في الحقيقة لكثير من الفنانين، كما أنه لم يحفز على ظهور مجموعة واسعة من الابتكارات، كل ما فعله بالتأكيد أنه أوجد جيلًا من «القراصنة».

زِن هذا الشر أمام البديل: لو كان هناك ترخيص إجباري، لكان الفنانون حصلوا على مزيد من المال؛ ولأتيحت أمام الشركات (خارج منظومة صناعة التسجيلات) فرصة أكبر للابتكار؛ ولما صار أولادنا «قراصنة».

لا ريب أن شخصًا ما كان سيخسر شيئًا ما في هذا السيناريو البديل؛ إنهم المحامون بالتأكيد، وربما شركات التسجيلات أيضًا. كان المحامون سيخسرون إيرادات غير عادية تجنيها مهنتنا من خلال التقاضي المتعلق بالتشارك غير القانوني في الملفات. وربما خسرت شركات التسجيلات أيضًا لأنها كانت ستتنازل عن الحق الحصري لمصلحة التعويض

الإجباري. لكن حتى تلك الخسارة غير مؤكدة، بل من المفهوم جيدًا أن المنظومة الإجبارية كانت ستضمن لصناعة التسجيلات مزيدًا من المال، يفوق في حقيقة الأمر ما حصلت عليه بالفعل.

إنني أطرح هذا الحل الموازي لا لتأييد تشارك الملفات من الند للند. إنني أقف مؤيدًا لموقفي الذي طرحته في كتابي «ثقافة حرة»؛ وهو أن «القرصنة» إثم، وهو موقف كررته مرات عدة في ذلك الكتاب.[32] وإنما أطرح حلًّا موازيًا كي أتساءل عما إذا كنا نرغب في تكرار هذا الخطأ من جديد أم لا. وهل ستنشب خلال السنوات العشر المقبلة حرب أخرى تطول لعقد من الزمان ضد أولادنا؟ وهل ينبغي علينا أن ننفق المزيد من مواردنا على الاستعانة بخدمات المحامين وأخصائيي التقنية، كي نصنع أسلحة أفضل نشن بها حربًا على أولئك الذين يمارسون ثقافة القراءة والكتابة؟ أوَلَمْ نتعلم أي شيء من الإخفاق التام للسياسة التي رسمت حدود حقوق التأليف والنشر على مدى العقد الماضي؟

إني أومن بذلك لذات السبب الذي جعل صناعة المحتوى في غاية الحرص على تطبيق قانون حقوق التأليف والنشر. وحسبما شرح الأمر ميتش بينوول وكاري شيرمان اللذان يعملان باتحاد صناعة التسجيلات الأمريكي:

> ليست خسارة المبيعات الحالية هي ما يقلقنا، وإنما العادات التي تشكلت في الكليات والتي ستبقى ملازمة لأولئك الطلبة طيلة حياتهم. إنها لحظة يمكن أن نتعلم منها، فرصة لتعليم أولئك الطلبة تحديدًا أهمية الموسيقى في حياتهم، وأهمية احترام وتقدير قيمة الموسيقى باعتبارها ملكية فكرية.[33]

صحيح تمامًا؛ إذن ما القواعد التي ينبغي علينا بذل جهد شاق من أجل تطبيقها؟

إن الحجة التي تؤيد إصلاح مسلكنا القانوني تجاه عملية المزج أقوى بألف مرة من سياق تشارك الملفات من الند للند: إنها مسألة المعرفة. إن علينا أن نشجع على انتشار المعرفة، على الأقل ما دامت لن تخنق أشكالًا أخرى من الإبداع. ولا يمكن قبول الرأي القائل بأن السماح للأطفال بمزج الموسيقى سوف يؤذي أي شخص. وما لم يتمكن شخص ما من بيان إمكانية حدوث ذلك، فإن على القانون ببساطة أن يفسح الطريق. إننا بحاجة لإلغاء تجريم الإبداع حتى لا نواصل تجريم جيل كامل من أبنائنا.

الجزء الثاني

الاقتصادات

في الجزء الأول من هذا الكتاب، قدمت وصفًا لثقافتين: إحداهما صنعت لتكون استهلاكية (القراءة فقط)، والأخرى صنعت لكي يعاد تصنيعها (القراءة والكتابة). كلتا الثقافتين كانت جزءًا من ماضينا: إبداع القراءة والكتابة منذ فجر الثقافة الإنسانية، والقراءة والكتابة منذ مولد تقنية اقتناص رموز الثقافة ونشرها. وكلتاهما، على حد زعمي، سوف تكونان جزءًا من مستقبلنا: فالإنترنت سوف يمكن ثقافة القراءة فقط من تحقيق المزيد من التألق، كما أنه سيمكن ثقافة «القراءة والكتابة» من تحقيق المزيد من التوسع.

لكن حتى نرى ما سيسفر عنه مستقبل كلتا الثقافتين تحديدًا، نحن بحاجة للتأمل بدرجة أقل قليلًا في الثقافة، وأن نفكر أكثر في شئون الاقتصاد. فما من بناء يرتفع إلا إذا كان هناك من حافز يدعو لتشييده. فإن كانت حوافز بناء ثقافة «القراءة فقط» واضحة بالقدر الكافي، فما الذي سيبني ثقافة القراءة والكتابة؟ من ذا الذي سيستثمر إمكانياته في تشييدها؟ ومن الذي سيدفع مالًا كي يدعم العميل؟

في هذا القسم من الكتاب، أصف للقارئ نوعين من اقتصاد الإنتاج الاجتماعي — الاقتصاد التجاري والاقتصاد التشاركي — في طريقنا نحو وصف خليط بين هاتين الثقافتين، وهو اقتصاد أطلقت عليه اسم الاقتصاد «الهجين». بالمفهوم الذي سأصفه، سبق لنا من قبل أن شهدنا حالات تهجين. كانت تلك الحالات جزءًا من تاريخنا، لكن أهميتها تزايدت الآن جذريًّا، أو هذا ما نترقبه على الأقل. كل عمل تجاري مشوق على شبكة

الإنترنت سوف يصبح هجينًا. وسوف يصبح فهم الكيفية التي يمكن بواسطتها القيام بذلك وكيفية القيام به على نحو طيب؛ أهم تحدٍّ يواجه رواد الأعمال في مجال الإنترنت.

الفصل السادس

نوعان من الاقتصاد: تجاري وتَشاركي

«الاقتصاد» عملية ممارسة للمقايضة تمول ذاتها بذاتها، أو تموَّل بمرور الوقت؛ فهو «ممارسة للمقايضة»، بمعنى:

(١) «أ» يعطي «ب» شيئًا ما.
(٢) يعطي «ب» (بشكل مباشر أو غير مباشر) شيئًا بالمقابل لـ «أ».
(٣) تكرار ما سبق.

ذلك «الشيء» من الممكن أن يكون ملموسًا، أو ذا قيمة اقتصادية؛ أموالًا أو ساعات عمل. أو من الممكن أن يكون غير ملموس، وبدون قيمة اقتصادية عادية؛ صداقة أو مساعدة جار في تغيير إطار سيارته. وفي الحالتين، يحدث التبادل التجاري في إطار «اقتصاد ما» عندما يكون عبارة عن ممارسة منتظمة من التفاعل الاجتماعي. فالناس يساهمون في إطار هذا الاقتصاد طالما كانوا يحصلون على مقابل كافٍ متناسب مع ما يقدمونه. وليس معنى ذلك أن الجميع يحصلون بالضبط على مقابل معادل لما يسهمون به (أو أكثر): فمن الممكن أن تعمل محامية موهوبة لصالح مكتب محاماة متخصص في الإسكان الشعبي العام، وتمنح جهدًا يفوق ما تحصل عليه كمقابل من راتب هزيل لا يسمن ولا يغني من جوع (كزوجتي مثلًا). غير أن هذا يعني أن الناس يعملون في إطار اقتصاد يقيِّم المقابل العادل — أي مقدار ما يحصل الناس عليه مقابل ما يقدمون — وأن علينا أن نتوقع أن يواصلوا التواجد في هذا الاقتصاد طالما أنهم يحصلون على ما يكفيهم كمقابل مقارنةً بما يقدمونه.

تتفاوت «الاقتصادات» وفق هذا المفهوم بطرق عدة، غير أنه في الحكاية التي سأرويها لكم سأبسط على نحو جذري وفجٍّ تلك الاختلافات، كي أتحدث عن ثلاثة

أنواع فقط من الاقتصاد: الاقتصاد التجاري، والاقتصاد التشاركي، والاقتصاد الهجين من النوعين معًا.

حسبما ورد في مؤلفات كثيرين، وتحديدًا في مؤلفات الأستاذ الجامعي يوشاي بنكلر،[1] فإن ما أعنيه بـ «الاقتصاد التجاري» هو ذلك الاقتصاد الذي يكون فيه المال أو «السعر» المصطلح المحوري المستخدم في عملية التبادل التجاري العادي أو الطبيعي. وبهذا المفهوم، فإن متجر الأسطوانات الذي يقع في المنطقة التي تقطنها جزء من اقتصاد تجاري؛ فأنت تدلف إلى المتجر فتجد أحدث ألبوم للمطرب لايل لوفيت على أسطوانات مدمجة، وتشتريه بسعر ١٨ دولارًا، وهذا المقابل هو الذي نعرِّفه بكلمة سعر. وليس معنى هذا أن السعر هو المصطلح الوحيد، أو حتى أهم المصطلحات على الإطلاق، لكنه يعني بالفعل أنه لا يوجد شيء مميز في كون السعر مصطلحًا، وأن الإصرار على أن الدفع النقدي، أو إتاحة سبيل الحصول على المنتج بمقابل نقدي ليس فيه ما يعيب.

أما «الاقتصاد التشاركي» فهو أمر مختلف. من بين جميع المصطلحات الممكن استخدامها كمعنى للمقابل في إطار الاقتصاد التشاركي، فإن المصطلح الوحيد الذي من غير اللائق استخدامه هو المال؛ فيمكنك أن تطلب من أحد أصدقائك أن يقضي معك وقتًا أكثر، وتظل علاقة الصداقة بينكما قائمة. ولو أنك طلبت منه أن يسدد لك ثمن الوقت الذي قضاه معك، فإن علاقتكما هنا لم تعد علاقة صداقة.

إذن، مرة أخرى نؤكد أنه لا يوجد غرابة في إصرار متجر وول مارت، الذي يقع بالقرب منك، على أن تنقده دولارين ونصفًا ثمنًا لزجاجة عصير. قد لا تستهويك تلك المطالبة؛ ففي رأيك أن السعر المناسب دولاران فقط، غير أن مطالبة وول مارت لك لا تنطوي على انعدام لياقة. في ثقافتنا نحن على الأقل، هذا بالتحديد هو الأسلوب المفترض من وول مارت أن يتعامل بواسطته معنا.

كما أنه لا يوجد أي أمر شاذ في أن يطالب فريق الكرة اللينة بأن يلعب كل فرد من أفراده عشر مباريات من أصل اثنتي عشرة مباراة في الموسم الواحد. مرة أخرى، قد لا يستهويك هذا الطلب؛ ربما ترغب في الغياب عن أربع مباريات بدلًا من اثنتين فقط. غير أنه لا يوجد أمر غير لائق في طلب الفريق. الحقيقة أنها طريقة معقولة تمامًا للتأكد من أن المشاركين في هذا الاقتصاد التشاركي يساهمون بجِد.

غير أنه سيكون من المستغرب جدًّا لو أن صديقًا اعتذر لك عن عدم تناول الغداء معك ثم عرض عليك ٥٠ دولارًا تعويضًا عن ذلك. ولسوف يكون من قبيل الغرابة

المتناهية أن تعرض عليك صديقتك — في نهاية موعد غرامي رائع — مبلغ ٥٠٠ دولار مقابل أن تقضي معها الليلة، أو إذا طلب وول مارت من كافة عملائه «أن يجيئوا ويقدموا العون لوول مارت في كنس ما لا يقل عن رواق واحد في كل مرة يأتون فيها للتسوق»، أو إذا طلب منك ماكدونالدز «المعاونة» بأن تعده بشراء الهامبورجر منه مرة واحدة على الأقل شهريًّا؛ فالنقود في الاقتصاد التشاركي ليست فقط أمرًا غير لائق، وإنما سام أيضًا. وتقديم «المعاونة» ليس فقط أمرًا نادر الحدوث في الاقتصاد التجاري، وإنما هو شاذ لا ريب في هذا.

وفق هذا الرأي، يمكننا أن نرى أننا جميعًا نعيش في ظل العديد من الاقتصادات التجارية والتشاركية، جميعها في آن واحد. وكل واحد من تلك الاقتصادات يكمل الآخر، وتصبح حياتنا أكثر ثراءً بسبب ذلك التنوع. ولا يمكن لمجتمع أن يكتب له البقاء بنوع واحد دون الآخر. ويجب ألا يسعى أي مجتمع لذلك.

يوجد بالإنترنت العديد من الأمثلة على كل من الاقتصاد التجاري والتشاركي. وفي هذا الفصل، نطرح أمثلة على كليهما. غير أن الهدف طيلة هذا الفصل بسيط: أن نبني مفهومًا أكثر ثراءً لظاهرة أكثر تشويقًا بكثير — الاقتصاد الهجين — وهو ما سنتدارسه خلال الفصل الذي يليه.

(١) الاقتصاد التجاري

كنت وزوجتي (وكانت وقتها لا تزال خطيبتي) نتناول طعامنا في مطعم في إيطاليا. طلبت طبقًا من المكرونة بصلصة عيش الغراب، وطلبت هي مكرونة بصلصة الطماطم، وبعد أن قدم النادل الأطباق لنا، عرض على زوجتي بعضًا من جبن البارميزان، فقبلت. فقام ببشر الجبن لها ثم شرع في مغادرة مائدتنا، فأوقفته وقلت له إنني أيضًا أريد جبن البارميزان.

فرد علي قائلًا: «كلا.»

فسألته: «كلا؟!»

فقال مجددًا: «كلا، الجبن سوف يغطي على مذاق عيش الغراب.»

فجفلت قليلًا، وقلت بعد تردد: «لكن ماذا لو أنني أريد أن أغطي على مذاقه؟»

فأجابني قائلًا: «هذا ليس من شأني.» ثم انصرف.

يدرك الإنسان الكثير عن ماهيته عندما يلاحظ الأمور التي تثير غضبه، ثم يتفكر في السبب وراء ذلك. كانت تلك واحدة من هذه اللحظات. ما «الحق» الذي امتلكه هذا

النادل وجعله يتدخل في الأسلوب الذي أريد تناول المكرونة به؟ لم أكن سأشكو مذاق المكرونة إلى أهل البلدة لو لم تعجبني، ولا كان من المحتمل قط أن أعود إلى تلك القرية أو إلى ذلك المطعم مرة أخرى. والحق أنه على العكس، فإن تصرفه هذا جعلني أقرر ألا أعود مطلقًا مرة أخرى إلى ذلك المطعم. لقد تجاوز النادل حدوده، ولسوف أتناول طعامي بعد ذلك في مكان آخر.

كان رد فعلي نابعًا من رأي معين كنت أعتنقه (لم أدركه في نفسي حتى تلك اللحظة) بخصوص علاقتي بأي مطعم. كانت تلك العلاقة بالنسبة لي، بالمفهوم الذي أقصده في هذا الفصل، علاقة «تجارية». لقد كانت تلك معاملة في إطار «اقتصاد تجاري»؛ فلو أن النادل قال لي: «بالتأكيد، الجبن الإضافي يكلفك واحد يورو زيادة (لكل منا أنا وزوجتي)»، لكان هذا ملائمًا تمامًا. فالسعر هو ما نستخدمه في الاقتصادات التجارية في التفاوض حول الأشياء. فإذا كان هناك شيء أريده وهم يريدون تقييمه، فدعهم حينئذ يستخدمون الأداة الأكثر انتشارًا في السوق التي تستخدم في التقييم؛ وهي النقود. فمهمة الأعمال التجارية أن تجني المال، وليس كما اعتبرها النادل، تجنب إهانة المكرونة التي نثروا فوقها فطر عيش الغراب.

بطبيعة الحال، لا أفترض أن وجهة نظري تجاه علاقتي بهذا المطعم الإيطالي الجميل هي الصواب بالضرورة. لكنني أفترض أن أي شخص يعيش في إطار اقتصاد تجاري معاصر سوف يكون له نفس رد الفعل — أو رد فعل قريب منه. تخيل عاملًا في مغسلة يرفض تنظيف كنزة قديمة قائلًا: «لقد عفى الزمن على ذلك التصميم منذ دهور مضت.» أو عاملًا في مقهى يصر على «أن تحكي له كيف كان يومك!» حتى يمكن السماح للنادل بتلقي طلباتك (ويصر العامل على ذلك مبررًا إياه بأنه «أسلوب ودود نتبعه»). جميعنا، في مرحلة ما من حياة كل منا، نستسيغ البساطة التي يتمتع بها السوق، والبعض منا (بما فيهم أنا) يتوق إلى أساليب تجعل قدرًا أكبر من حياتنا محكومًا بالمنطق البسيط للأسواق.

لو كنا في مكان نشعر فيه بوجوب هيمنة تلك البساطة على الأمور، عندما لا نشعر بتعرضنا لإهانة عندما يذكر أحدهم مسألة النقود، وحيث نقيس العلاقة بالثمن، عندها نكون في إطار «اقتصاد تجاري». إن السوق هو المحرك الذي يوجه هذا الاقتصاد التجاري؛ ولو صمم بإتقان (ما يعني أن يكون منظمًا بحيث يحمي المساهمين فيه من البطش أو التعرض للاحتيال)، فإن السوق يكون تقنية غير عادية لإنتاج الثروة ونشرها.

الاقتصاد التجاري جزء جوهري من الحياة المعاصرة؛ وقد أسهم في رفاهية الإنسان ربما أكثر من أي مؤسسة أخرى أقامتها الحضارة الإنسانية. ولقد تجاوزنا بمراحل تلك النقطة التي يكون من المنطق عندها أن نعارض ازدهار السوق.

ويمثل الإنترنت جزءًا حاسمًا بالفعل من هذا الاقتصاد التجاري. والحق أنه، بالنسبة للبعض، يمثل أهم جزء فيه. لقد فجر الإنترنت فرصًا تجارية لجني الأموال عن طريق تحسينه لأداء الشركات القديمة. كما أنه أتاح كذلك قيام شركات جديدة لم يكن قبل الإنترنت من المتصور قيامها. وبينما نحن ما زلنا في بداية استيضاح المنطق الذي يجعل العمل التجاري مزدهرًا على شبكة الإنترنت، فإنه في استطاعتنا بالفعل أن نشهد أن هذا الجزء الاجتماعي من تلك البنية التحتية يقدم مستقبلًا مذهلًا للنمو والابتكار. في عام ١٩٩٤، كان هناك ١٧٠٠ اسم نطاق على الإنترنت. وبعدها باثنتي عشرة سنة، صار هناك أكثر من ٣٠ مليون اسم.[2] لم تكن هناك في عام ١٩٩٤ فئة اسمها «قطاع التجارة الإلكترونية». وفي عام ٢٠٠٥، قدرت قيمة قطاع التجارة الإلكترونية بنحو ٢,٤ تريليون دولار أمريكي: ١,٢٦٦ مليار للتصنيع، و٩٤٥ مليار دولار لتجارة الجملة، و٩٣ مليار دولار لتجارة التجزئة، و٩٦ مليار دولار لصناعات الخدمات المنتقاة.[3]

فما السبب وراء نجاح اقتصاد الإنترنت التجاري؟ ولماذا حقق هذا النجاح الهائل، أو لماذا يعمل بصورة مختلفة عن الاقتصاد التجاري الواقعي؟ خلال هذا القسم من الفصل، سوف ندرس بعضًا من السمات الرئيسية التي تفسر لنا نجاحه. وهدفي هنا مناطق التميز، لا استعراض الموضوع بشمولية. كل ما أريده أن أرسم الخطوط العريضة لبعض الخصائص التي سوف تجعل العلاقات بين كل من الاقتصاد التجاري والتشاركي واضحة للعيان.

(٢) ثلاثة أمثلة ناجحة من الاقتصاد التجاري على شبكة الإنترنت

لنبدأ ببعض الأمثلة المألوفة الدالة على نجاح الإنترنت، ومنها يمكننا أن نستقي بعض الدروس الدالة على النجاح.

(٢-١) نِت فليكس

منذ أكثر من ثلاثين عامًا، في شهر نوفمبر من عام ١٩٧٦، شنت صناعة السينما الأمريكية حربًا على تقنية كانت آخذة في الانتشار كالنار في الهشيم: (ما نسميه الآن) مسجل الفيديو. وكان مسجل الفيديو مُصممًا بحيث يسجل البرامج التلفزيونية «كي تشاهَد بعد إذاعتها». كانت معظم تلك البرامج تتمتع بحماية حقوق التأليف والنشر. وكان نسخ الأعمال المتمتعة بتلك الحماية دون تصريح من حائز حقوق التأليف والنشر يعد، حسب ادعاء يونيفرسال وديزني، جريمة. ومن ثم كان مسجل الفيديو، حسب ادعائهما، أداة مصممة بحيث تيسر سبيل ارتكاب جريمة ما.

بعدها بثماني سنوات، رفضت المحكمة العليا الدعوى.[4] وبنسبة تصويت متقاربة بين المؤيدين والمعارضين، حكمت المحكمة بأن مسجل الفيديو ليس بجهاز غير قانوني؛ لأنه وإن كان في الإمكان استخدامه في خرق القانون، فإنه في الوقت ذاته «قادر على أداء وظيفة لا تمثل بالأساس تعديًا على القانون.» فعلى الأقل بعض من حائزي حقوق التأليف والنشر، حسبما ذكرت المحكمة، الذين يمكن تسجيل أعمالهم على أشرطة كانوا لا يمانعون أن تسجَّل هذه الأعمال على أشرطة. (كان السيد روجرز المثال المفضل لدى المحكمة.) وبالنسبة لأولئك الذين ليسوا سعداء بكون أعمالهم تسجل، حكمت المحكمة بأنه في بعض الأحيان على الأقل، كان هذا «التحريك الزمني» للمحتوى عبارة عن «استخدام عادل» خاضع للحماية. وهكذا أنقذت تلك الاستخدامات غير المتعدية على القانون التقنية من التعرض للحظر بموجب قانون حقوق التأليف والنشر. وصار على هوليوود أن تبحث عن سبيل لكسب المال في وجود تلك التكنولوجيا.

خلال الثلاثين عامًا التي مضت منذ خسرت هوليوود تلك القضية، صار من الواضح تمامًا كم كانت محظوظة لأنها خسرت. فمبيعات الفيديو وعائدات تأجير الشرائط فاقت بكثير ما تحققه صناعة السينما من وراء عرض الأفلام في دور السينما.[5] ولو كانت الاستوديوهات كسبت القضية، فلسنا نعرف بوضوح كم كان سيبلغ حجم انتشار منصة التسجيل هذه.

كان «بلوكبَستر فيديو» سببًا رئيسيًّا في أن خسارة حرب الفيديو كانت في حقيقتها انتصارًا لهوليوود؛ إذ سرعان ما حققت محلات بيع وتأجير أشرطة الفيديو التي حذت حذو بلوكبستر في جميع أنحاء العالم؛ عائداتٍ لهوليوود تفوق ما حققته أفلامها المعروضة في دور العرض. افتتح المتجر أول فروعه في دالاس عام ١٩٨٥، بثمانية آلاف

شريط فيديو و٦٥٠٠ عمل فني. ونظرًا لانتشار أجهزة الفيديو، فقد صارت هناك بنية تحتية جاهزة لدعم نشاط بلوكبستر التجاري. بعدها بعامين صار هناك خمسة عشر متجرًا وعشرون توكيلًا يحملون اسمه. وبحلول منتصف عام ١٩٨٩ صار هناك أكثر من سبعمائة متجر. وبنهاية العام صاروا ألفًا.[6]

كان بلوكبستر ابتكارًا عبقريًّا في توزيع الفيلم السينمائي. غير أنه كان ينطوي على عيوب خطيرة. فمهما كان مقدار السهولة التي حققها في مسألة العثور على فيلم ما، كان عليك مع ذلك أن تذهب إلى أحد متاجر بلوكبستر وتتصفح داخل ما لا حصر له من الأروقة والممرات المضاءة بالنيون المليئة بأشرطة الفيديو حتى تعثر عليه. وبرغم تلك الأعداد التي لا حصر لها من تلك الأشرطة التي تملأ الممرات، فإن كل متجر كان في حقيقة الأمر يحوي نسبيًّا عددًا قليلًا من الأفلام. ومن ثم رغم وجود خيارات تفوق ما يوجد بالتلفزيون، وقدرتك على اختيار توقيت عرضها، لكنه في النهاية ليس بالاختيار الذي لا نهاية له. وبرغم أنه كان نظامًا عمليًّا، فقد كانت له عيوب.

في عام ١٩٩٧، كانت لدى ريد هاستنجز فكرة أفضل لتوصيل أفلام الفيديو إلى المستهلكين. فعوضًا عن إقامة متجر مضاء بجنون في أحد المراكز التجارية الصغيرة، فكر هاستنجز في أن الإنترنت يمكن أن يشكل وسيلة طيبة للغاية لتصفح أسماء الأفلام. والحقيقة أنه في استطاعة الإنترنت باستخدام تقنيات مواءمة الأفضليات، أن يكون أسلوبًا أفضل في التصفح بحثًا عن فيلم معين؛ لأن تلك الآلة تساعدك في العثور على ما تريده حقًّا. وهكذا بدأ هاستنجز واحدة من أشهر قصص النجاح على شبكة الإنترنت: نِت فليكس. كان المستهلكون يسددون لنِت فليكس رسمًا شهريًّا موحدًا، وفي المقابل، كان باستطاعتهم استئجار أقراص دي في دي لأفلامهم المفضلة، وكانت تلك الأقراص ترسل إليهم بالبريد، ومعها أظرف بريد عادية لإعادة الأفلام؛ وكان الاشتراك الشهري يتيح للعميل الحق في الاحتفاظ بعدد ثابت من أفلام الدي في دي. ومن هنا يمكنك الاشتراك للحصول على ثلاثة أقراص دي في دي، وتسدد نحو ١٧ دولارًا شهريًّا. وحين تطلب ثلاثة أفلام تريد مشاهدتها، ترسل نِت فليكس الأقراص إليك. يمكنك الاحتفاظ بتلك الأفلام طالما أردت ذلك (وبالتالي لا توجد غرامات تأخير). وعندما تعيد واحدًا، يرسل إليك التالي له في الطابور. كان مبعث الضيق الوحيد من هذا النظام أنه لا بد لك من وضع خطة مسبقة قبل الاستئجار بقليل. وكانت ميزته الرائعة أنك لو خططت مسبقًا بوقت قليل، فسوف تظل الأفلام قابعة في منزلك كلما أردت مشاهدتها.

أدخلت نِت فليكس تغييرًا جذريًّا على سوق تأجير أفلام الفيديو. وأبرز دليل على تأثيرها أنه في عام ٢٠٠٤، غيرت بلوكبستر من نموذجها في إدارة الأعمال كي يحاكي نِت فليكس من أجل تحسين قدرتها على المنافسة.[7] واستحوذت نِت فليكس على الخدمة التي تقدمها وول مارت في هذا المجال عام ٢٠٠٥.[8] وهكذا صار نموذج هاستنجز معيارًا صناعيًّا.

(٢-٢) أمازون

لعل أول الأمثلة صارخة النجاح على التجارة على الإنترنت بدأت على هيئة متجر كتب بسيط. إن أمازون التي تأسست عام ١٩٩٤ (تحت اسم كادابرا دوت كوم) وانطلقت عام ١٩٩٥ (تحت اسم أمازون دوت كوم)، شرعت في القيام بكفاءة أكبر بما سعت متاجر الكتب دومًا نحو القيام به: أن تبيع الكتب. عندما افتتح المتجر على شبكة الإنترنت، لم يكن لديه أكثر من ألفي عنوان. لكنه خلال الشهر الأول جاءته طلبيات من جميع الولايات الخمسين ومن خمس وأربعين دولة خارج الولايات المتحدة. وبلغت المبيعات في عام ١٩٩٧ ما يقرب من ١٥٠ مليون دولار. وبعدها بعامين، بلغت المبيعات ١,٦ مليار دولار. وبعد عامين من ذلك التاريخ، وبسبب صفقات أبرمها الغير مع شركات مثل تارجت وأمريكا أونلاين، تجاوزت المبيعات رقم ٣ مليار دولار. في عام ٢٠٠٣ جاوزت الشركة حجم ٥ مليارات دولار. وفي عام ٢٠٠٦ تجاوز إجمالي المبيعات ١٠ مليارات دولار.[9]

ومرة أخرى، كانت لدى هذا المتجر مزايا مشابهة للغاية لتلك التي تمتع بها نِت فليكس؛ إذ بدلًا من التجوال بين مصنفات متجر بارنز آند نوبل العملاق، كان العميل يستخدم حاسبه في مشاهدة الكتب الموجودة كي يشتريها. وبدلًا من أن يستخدم العميل سيارته في حمل الكتب التي يريدها، استعانت أمازون بمصلحة البريد الأمريكية. كان رهان مؤسس أمازون جيف بيزوس على أنَّ تيسير عملية التصفح سوف يكون ميزة تتفوق على التأخير في استلام الكتب. والأهم من ذلك، أنه كان باستطاعة أمازون أن تتفوق بمراحل على أي متجر عادي مشيد من الطوب والأسمنت في حجم ما لديها من مخزون.

إلا أن نجاح أمازون لم يأتِ من تلقاء نفسه؛ فالشركة لم تتوانَ عن تشييد الابتكارات بهدف تنشيط المبيعات؛ ففي عام ٢٠٠٣ أطلقت الشركة برنامج زمالة أمازون، الذي

مكَّن مواقع مستقلة من التحول إلى بائعين لحساب أمازون. يجني برنامج الزمالة عائداته من خلال إحالة المشترين من أمازون إليه. وفي عام ٢٠٠٥ أطلقت الشركة برنامج أمازون كونكت، الذي مكَّن المؤلفين من وضع تعليقاتهم على صفحات الكتب كدعاية لكتبهم. في عام ٢٠٠٦ أطلقت الشركة خدمة أمازون إس ثري، والتي تعرض من خلالها تخزين وتوزيع عرض نطاق عالي للموجودات الرقمية الكبرى. وفي يناير من عام ٢٠٠٧ بدأت الشركة أميبيديا، وهي «ويكي تعاونية للمحتوى الذي يضعه المستخدم بنفسه والمرتبط بـ «المنتجات الأحب بالنسبة لك».»[10] وخلال عقد من الزمان مر منذ بدأ عمل موقع أمازون، قدم للسوق مجموعة غير عادية من الابتكارات. فكل شيء يفعله أمازون يهدف لتحريك المبيعات من منتجاتها بصورة أكثر كفاءة.

من بين الأساليب الفنية التي يتبعها أمازون أسلوب يحاكي تقنية الإنترنت بصفة عامة: فقد افتتح أمازون أبواب منصته ليتيح للآخرين ابتكار أساليب جديدة لبناء القيمة باستخدام قاعدة بيانات أمازون. من خلال مجموعة من الأدوات تسمى خدمات أمازون للشبكة العنكبوتية، يمكِّن موقع أمازون المطورين من بناء منتجات تتكامل مباشرةً مع قاعدة أمازون للبيانات. على سبيل المثال، استخدم مُطور اسمه جيم بيانكولو خدمات أمازون للشبكة العنكبوتية في بناء أداة مجانية لتتبع فارق السعر بين المنتجات الجديدة والمستعملة (زائد الشحن). كما استخدمت شركة تُدعى تاتشجراف خدمات أمازون للشبكة العنكبوتية في صنع متصفح منتجات بإمكانه عرض الروابط بين المنتجات ذات الصلة بعضها ببعض. وإذا دخلت على موقع على كاس صنستين، على سبيل المثال، فسوف تشاهد جميع الكتب في أمازون التي تتعلق بكتب صنستين من حيث الموضوع والاقتباس.

يبيع أمازون بعضًا من تلك الخدمات الأمازونية العنكبوتية، ويترك البعض الآخر مجانيًّا. غير أنه يطور تلك الخدمات إذا اعتقد أن هذا التطوير سوف يحرك مبيعات منتجاته، وربما حتى يلقن هذا التطوير أمازون شيئًا عن أسلوب أفضل لعرض منتجاته. وبطبيعة الحال، هو المتحكم في المنصة في نهاية الأمر. فما يضيفه الآخرون، يمكن لأمازون أن يستبعده. إن المنصة تدعو الآخرين كي يبتكروا، وإن كان ذلك بصورة محدودة. وفي هذا الابتكار فوائد تعود سواء على الآخرين أو على أمازون.

(٢-٣) جوجل

دونما شك، تعد جوجل أشهر مثال لقصص النجاح على شبكة الإنترنت. حسنت الشركة التي أسسها طالبان في ستانفورد (كان العنوان الأول للموقع http://google.stanford.edu)، فعالية عمليات البحث على الإنترنت تحسينًا جذريًّا. وبدلًا من بيع الموضع (وهو ما يمكن في كثير من الأحيان أن يفسد النتائج) أو الاعتماد على البشر في الفهرسة (وهو ما يمكن أن يكون مستحيلًا مع اتساع نطاق الإنترنت اتساعًا هائلًا)، كانت أولى خوارزميات جوجل تقوم بترتيب نتائج البحث بناءً على مدى اتصال النت بالنتائج، وهي عملية تسمى تصنيف بيدج)، ومقطع بيدج هنا (page) ليس معناه كلمة صفحة باللغة الإنجليزية وإنما هو نسبة إلى لاري بيدج، أحد مؤسسي جوجل ومبتكر هذه التقنية.[11] فإذا ارتبطت مواقع كثيرة على الشبكة بموقع معين، فإن هذا الموقع يحصل على ترتيب أعلى في القائمة مقارنة بموقع آخر ليست له سوى روابط قليلة. وهكذا بنت جوجل على المعرفة التي تكشف عنها الشبكة من أجل تقديم منتج ذي قيمة استثنائية إلى الشبكة. تأسست الشركة عام ١٩٩٨. وفي عام ٢٠٠٥ بلغت القيمة السوقية للشركة ١١٣ مليار دولار؛ وفي يوليو ٢٠٠٧ ارتفعت إلى ١٦٩ مليار دولار.[12]

قد يقول قائل إن كل قيمة جوجل تعتمد على إبداع أناس آخرين، إن فهرس جوجل مبني عن طريق البحث والفهرسة لمحتوى أتاحه آخرون على الشبكة العنكبوتية. لكن كما شرحت من قبل، فإن القيمة الخوارزمية الأصلية بنت توصياتها على الروابط التي عثرت عليها على الإنترنت؛ وبعدها، ضبطت الخوارزمية أيضًا توصياتها بناءً على أسلوب الناس في الاستجابة للنتائج الآتية من جوجل. وفي جميع تلك الحالات، تأتي القيمة التي تنشئها جوجل من القيمة التي أنشأها آخرون من قبل.

يصل البعض إلى استنتاج شديد الحماقة من مسألة أن قيمة جوجل مبنية على محتوى أناس آخرين. على سبيل المثال، كتب أندرو كين — كما أسلفنا بالحديث في الفصل الخامس — قائلًا: «جوجل موقع طفيلي؛ فهو لا يصنع محتوًى خاصًّا به هو.»[13]

غير أنه بنفس المفهوم يمكنك القول بأن كل القيمة التي تحويها لوحة الموناليزا مثلًا آتية من الطلاء الذي رسمت بها، وأن ليوناردو دافنشي ليس سوى «طفيليًّا» اعتمد على العمل الشاق الذي بذله صانعو الطلاء. وتصبح هذه العبارة صحيحة من منطلق أنه لولا الطلاء، لما كانت هناك موناليزا. لكنها عبارة خطأ إذا أوحت بأن دافنشي لم يكن مسئولًا عن القيمة العظيمة التي تحملها لوحة الموناليزا.

إن جوجل، مثلها مثل أمازون، تقدم أيضًا أدواتها كي تكون منصة يبني الآخرون عليها. سوف نشهد المزيد من هذا الأمر فيما بعد ونحن نتدارس واجهات برمجة التطبيقات التي صنعتها جوجل. والأمر الذي نجحت فيه جوجل أكثر من أي جهة أخرى، أنها شيدت شركة إعلانات في قلب تقنيتها. فصفحات الإنترنت يمكن تزويدها بإعلانات منتقاة بذكاء شديد؛ ويستطيع المستخدمون شراء عمليات بحث في جوجل من أجل الترويج لمنتجاتهم.

إن النطاق الكامل لمنتجات جوجل نطاقٌ شاسع. غير أن واحدة من بين كل تلك السمات تعد محورية بالنسبة للحجة التي أود طرحها ها هنا. فمن الوجهة العملية، كل شيء تقدمه جوجل يساعد جوجل على بناء قاعدة بيانات غير عادية من المعرفة بما يريده الناس، ومدى ارتباط تلك الرغبات بالشبكة العنكبوتية. فكل نقرة تنقرها في عالم جوجل تضيف شيئًا إلى تلك القاعدة. ومع كل نقرة، تصبح جوجل أكثر ذكاءً.

(٣) ثلاثة مفاتيح لتلك النجاحات الثلاثة

تكشف تلك القصص الثلاث المألوفة عن النجاح في الإنترنت عن ثلاثة مفاتيح للنجاح في هذا الاقتصاد الرقمي.

(٣-١) الذيول الطويلة

قد يكون أول تلك المفاتيح الثلاثة هو أشهرها جميعًا. فكل واحدة من تلك النجاحات الثلاثة على شبكة الإنترنت تستفيد من مبدأ أدركه جيف بيزوس مؤسس أمازون في عام ١٩٩٥، وصاغه كريس أندرسون، رئيس تحرير مجلة «وايرد»، في قالب رسمي عام ٢٠٠٥ في كتابه «الذيل الطويل».[14]

ينص مبدأ الذيل الطويل على أنه مع تدني تكلفة المخزون السلعي، يرتفع النطاق الكفء لذلك المخزون. ومع هبوط تكاليف المعاملات بصفة عامة إلى الصفر، يرتفع المخزون الكفء إلى ما لا نهاية. أو لنقلها بشكل مختلف، كلما قلَّت تكلفة الاحتفاظ بكتاب أو قرص دي في دي معين في المخزون، زاد عدد الكتب أو أقراص الدي في دي التي يمكن لشركة معينة أن تحتفظ بها بصورة مربحة. وهكذا يمكن لأمازون أن تقدم لعملائها المزيد من الكتب بما يفوق ما تستطيع أي مكتبة عادية من الموجودة في الشوارع

أن تقدمه؛ حيث إن في استطاعة أمازون تخزين تلك الكتب بكفاءة في مواضع تخزين سلع موجودة في أنحاء البلاد. والأهم من ذلك، أن حصة كبيرة من أرباح أمازون مصدرها مصنفات غير متاحة في أي مكان آخر. كانت تقديرات كريس أندرسون تشير إلى أن ٢٥٪ من مبيعات أمازون مصدرها ذيلها (حيث يعبر الذيل عن منتجات غير متوفرة في المكتبات العادية). وبصورة أكثر تعميمًا، تبين البيانات الحالية لدى رابسودي، ونِت فليكس، وأمازون أن الذيل مسئول عمَّا بين ٢١٪ و٤٠٪ من السوق.[15] نِت فليكس تحقق الربح بنفس الطريقة. إن نِت فليكس تقدم اليوم على موقعها على الإنترنت خمسة وسبعين ألف عنوان (حوالي اثني عشر ألفًا عام ٢٠٠٢) في أكثر من مائتي لون موسيقي. وقدمت بلوكبستر من سبعة آلاف إلى ثمانية آلاف عنوان عام ٢٠٠٢.[16]

يستفيد من ديناميكية الذيل الطويل أولئك الذين تتركز أعمالهم في شريحة متميزة من السوق. لقد صار متاحًا الآن نطاقٌ فسيح من الأفلام والكتب، أكثر من أي وقت مضى في تاريخ الثقافة. إن التكلفة المتدنية للمخزون السلعي معناها اختيار أوسع نطاقًا. والاختيار الأوسع نطاقًا يعد ميزة عظيمة بالنسبة لأولئك الذين تتنوع أذواقهم.[17]

أولئك الذين يتشككون في أهمية الذيل الطويل سرعان ما يزعمون أن حجم التجارة الذي يتحقق من خلال الذيل الطويل ضئيل مقارنة بالسوق عامةً. فوفق حسابات أندرسون تأتي ٢٥٪ من مبيعات أمازون من ذيلها؛ غير أن لي جوميز المحررَ بِوُول ستريت جورنال يعلق على ذلك قائلًا، «باستخدام تحليل آخر لتلك الأرقام ... يمكنك أن تبين أن ٢,٧٪ من المؤلفات التي تبيعها أمازون تحقق نسبة هائلة من إيراداتها تبلغ ٧٥٪.»[18]

غير أنه تغيب عن هذا النقد نقطتان مهمتان؛ أولاهما: أن كل الحراك الذي تتسم به السوق إنما يجري عند الهامش. فمثلما هو الحال مع العدَّائين في سباق مائة متر عدْوًا، قد لا يتجاوز الفارق بين صاحبي المركزين الأول والأخير ٠,٢ من الثانية. لكن هذا هو الفارق الذي يعنينا، والفارق الذي تحققه مبيعات الذيل الطويل سوف يحدث تأثيرًا كبيرًا عند الشركات التي تصارع على المنافسة على المراكز الأولى.

النقطة الثانية، والأهم: أن اتساع تلك السوق سوف يدعم تنوع الإبداع الذي لن يسعه سوى أن يلهم نطاقًا أوسع من المبدعين. ولأسباب تقع في مركز القلب من هذا الكتاب، فإن إلهام الناس كي يبدعوا أكثر أهم من مسألة ما إذا كنت أنت أو أنا نهوى الإبداع الذي كنا ملهميه أم لا.

ولعل أفضل برهان على هذا يأتي من مثال آخر يزداد نجاحًا يومًا بعد يوم على اقتصاد الإنترنت هذا، وقد بدأه أحد رواد الأعمال الذين لعبوا دورًا محوريًّا في تحويل نظام تشغيل يسمى لينُكس من مجرد هواية إلى نشاط تجاري: شركة رد هات ومؤسسها روبرت يونج. بعد أن اشتهرت رد هات عام ١٩٩٩، واصل يونج مسيرته ليبدأ فكرته العظيمة التالية: مؤسسة «لولو»، شركة تكنولوجية تساعد الناس على «نشر وبيع أي نوع من المحتويات الرقمية».

تهدف لولو إلى التفوق على أمازون، لكن بطريقة مختلفة عن طريقة أمازون، فهي تهدف إلى أن «تضع كل الكتب في مكتبة لا تتواءم مع مجال عمل أمازون.»[19] والسوق المستهدفة ليست ذلك القطاع المميز الذي يخدمه ذيل أمازون الطويل، ولكنها «سوق لشريحة صغيرة الحجم» ليست في متناول يد حتى أمازون نفسها. وحسبما أخبرني يونج: «نموذج أعمال أمازون مبني على نموذج الأعمال الحالي لصناعة نشر الكتب. أما نموذج أعمال لولو فنموذج مختلف تمامًا قائم على الإنترنت والذي ... لا ينظر حتى إلى ما تفعله صناعة النشر.»

تقوم لولو بهذا عن طريق العمل بجد على تثقيف المؤلفين وتعليمهم أفضل الطرق لتأليف كتب قادرة على المنافسة. ويشرح يونج الأمر لي بقوله: «لو أنك تكتب رواية بوليسية بطلها مخبر بوليسي، فإنك بذلك تنافس أجاثا كريستي، فعليك أن تتبين ما طبيعة كتابك.» ويطرح لولو على مؤلفيه السؤال التالي: «ما الذي يجعل روايتك البوليسية تباع؟ هل بها شيء متميز؟»

ليس هدف لولو نشر ثقافة مجانية، لو كان معنى ذلك الثقافة التي لن تدفع مقابلها شيئًا.[20] قال لي يونج: «إننا نعتقد أن التشارك يسير. أما الأمر الصعب فهو تمكين الناس من الحصول بالفعل على مال يسدد لهم مقابل المحتوى الذي أنتجوه.» إن اهتمام لولو لا ينصب على جميع «التسعة والتسعين من أصل مائة» مؤلف الذين ترفض سوق النشر التقليدية نشر مؤلفاتهم. وإنما ينصب تركيزها على «تسعة وأربعين من أصل مائة»: أي أولئك الذين «لديهم بالفعل شيء له قيمة يقولونه ويجب أن تكون لهم سوق.» أولئك أناس:

> يكتبون من أجل سوق بالغة الضآلة أو يكتبون كتابًا آخر حول موضوعٍ نشر الناشرون حوله كتابًا بالفعل. في أي السبيلين، لا يرغب الناشر فيه لأنه لا يرى أنه سيحقق ربحًا من ورائه. ليس ... لأنه كتاب سيئ؛ إنه يقر بأنه كتاب

ذو قيمة، كل ما هنالك أنه لا يرغب في نشره لأنه نشر بالفعل كتابين آخرين [وليكن مثلًا] عن البرمجة بلغة جافا؛ لذا فإنه ليس راغبًا في نشر كتاب ثالث.

مرة أخرى، الحراك هنا يجري على الهامش، وما سيجعل لولو تحقق النجاح في مجال أخفقت فيه المطابع التي أصابها الغرور، ليس الكفاءة التي يمكن أن ينتج بها العمل الإبداعي ويوزع على امتداد الذيل الطويل. إن يونج مفتون بالتحدي الكامن في البيع على امتداد الذيل. لن يتم الأمر من تلقاء نفسه، بل الأمر يستلزم بذل عمل شاق من كل من لولو والمؤلف. إن النجاح مخلوق يُصنَع؛ فليس هناك «عصا سحرية للذيل الطويل» لتحقق النجاح لكل من هب ودب.

غير أن عاقبة نجاحه سوف تتمثل في ظهور نطاق أوسع كثيرًا من المبدعين. وهذه هي أهم العواقب التي يعنى بها المجتمع بشكل عام. وتمامًا مثلما أضفى جيفرسون رومانسية على المُزارع الكادح، الذي يعمل في قطعة صغيرة المساحة من الأرض يملكها في ظل اقتصاد يحكمه العمل الشاق والتخطيط المتأني، وتمامًا مثلما أضفى سوزا رومانسيته على الموسيقي الهاوي؛ قصدت أنا أن أضفي شاعرية على المبدع الكادح. في كل حالة من تلك الحالات، كان في إمكان الناقد أن يزعم بأن من الأفضل إنتاج المنتج في مكان آخر؛ أي إن المَزارع الكبرى أفضل، أو أن وضع مرشحات لفرز الأعمال المطروحة للنشر معناه ظهور أعمال منشورة أفضل. غير أنه في كل حالة من تلك، غاب عن ذهن الناقد أمر من الأهمية بمكان: مقدار ما يجريه نظام حياة الشخص الكادح من تغيير على حياته كمواطن. إن الذيل الطويل يمكِّن قطاعًا أوسع من الناس من التحدث. وأيًّا كان ما سيقولون، فهو أمر طيب للغاية؛ فالكلام يعلم المتكلم، حتى وإن كان كل ما يصدره لا يزيد عن كونه ضجيجًا.

(٤) الأخ الأصغر

إلا أن الذيل الطويل وحده ليس كافيًا لتفسير النجاح العظيم الذي حققته أمازون ونِت فليكس وجوجل عالميًّا؛ فلا يكفي أن تكون تلك الأشياء متوفرة وحسب. لا بد أيضًا من وجود أسلوب كفء للمواءمة بين العملاء وبين الأشياء الموجودة في الذيل الطويل؛ فقد أكون راغبًا بحق في الشراء، لكنني لست مستعدًّا للتنقيب في ١٠ ملايين كتاب فوق رف أمازون حتى أعثر على ما أتوق لشرائه. ينبغي على أمازون (وكذلك نِت فليكس وجوجل)

أن تقوم بهذه المهمة نيابة عني. وكل واحدة من تلك الشركات تجيد القيام بذلك عن طريق التجسس على كل حركة أقوم بها. فهناك أخ أصغر (تيمنًا بالأخ الأكبر الذي ورد في رواية جورج أورويل بعنوان ١٩٨٤) يعرف ما يحتمل أن أشتريه، ومن ثم يوصيني بأشياء جديدة بناء على ما جناه من معرفة بي.

بطبيعة الحال، جمع البيانات عن العملاء ليس بالأمر المستحدث. غير أن محور كفاءة هذا الأخ الأصغر أنه يعتمد على مبدأ كان أول من وصفه دان بريكلين أحد مبتكري برنامج «فيزيكالك» في مقال بعنوان «وفرة المشاع».[21]

كان الملهم لمقال بريكلين مساجلة خاضها مع أولئك الذين قالوا إن نابستر حققت نجاحًا فائقًا لأنها كانت تقنية من نوع الند للند. أما حسب زعمه، فإن نجاح نابستر لم تكن له أية علاقة بمسألة الند للند. أولًا: لم تكن المنظومة في حقيقة الأمر تقنية ند للند. وثانيًا: أن عدم استخدامها لمعمار الند للند ربما كان بالفعل استراتيجية تقنية أفضل لخدمة الغايات التي سعت إليها نابستر.

دفع بريكلين بأن نجاح نابستر لم يجئ نتيجة لتصميم تقني معين، وإنما جاء نتيجة معمار أوجد القيمة كـ «ناتج ثانوي» لحصول الناس على ما يريدون. فعندما قمت أنت بتنصيب برنامج نابستر على حاسبك، فإنه على نحو تلقائي جعل الموسيقى الموجودة على حاسبك قابلة للتداول مع الغير. وكلما انضم مزيد من الناس للموقع، تحسنت «قاعدة البيانات». وحين يضيف مستخدم نابستر محتوًى جديدًا لمكتبته عن طريق، مثلًا، اقتطاع جزء من قرص مدمج، «فإن وضع النسخة داخل دليل الملفات الموسيقية المتشاركة مع الغير، يمكنه بذلك أن يكون منتجًا ثانويًّا طبيعيًّا لعمله العادي الذي يمارسه على الأغنيات.»[22] «وزيادة قيمة قاعدة البيانات عن طريق إضافة المزيد من المعلومات ناتج ثانوي طبيعي لاستخدام الأداة لمنفعتك الخاصة.» فتفسير النجاح غير العادي لنابستر أنه «لا توجد بالضرورة دوافع إيثارية للمشاركة».

أثار بريكلين نفس النقطة عن خدمة تسمى قاعدة بيانات الأقراص المدمجة. أنشئت قاعدة بيانات الأقراص المدمجة في الأساس على يد متطوعين أرادوا الحصول على وسيلة بسيطة لتتبع المعلومات المتوفرة عن موسيقاهم. إن الأقراص المدمجة تحدد لكل مسار موسيقي رقمًا إلى جانب إجمالي زمن المسار. غير أنه باستخدام تقنيات التوقيع المشفر، يصير من السهل إلى حد ما الحصول على توقيع فريد لكل أغنية على أي قرص مدمج. وباستخدام هذا التوقيع، يمكن لقاعدة بيانات الإنترنت التعرف بسهولة على الأغنية

التي فوق قرصك المدمج، إذا كان توقيع تلك الأغنية دخل بالفعل على قاعدة بياناتك بجانب معلومات عن اسم الأغنية، واسم المطرب ... إلخ. ومن ثم، عن طريق جعل الناس يضيفون تلك المعلومات إلى قاعدة البيانات، تصبح قاعدة البيانات ذات قيمة أعلى للجميع.

لاحظ وجود نتيجة طبيعية لقانون تصميم بريكلين، أشار إليها أحد المعلقين على المقال الأصلي لبريكلين؛ وهو إيفان ويليامز: فأنت تصمم قاعدة البيانات بحيث يستخدم الناس البيانات التي يدخلونها، وبهذا فأنت تعظِّم الحافظ لديهم كي يضعوا البيانات الصحيحة.[23] وهذا هو ما تفعله آي تيونز التابعة لأبل في الوقت الراهن. فإذا وضعت قرصًا مدمجًا داخل حاسبك الممكَّن من الدخول على متجر آي يونز، فسوف يبدأ في تشغيل برنامج آي تيونز. وإذا اتصل برنامج آي تيونز بالإنترنت، فسيقوم بعد ذلك بمقارنة معلومات المسار الآتية من القرص المدمج بقاعدة بيانات الأقراص المدمجة (التي صارت الآن تحمل اسم) «جريسنوت». وإذا عثرت القاعدة على القرص المدمج، فإنها بعد ذلك تستعيض عن أسماء المسار ١ و٢ غير المشوقة التي يحملها القرص المدمج ذاته بمعلومات عن الفنان والمسار. لكنها إذا لم تعثر على معلومات عن المسار، فإنها تبلغك، وتدعوك لإدخال البيانات بنفسك.

بمجرد إدخالك البيانات، يقدم لك آي تيونز بعد ذلك أسلوبًا مبسطًا لإرسال تلك البيانات إلى جريسنوت. وتتخير جريسنوت إما أن تقبل المعروض عليها أو لا تقبله، ولكن النقطة هنا أن جريسنوت تعلم (لأنها تقوم بترشيح المدخلات من خلال خدمات مثل تلك) أن البيانات التي أدخلتها على الأرجح سليمة. إن مهمة إدخال البيانات مهمة ثقيلة بالأساس؛ وربما كان الأشق منها هو إدخال بيانات زائفة، وتقديمها، ثم بعد ذلك إدخال البيانات الحقيقية. وما من شك أن باستطاعة جريسنوت الاحتفاظ بالمدخلات حتى تحصل على البرهان المؤكد.

النقطة الحاسمة مرة أخرى أن تصميم جريسنوت هو الذي يدفعنا إلى تقديم بيانات قيمة، وليس مجرد حبنا لجريسنوت أو آبل. إن التصميم «يضيف ... قيمة إلى قاعدة البيانات بدون [إضافة] أي جهد إضافي [على عاتق المستخدم].»[24]

لعل أفضل مثال على هذا النوع من خلق القيمة كمنتج ثانوي (نظريًّا على الأقل؛ إذ لم يسمح المحامون مطلقًا باستمرار هذا النظام) كان طموح شركة «إم بي ثري دوت كوم»، تلك الشركة التي تعرضت لمقاضاة عنيفة. لقد أراد مايكل روبرتسون،

مؤسس الشركة، أن يعيد صياغة عالم الإنتاج الموسيقي عن طريق إيجاد سبل أفضل لتسويق فرق جديدة للعملاء الحاليين. ولما كان مؤمنًا بشدة بفاعلية الأخ الأصغر، اعتقد روبرتسون أن أفضل سبل التسويق أن تفهم عملاءك فهمًا بارعًا. ومن بين سبل فهم عملائك فهمًا بارعًا (أو بأبرع ما يستطيع البشر) أن تشاهد ما لديهم بالفعل من أشياء.

كان لدى روبرتسون أسلوب عبقري لمعرفة هذا الأمر تحديدًا. لقد قدم للعملاء شيئًا كانوا يريدونه مقابل أن يقدموا هم له شيئًا كان في حاجة إليه.

كانت الخدمة التي قدمها لهم اسمها ماي إم بي ثري دوت كوم. كانت تلك الخدمة تعد بمنح العملاء إمكانية الوصول إلى «موسيقاهم» التي يهوونها أينما كانوا. ولكي يقوموا بذلك، لا يحتاج العملاء سوى أن يبينوا لـ «إم بي ثري دوت كوم» ما نوعية «الموسيقى التي يحبونها». كان على العميل أن يقدم قرصًا مدمجًا (من المفترض أنه) يمتلكه إلى برنامج يسمى «بيم إت». ويتعرف بيم إت على القرص المدمج ويبلغ إم بي ثري دوت كوم بهويته. وبعدها تقدم إم بي ثري دوت كوم للمستخدم طريق الوصول إلى تلك الموسيقى أينما كان (على شبكة الإنترنت على أقل تقدير). وهكذا فإنه في مقابل معرفة نوعية الموسيقى التي لدى العميل، منحت إم بي ثري دوت كوم لأولئك العملاء سبيل الوصول لموسيقاهم المفضلة أينما كانوا. وبعدها، وباستخدام مجموعة بيانات التفضيلات التي جمعتها إم بي ثري دوت كوم، يصير في إمكان الشركة التنبؤ أي من كتالوجاتها من المرجح أن تستهوي عملاءها. وهكذا فإنها إذا رأت أنني أحببت المطرب لايل لافيت، ثم رأت أنني أحب كذلك واحدًا من فنانيها الجدد، فإنه يصبح لديها حينذاك مبرر قوي لمحاولة الترويج لذلك الفنان الجديد لدى آخرين يحبون لايل لافيت. (بطبيعة الحال، أسلوب الحساب الجبري الحقيقي أكثر تعقيدًا بكثير من هذا؛ لكن تلك هي فكرته الأساسية.)

ومن جديد نؤكد أن هذا التصميم كان من شأنه أن يحقق النجاح؛ لأنه لا يطلب من عملائه شيئًا أكثر من بذل مجهودهم المعتاد الذي يبذلونه من أجل الحصول على ما يريدون. ومن هنا سوف يجمع بكفاءة البيانات الضرورية من أجل إنجاح العمل. كانت هذه القدرة على جمع البيانات بكفاءة السبب الرئيسي وراء قدرة شركات الإنترنت على هزيمة نظيراتها من الشركات المعتادة قاطنة البنايات الأسمنتية. فكر فقط في الامتعاض الذي سيصيبك لو أن متاجر بارنز آند نوبل العملاقة عينت موظفين يتتبعونك أينما ذهبت، ليدونوا أسماء الكتب التي تتطلع إليها والتي ابتعتها. غير أن هذا هو بالضبط ما تستطيع أمازون عمله ببساطة عن طريق التصميم البارع لنظامها.

الأمثلة الثلاثة التي قدمتها جميعها على نجاحات الإنترنت تعتمد على رؤية بريكلين الثاقبة في تغذية الأخ الأصغر، غير أن أيًّا منها لم يحظ بالقدر من الشمول الذي حظيت به جوجل. فكل منتج من منتجات جوجل مصمم بحيث يمنح المستخدم ما يريده، وفي الوقت نفسه، يجمع بيانات تحتاج إليها جوجل. إنك لا تملك خيارًا بشأن مساعدة جوجل كلما استخدمت محرك بحث جوجل. إن بحثك هبة تقدمها للشركة إضافة إلى كونه شيئًا ثمينًا بالنسبة لك. إن الشركة ترسل إليك منتجًا بكفاءة، وتعرف عنك معلومات من خلال ذلك بأسلوب يتسم بالكفاءة المتناهية.

هناك كثيرون أزعجهم الأخ الأصغر. وصف الأستاذ الجامعي جف روزن ذات مرة الرعب والغضب الذي شعر به لدى معرفته أن أمازون «تراقب» ما يبتاعه من كتب كي توصيه بشراء كتب جديدة. عندما استمعت إلى ذلك الوصف، أدركت أن واحدًا منا ينتمي إلى كوكب آخر. ما من شك أن أمازون ربما كانت تسيء استغلال البيانات التي تجمعها. لكن لديها في الوقت نفسه، دون شك، حافز هائل كي تقوم بذلك. (على عكس الحكومة الأمريكية، لو أن أمازون أفسدت الأمور، فإن باستطاعتي أن أتعامل مع غيرها من الشركات.) على أي الأحوال، ليس الأمر كما لو أن جيف بيزوس يقرأ طلبياتي (بشكل شبه يومي). إن بعض الحاسبات في مكان ما تستجيب ببساطة للمدخلات التي تجمعها مني. ورغم أنني قد أهتم كثيرًا بما يعتقده جيراني، أو طلبتي، أو أصدقائي بشأني، فإنني لا أهتم ولو للحظة بما تعتقده بعض الحاسبات بشأن أذواقي في الانتقاء.

ليس معنى ذلك أن نقول إنه لا ينبغي علينا الاهتمام بالكيفية التي تستخدم بها تلك البيانات. فعندما طالبت حكومة الولايات المتحدة جوجل بأن تزودها بنتائج تحريات البحث المتعلقة بالأفلام الإباحية في سياق دفاع الحكومة عن قانون حماية الطفل على شبكة الإنترنت، قاومت جوجل الطلب بضراوة في ساحات المحاكم، ولا شك أنه كان من بين دواعي ذلك أنها لم تشأ أن يعتقد مستخدموها أن كل عملية بحث سوف تكون متاحة أمام الحكومة.[25] وبالمثل، اتخذت الشركة مؤخرًا خطوات نحو التجهيل الجزئي للبيانات التي تحتفظ بها؛ حتى تتجنب مطالبات مثل تلك في المستقبل، واستجابة منها لانتقادات حادة من قبل جماعات مناصرة الاحتفاظ بالخصوصية، التي تدعي أن قاعدة بيانات جوجل هي في حقيقتها قنبلة موقوتة معدة لتدمير الخصوصية.

هذه مخاوف تتسم بالأهمية، غير أنها ليست في دائرة ما أردت التركيز عليه ها هنا. غير أنها تشدد على سمة محورية في تصميم اقتصاد الإنترنت الناجح: بناء تقنية لتغذية

الأخ الأصغر بفضلات البيانات التي لا يمانع العملاء في تقديمها. (لا بأس، هذا التشبيه يبدو مقيتًا، غير أنه يوضح النقطة التي أود طرحها.)

(٤-١) الابتكار بأسلوب مجزأ

السمة الأخيرة التي أود إلقاء الضوء عليها بخصوص تلك النجاحات الثلاثة على الإنترنت هي في نهاية المطاف السمة التي تعمم الإنترنت نفسه. فكل تلك الشركات الناجحة الثلاث على شبكة الإنترنت تبني قيمتها بصورة جزئية عن طريق السماح للغير بالابتكار على منصاتها. إن السمة الوظيفية تتحول إلى ما يشبه مكعبات الليجو: إنها تتحول إلى قالب يمكن للغير إضافته إلى مواقعهم على شبكة الإنترنت أو إلى أعمالهم الخاصة.

نِت فليكس تقوم بذلك بأقل قدر من بين الشركات الثلاث، لكنها مع ذلك تقوم به. (كانت الشركة موضع لوم أحد كبار المدونين على الإنترنت عام ٢٠٠٤ لإخفاقها في تقديم واجهات تطبيقات.[26] وهي تستجيب لكن على نحو بطيء.) إن هدفها أن «تحسن من دقة التنبؤات بشأن قدر إعجاب شخص ما بفيلم سينمائي بناءً على الأفلام التي يفضلها.»[27] ومن أجل تحقيق تلك الغاية، تدير نِت فليكس برنامج «جائزة نِت فليكس»؛ حيث تعرض جائزة كبرى قدرها ١ مليون دولار على أي شخص يطور نظامها الخاص بنسبة تزيد على ١٠٪. ولتمكين تلك المنافسة من أن تحدث، تشاركت نِت فليكس مع الغير في «الكثير من بيانات التقييم مجهولة المصدر». كذلك تقدم الشركة المزيد يومًا بعد يوم من خلال تلقيمات آر إس إس مدخلًا نحو الوصول لمعلومات التقييم المتعلقة باختيارات مستخدميها.

تقوم أمازون بذلك من خلال خدمات أمازون للشبكة العنكبوتية. كما تفعل جوجل ذلك ربما بمعدل يفوق الجميع، من خلال واجهات برمجة تطبيقات جوجل التي تشجع ما صار يعرف باسم «مزيج جوجل». ويصف دون تابسكوت وأنتوني ويليامز مثالًا على مزيج جوجل في كتابهما «ويكينوميكس» على النحو التالي:

> في مايو من عام ٢٠٠٥، كان بول ريدميشر يسعى للعثور على مسكن في وادي السليكون؛ حيث حصل على وظيفة في شركة دريموورکس أنيميشن لأفلام الرسوم المتحركة. أصابه الضجر من أكوام خرائط جوجل التي جمعها لكل منزل أراد مشاهدته؛ لهذا أنشأ موقعًا جديدًا يجمع بمهارة بين قوائم خدمة

الإعلانات المبوبة المعروضة على موقع كريجزليست وبين خدمة خرائط جوجل. تخير مدينة وحدد نطاق السعر، فتبرز لك خريطة مثبت فوقها دبابيس مكتب تبين لك موقع ووصف كل مكان معروض للإيجار. وأطلق على إبداعه هذا اسم خرائط الإسكان.

برغم كونها أداة نافعة لمساعدة من يبحثون عن مكان للسكنى، فإنها من الظاهر تبدو بالكاد طفرة غير مسبوقة في هذا المجال. ومع ذلك، سرعان ما صار موقع بول ريدميشر عنوانًا بارزًا لما صارت عليه الشبكة العنكبوتية الحديثة، ليس بسبب طبيعته في حد ذاتها وإنما بسبب الطريقة التي أُنشئ بها. كانت خرائط الإسكان واحدة من أولى خلطات الإنترنت.

ظهر مزيج خرائط جوجل، على سبيل المثال، كي تصنع كل شيء بدءًا من التحديد الدقيق لمواقع ارتكاب جرائم بعينها، إلى التجوال حول منازل المشاهير، إلى تمكين مهووسي اللياقة البدنية من قياس المسافة التي قطعوها عدوًا يوميًّا. ولأولئك الباحثين عن أرخص الأسعار، هناك موقع تشيبجاس، وهي خدمة تمزج بين خرائط جوجل وجاسبادي كي تحدد لهم مواقع محطات البنزين التي تقدم أدنى أسعار للبنزين.[28]

كثيرًا ما يكون التكامل شفافًا (ما معناه، بالأسلوب العجيب الذي تعمل به الكلمات، أنك لا تستطيع أن ترى الآليات التي تربط خدمة ما بشركة أخرى). غير أنه يمكِّن العديد من المواقع المختلفة من التشارك في أداء وظيفي قوي. فلم يعد كل إنسان مضطرًّا لإعادة اختراع العجلة من جديد وحسب، وإنما هو غير مضطر لبنائها من الأساس؛ فخدمات الشبكة العنكبوتية تمكننا من الابتكار وبناء ما يمكن أن يتم التشارك فيه بين العديد من الكيانات المختلفة.

هذا النمط سوف ينمو نموًّا هائلًا مع اتباع المزيد من الشركات نفس المسار. فعندما تتجه إلى مدونة على سبيل المثال، ربما تم التعامل مع التعليقات بواسطة شركة متخصصة في التعليقات (وهو شيء يفرضه وجود مرسلي البريد المزعج الأشرار). أو عندما تجيب على أسئلة استفتاء مطروحة على أحد المواقع، سوف يكون هناك موقع آخر على الشبكة هو الذي يجري الاستفتاء بالفعل. لكن سواء كان مرئيًّا أم لا، فإن التأثير سوف يكون بالغ القوة. إن تلك التقنيات سوف تخفِّض تخفيضًا جذريًّا من تكاليف ممارسة الأعمال التجارية داخل هذا الفضاء التجاري الذي تتزايد أهميته يومًا بعد يوم.

الابتكار المجزأ ليس سوى واحد من مكونات ما كان تيم أوريلي أول من أطلق عليه اسم «الويب ٢»،[29] وربما يكون هو أكثرها أهمية في نهاية الأمر؛ إذ إنه يبين كيف أن الإنترنت مؤهل بشكل فريد لاستغلال عقيدة عامة في الاقتصاد، وكيف يستفيد الإنترنت من مبدأ التحول إلى الديمقراطية الذي يعد سمة مميزة له. وسوف نتناول هذين الأمرين بالدراسة تباعًا.

(٤-٢) الاقتصاد

في عام ١٩٣٧ كان رونالد كوز الحائز على جائزة نوبل يتساءل عن سبب وجود الشركات في سوق حرة.[30] فإذا كان لب السوق يقوم على أنه من الواجب تخصيص الموارد حسب السعر، فلماذا داخل الشركة لا يكون السعر هو ما يحدد من يحصل على ماذا؟ فداخل الشركة الفيصل هو أمر «المدير». ومن ثم بدت الحياة داخل الشركة أشبه بـ «التخطيط الاقتصادي» الذي تشتهر به الشيوعية أكثر من منافسة السوق. لماذا؟ لماذا لم تُبْنَ الشركات على نسق الأسواق الحرة؟

كانت الإجابة في «تكلفة المعاملات»؛ فالذهاب إلى السوق يكلفك الكثير: وقتًا، وتكاليف المساومة، وتكاليف رأسمالية ... إلخ. وكان منطق كوز أن هذه التكلفة من شأنها أن تساعد على تفسير حجم الشركة. فالشركة سوف تتجه للسوق كي تحصل على منتج عندما يكون القيام بذلك أرخص لها من إنتاج المنتج داخلها. وسوف تنتِج المنتج بداخلها عندما تكون تكاليف السوق باهظة للغاية. ويلخص يوشاي بينكلر تلك النقطة بقوله:

> يلجأ الناس إلى الأسواق عندما تكون المكاسب من وراء ذلك — أي صافي الربح بعد خصم تكلفة المعاملات — أكبر من المكاسب التي تعود عليهم من وراء صنع نفس الشيء داخل جهة عمل تابعة لهم؛ أي صافي تكلفة تنظيمها وإدارتها. إن الشركات الجديدة تظهر عندما يكون العكس هو الصحيح؛ أي إن تكلفة المعاملات يمكن خفضها بأفضل سبيل، عن طريق جعل النشاط يتم داخل ظروف خاضعة للتحكم لا تتطلب معاملات فردية من أجل تخصيص ذلك المورد أو بذل هذا الجهد.[31]

يستتبع تلك الرؤية التحليلية أنه مع هبوط تكلفة المعاملات، لو ظلت باقي الظروف متساوية، فإن مقدار ما يتم إنجازه داخل محيط شركة ما سوف ينخفض هو أيضًا.

وسوف تعتمد الشركة على الشراء من خارجها بمعدل أكبر. سوف تركز في عملها الداخلي على الأشياء التي تبرع في أدائها (بما يعني أنها أكثر كفاءة فيها من السوق).

الابتكار المجزأ ببساطة عبارة عن تطبيق معماري فوري لتلك الفكرة الاقتصادية. فمن خلال المعمار الذي يجعل الويب ٢ ممكنًا — بما يشمل ما يطلق عليه كثيرون خدمات الشبكة العنكبوتية — تنخفض تكاليف معاملات التعهيد (أي الاعتماد على جهات خارجية) في التشغيل انخفاضًا رهيبًا. لماذا تحصل الأموال بنفسك — معرضًا نفسك وشركتك لمخاطر التعرض للاحتيال، على سبيل المثال — بينما في إمكانك ببساطة التعاقد مع باي بال؟ ولماذا تشغل الخوادم التابعة لك بينما هناك جهة يمكنها بالفعل أن تقدم هذه الخدمة طوال الوقت بأجهزتها؟ هناك بعض المجالات، كالأمن القومي مثلًا، التي تبتعد بطبيعتها عن ذلك النوع من الاعتماد على جهات خارجية. ولكن النقطة البديهية أنه من المنطقي أن عدم الاعتماد على جهات خارجية سوف يقل شيئًا فشيئًا.

(٤-٣) إضفاء الصبغة الديمقراطية

أيضًا يعلمنا الابتكار المجزأ شيئًا مهمًّا عن الابتكار على الإنترنت في حد ذاته. ففي كل مثال من تلك الأمثلة على الويب ٢، تسمح المنصة للابتكار بأن يتحول — على حد تعبير الأستاذ في معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا إريك فون هيبل — إلى «الديمقراطية». ومن جديد نقول إن هذا المصطلح ليس معناه أن يتم تنفيذ الابتكار مثلما كانت الاستراتيجية تُقرَّر في الألوية القديمة للجنود السوفييت؛ عن طريق الاجتماع والتصويت على الخطوة الاستراتيجية القادمة؛ وإنما تعني هنا أن إمكانية الوصول للموارد — الحق في الابتكار — قد صارت أكثر ديمقراطية، بمعنى أنها صارت معتمدة على عضويتك في مجتمع ما، لا على مكانة خاصة أو هرم وظيفي في شركة أو حكومة ما.

وهكذا، تضفي كل من أمازون وجوجل الصبغة الديمقراطية على الابتكار عندما تفتحان خدمات الشبكة العنكبوتية لأناس من خارج أمازون وجوجل. ولقد فعل الإنترنت نفس الشيء، ولكن بشكل أفضل. إن المعمار الأصلي للإنترنت كان يطلق عليه اسم «من الطرف إلى الطرف»؛ ما يعني أن الابتكار والذكاء في الشبكة كان من المفترض أن يكونا عند حافة الشبكة (أي الأجهزة التي ترتبط بالشبكة، لا الشبكة ذاتها)؛ فالشبكة ذاتها كان من المفترض أن تكون أبسط ما يمكن.[32] ونتيجة لذلك، كان كل امرئ حرًّا من الناحية التقنية في الابتكار من أجل تلك الشبكة. كلُّ ما كنت في حاجة للقيام به حتى

تبتكر للإنترنت، أن توفق تصميمك مع بروتوكولات الإنترنت. وبمجرد قيامك بهذا، صرت جزءًا من الشبكة. لم تكن هناك لجنة ولا مجموعة تصميم ولا وكالة ابتكار للإنترنت تحتاجها للتصديق على فكرتك. ولم يكن باستطاعة أحد أن يمنعك من إنشاء أي شيء تريد إنشاءَه على شبكة الإنترنت. وهذه الحرية تعد سببًا جوهريًّا في النجاح الاستثنائي الذي حققه الإنترنت.

(٥) شخصية النجاح التجاري

يمكنك أن تقول الكثير عن شخصية المرء إذا طلبت منه انتقاء الشركات العملاقة التي ميزت حقبة زمنية معينة. هل ينتقي شركات عملاقة راسخة (ديناصورات ناجحة)؟ أم يتخير شركات ناشئة جائعة؟

أنا شخصيًّا سأنتقي الشركات الناشئة الجائعة. هناك سمة رائعة في المجتمع المعاصر؛ ألا وهي الاحترام المنهج الذي نوليه للعمليات المصممة لكي تدمر الماضي. ولعل أفضل مثال على ذلك السوقُ الحرة، والديمقراطية مثال آخر. في كلتا الحالتين، ليس الهدف وجود جريان متواصل دون انقطاع (فلدينا محاكم لحماية الملكية الخاصة؛ ولدينا دساتير تبطئ من إرادة الديمقراطية). لكن في كلتا الحالتين، يكون الهدف هو ضمان ألا يبقى الماضي على قيد الحياة إلا إذا كان قادرًا على التفوق على المستقبل.

إن الاقتصادات التجارية للإنترنت تعد مثالًا خلابًا على تلك الديناميكية تحديدًا. إن المنصة المحايدة للإنترنت عملت على إضفاء الصبغة الديمقراطية على الابتكار التقني والتجاري، ومن ثم انتقل مركز السلطة انتقالًا جذريًّا. إن من لم يكملوا تعليمهم الجامعي في أواخر التسعينيات (وأغلبهم كان من ستانفورد) هزموا من لم يكملوا تعليمهم الجامعي في منتصف السبعينيات (من هارفرد)؛ فلم يكن لجوجل وياهو أي ثقل عندما كانت مايكروسوفت هي المهيمنة. هذا النجاح للجديد في مواجهة سلطة القديم صار ممكنًا نتيجة الالتزام الدستوري في معمار الشبكة بإضفاء الصبغة الديمقراطية على الابتكار.

لم يكن باستطاعة أي حكومة أن تخطط لتلك النجاحات، وهذا ليس فقط لأن الحكومات على الأرجح لا تمتلك موهبة العباقرة الذين على شاكلة من يعملون بجوجل أو إي باي، وإنما لأن الحكومات لم تكن قادرة على التخطيط لتلك النجاحات؛ لأن الحكومات — على الأقل كما نعرفها نحن الأمريكيين — فاسدة بطبيعتها؛ ليست فاسدة

بالرشوة، ولا بالجشع، وإنما من خلال واقع يفرضه تمويل الحملات الانتخابية، التي تجعل المسئولين الحكوميين لا يتفهمون سوى آراء أصحاب النجاحات العظمى الراسخة دون غيرهم من أصحاب النجاحات العظيمة المقبلة (الذين، حتى حينه لا يملكون من أرصدة المال ما يؤثرون به على الحكومة).

ولا جاءت تلك النجاحات من أنشطة تجارية مهيمنة في ذلك الزمن: فأمازون هزمت بارنز آند نوبل (الأكثر رسوخًا في السوق)، وهزمت نِت فليكس بلوكبستر (المبتكرة)، وهزمت آبل دِل. لم يحدث هذا لأن بارنز آند نوبل كانت غبية وأمازون كانت ذكية، وإنما — على حد قول كلايتون إم كريستنسن في كتابه الذي نال الاستحسان عن جدارة؛ «معضلة المبتكر»:

> رغم التقدم التكنولوجي، والعلامات التجارية، والتفوق الصناعي، والخبرة الإدارية، والعضلات المفتولة في ميدان التوزيع، والتعامل النقدي المباشر؛ عانت الشركات الناجحة التي تعمل بها قيادات إدارية جيدة من أوقات عصيبة وهي تقوم بما لا يتلاءم مع نموذجها المتبع في جني المال. ولأن التقنيات المدمرة نادرًا ما تبدو منطقية خلال السنوات التي يمثل الاستثمار فيها أهمية قصوى؛ فإن الفكر الإداري التقليدي بالشركات الراسخة يشكل عائقًا أمام الدخول والحركة يعتمد عليه رواد الأعمال والمستثمرون. إنه فكر قادر ومتغلغل.[33]

فالذكي في وقت من الأوقات ليس بالضرورة ذكيًّا في وقت لاحق؛ ولهذا نحن في حاجة إلى شركات جديدة.

إن الذيل الطويل، والأخ الأصغر، والابتكار المجزأ تفسر قسمًا من اقتصاد الإنترنت. إنها تفسر سبب أداء التجارة في ظل اقتصاد الإنترنت بشكل أفضل (أي أكثر كفاءة) من التجارة في ظل الاقتصاد الواقعي.

غير أن قيمة الإنترنت لا تأتي كلها من هذا الاقتصاد التجاري. فالحقيقة أن هناك مصدرًا أكثر إدهاشًا ليست له علاقة البتة بالتجارة على الإطلاق. والآن ننتقل إلى ذلك الجزء.

(٦) الاقتصادات التشاركية

كان يجلس إلى جواري على الطائرة العابرة بين الساحلين الشرقي والغربي للبلاد نموذج للشباب الأمريكي. كان عمره يناهز السابعة عشرة، يرتدي مزيجًا معقدًا من اللونين الأسود والفضي (الفضة المعدن، لا اللون). كان معه حاسب آلي أكثر شبابًا بكثير من جهازي. وعندما أعلنت دقات الجرس أنه «من الآمن الآن استعمال الأجهزة الإلكترونية المسموح بها» جذب الشاب من جيب المقعد الذي أمامنا حافظة ضخمة مملوءة بأقراص الدي في دي.

كانت جميعها — لا بد أن عددها كان لا يقل عن المائتين — نسخًا. وبينما هو يتصفح محتويات الحافظة، بدأ الحسد يتملكني. كنت أريد أن أعرف المزيد عن مجموعته وعنه هو نفسه. لهذا قمت بشيء لا يمكن أن يوصف إلا بالبشاعة، شيء لا أفعله عادةً: بدأت حوارًا مع الشخص الجالس بجواري على طائرة.

سألت جوش (تبين أن هذا اسمه) عن مجموعته. هل هو من طلبة الدراسات السينمائية؟ هل يعمل في صناعة السينما؟ لم يكن لا هذا ولا ذاك. لقد كان مجرد هاوٍ لتكوين مجموعات. الحق أنه كان يهوى جمع «كل شيء» حسبما أخبرني. وكان هذا مجرد جزء من مجموعته. كانت لديه «مجموعات لا حصر لها» من الموسيقى أيضًا.

كلما امتد بنا الحديث تضاربت الأفكار بداخلي. لقد أعجبت بما لديه من معرفة. كان واعيًا بثقافته بصورة أفضل من وعيي بثقافتي. غير أنه مع ذلك كان وفق قوانين بلادي، لصًّا. أو شيئًا أشبه بذلك؛ فأثناء تكوين مجموعته هذه، تعدى على مليار حق. لا تبدأ بالحديث عن الأسلوب غير العادل الذي صيغت به تلك الحقوق، أو عن مدى كونها باهظة الثمن، أو عفى عليها الزمن. أعلم كل هذا. لقد قطعت أشواطًا طويلة في شرح كل تلك الأمور. نَحِّ كل هذا جانبًا، إن ما كان هذا الصبي يفعله جعل مهمتي أصعب. إنني أناضل من أجل «الثقافة المجانية»، وموقفي يضعف بسبب صبية يعتقدون أن كل أشكال الثقافة يجب أن تكون مجانية.

عندما صارت خيبة الأمل من وراء التناقض الذي أشعر به أكبر مما أحتمل، أخذت أبحث عن مهرب ميسور. كان لدى جوش فيلم كنت تواقًا دومًا لمشاهدته. كنت قد انتهيت من قراءة كتابي. وكان بريدي الإلكتروني يسبب لي ضيقًا شديدًا، فقررت أن أطلب منه مشاهدة واحد من أفلامه.

فقلت: «إذن، هل يمكنني استئجار واحد من تلك الأفلام منك؟ ما قولك في خمسة دولارات؟»

لا أملك من البلاغة قدرًا يمكنني من وصف النظرة التي رمقني بها جوش، وقد ارتسمت على وجهه خيبة أمل شديدة. يكفيني القول بأنني عثرت على أكبر أسلوب للإهانة يمكنني أن أوجهه إلى جوش.

خلت أنه يريد أن يبصق علي وهو يجيبني بقوله: «تبًّا، ما هذا الهراء؟ أتعتقد أنني أفعل ذلك من أجل المال؟ يسعدني أن أعيرك واحدًا من تلك. لكنني لا أتقاضى «نقودًا» مقابل ذلك.»

لقد جاوزت المدى. لكنني مع ذلك التجاوز، ازداد احترامي لجوش. لم أكن موافقًا على الأسلوب الذي اتبعه في الحصول على مجموعته. غير أن توبيخه لي ذكَّرني بنوعٍ مختلف من الاقتصاد تعيش الثقافة بداخله أيضًا. فالاقتصاد التجاري الذي يقيس القدرة على الحصول على الثقافة بمقياس بسيط؛ هو السعر، ليس موجودًا وحده. وإنما هناك أيضًا اقتصاد تشاركي؛ حيث لا يُنظَّم الحصول على الثقافة من خلال السعر، وإنما من خلال مجموعة معقدة من العلاقات الاجتماعية. هذه العلاقات الاجتماعية ليست بالبسيطة. والحقيقة أن تلك العلاقات تتعرض للإهانة بسبب تفاهة مسألة الثمن. ورغم أنني آمل ألا يكون هناك كثيرون يتاجرون برأس مال اكتُسِب مثلما اكتسب جوش رأسماله، فإن كل من يقرأ هذا الكتاب لديه حياة ثرية من العلاقات التي يحكمها الاقتصاد التشاركي، الخالي من تفاهة السعر والأسواق.

إذا لم تكن تلك النقطة واضحة تمامًا، دعونا نفكر في المزيد من الأمثلة:

- لديك أصدقاء، وتحيا تلك الصداقة داخل إطار اقتصاد معين. إذا كنت دومًا تأخذ دون أن تعطي، فإن الصداقة سوف تتلاشى. إذا كنت تقيس كل تعامل بمقياس مادي وتطالب بتسوية بعد كل معاملة، فإن الصداقة في هذه الحالة أيضًا تزول. هناك خطوات بعينها ملائمة في بعض المواضع لكنها غير ملائمة هنا. مثالًا لذلك، «إني بحاجة للتحدث إلى شخص ما. هل يمكنني أن أعطيك ٢٠٠ دولار مقابل جلسة مدتها ساعة؟»
- لديك من تحبهم، أو سبق لك أن أحببت، أو سوف يكون لك أحباب. وتقوم علاقة الحب داخل إطار من الاقتصاد التشاركي المعقد. فعبارة «ممتاز، كان الأمر رائعًا. هاك ٥٠٠ دولار!» لا تعبر عن العرفان في علاقات الحب. ربما تكون بمنزلة إفساد للخُلُق، وإذا لم يكن الطرف الآخر فاسد الأخلاق فإن عبارة كتلك كفيلة بإنهاء العلاقة. فالعشاق يطالبون بعضهم بعضًا بأشياء. وقد صممت

تلك المطالبات بحيث تكون معقدة. واختزالها في مجرد سعر مدفوع يدمر العلاقة. (الجانب المقابل من هذه القصة يصح هو الآخر: فالدعارة عبارة عن ممارسة الجنس في إطار اقتصاد تجاري. كلا الطرفين يبحثان عن بساطة التعاملات النقدية. وعبور هذه الحدود أمر لا يحدث إلا في الروايات أو الأفلام التي تقدم نجومًا في بدء حياتهم الفنية [مثال ذلك، جوليا روبرتس في فيلم امرأة جميلة].)

- لديك جيران، وهم (أو أنت) يحتاجون لمساعدة أحيانًا. طلب مني أحدهم ذات مرة مساعدتي قائلًا: «بطارية سيارتي ميتة؛ هل يمكنك إعطائي دفعة من بطارية سيارتك؟» وبعد أن دارت سيارته، حاول أن ينقدني ٥ دولارات. فقلت له: «ما هذا بحق الجحيم يا تِد، أليس هذا هو المفروض بين الجيران؟» وبعدها قلت لنفسي، لكن ليس جهرًا بالطبع: على أي حال، إذا كنت تنوي أن تسدد لي ثمن تلك المساعدة، فسوف يكون أعلى بكثير من خمسة دولارات.

مثلما هو الحال في أي نوع من أنواع الاقتصاد، يعتمد الاقتصاد التشاركي على فكرة المقابل. ومثلما هو الحال مع أي مقابل يستمر مهما طال الزمن، يجب أن يكون في مجمله مفيدًا للأطراف التي تحافظ على وجودها في ذلك الاقتصاد. وعندما لا يحقق ذلك، يترك الناس تلك العلاقة. أو على الأقل يصبح لزامًا عليهم أن يفعلوا (مثل تلك الزوجة التي يضربها زوجها).

لكن من بين أنواع المقابل الممكنة في إطار اقتصاد تشاركي قابل للتحديد — أو لنقلها بشكل مختلف، من بين جميع شروط التبادل الممكنة في إطار اقتصاد تشاركي — فإن المقابل الوحيد الذي لا يمكن استخدامه هو المال. وعلى حد تعبير يوشاي بينكلر، في الاقتصاد التجاري بأنواعه «الأسعار هي المصدر الرئيسي للمعلومات عن الموارد، أو الحافز لتخصيصها»، لكن في الاقتصادات التشاركية «تلعب العلاقات الاجتماعية غير القائمة على دفع ثمن ذلك الدور».[34]

الحقيقة أن المال ليس فقط غير مفيد في هذه الحالة. وإنما في حالات كثيرة، تكون إضافة المال إلى الخليط عنصرَ تدمير فوريًّا.[35] ليس هذا لأن الناس ضد المال (وهذا أمر بديهي). لكنه بسبب، على حد تعبير الفيلسوف مايكل والزر العام، أن الناس يعيشون في محيطات متداخلة من التفاهم الاجتماعي. وما يكون لائقًا بصورة بديهية في محيط ما يكون غير لائق بديهيًّا في محيط آخر.[36]

وتمتلئ كل من الأدبيات الأكاديمية والحياة العادية بفهم ثري للاختلافات بين كل من الاقتصادين التجاري والتشاركي. وكتابي المفضل هنا ذلك الذي ألفه لويس هايد بعنوان «الهدية»، والذي يصف في تفاصيل تاريخية رائعة المفاهيم المختلفة، وإن كانت ذات صلة بعضها ببعض، التي تعتنقها الثقافات المختلفة عن «العطاء». فكر على سبيل المثال في مصطلح «المُعطي الهندي»، الذي طالما فهمته على أنه تعبير يقصد به الحط من قدر من يطلق عليه. لقد كان معناه ذلك الشخص الذي يعطيك شيئًا لكنه يأمل في استرداده مرة أخرى. غير أن أصل الكلمة يستثير فكرة الاقتصاد التشاركي بصورة مباشرة، لا بمعنى أنك ستسترد نفس الشيء مرة أخرى، وإنما بمعنى أن تفهم أنك جزء من ممارسة مبادلة شيء مقابل شيء آخر، على مدى زمن ما، حتى نكون منصفين: «في عام ١٧٦٤، عندما كتب توماس هاتشينسون تاريخه في المستعمرة، كان المصطلح بالفعل يعد من الأقوال المأثورة القديمة: إذ حكى لقرائه يقول: «الهبة الهندية تعبير من الأمثال يعني هدية تقدم»، وينتظر ردها بهدية على نفس قدرها.»[37] فلماذا إذن يقدم الناس هدايا مثل تلك، هذا سؤال لا يطرحه سوى كائن من كوكب المريخ؟ لماذا يغامرون بتقديم هدية للشخص الخطأ؟ لماذا لا يكتفون ببساطة بتقديم مال، وهو أمر مضمون انتقاله بكفاءة؟

والإجابة لأن الهدية تصنع ما هو أكثر، أو ما هو مختلف عن نقل أصل مادي ببساطة من شخص لآخر. ومرة أخرى، حسبما وصفها هايد:

> الفارق الجوهري بين تبادل السلع وتبادل الهدايا هو أن الهدية ترسخ رابطة من المشاعر بين الناس، في حين أن بيع سلعة ما لا يترك في قلوبهم بالضرورة رابطة ما. فأنا أذهب إلى متجر أجهزة مثلًا، وأدفع للبائع ثمن نصل منشار معادن ثم أنصرف. ربما لن أراه بعد ذلك مطلقًا. وعدم الارتباط، في حقيقة الأمر، يعد حسنة تميز أسلوب السلع. فنحن لا نريد أن يشغل بالنا شيء. فلو أن البائع يثرثر على الدوام بكلام عن العائلة، فسوف أذهب للتسوق من مكان آخر. فكل ما أريده شراء نصل منشار المعادن وكفى.[38]

إذن الهدايا بوجه خاص، والاقتصاد التشاركي بصفة عامة، أدوات لبناء علاقات ارتباط بين الناس. إنها ترسخ العلاقات، وتعتمد على تلك العلاقات. إنها بمنزلة الصمغ الذي يربط أجزاء المجتمع بعضها بالبعض، وهي ضرورية لأنواع معينة من العلاقات، حتى لو

سممت علاقات أخرى. ليست علاقة هدية هي التي تحدد قيمة عقد وظيفتك لدى مصنع درفلة صلب. ولا يجب أن تكون كذلك، وإنما علاقة الهدية، أو الاقتصاد التشاركي، هي التي تحدد نوع حياتك مع زوجتك أو خطيبتك. وإذا لم تكن كذلك، فمن الأفضل أن تكون كذلك لو أنك أردت للعلاقة أن تدوم.

في بعض الأحيان تعتمد المؤسسات على ذلك النوع من الاقتصاد في التجارة كي تمارس التجارة مستعينة بنوع من الروابط يصنعها الاقتصاد التشاركي. ويشير هايد إلى المثال ذي النجاح الاستثنائي لمنظمة «مدمنو الكحوليات مجهولو الهوية»:

> منظمة مدمنو الكحوليات مجهولو الهوية منظمة غير عادية من حيث طريقة تعاملها مع المال؛ فلا شيء يُشتَرى أو يُباع. المجموعات المحلية تتمتع بحكم ذاتي وهي تفي بأقل نفقاتها الممكنة — القهوة، المراجع — من خلال مساهمات أعضائها. والبرنامج ذاته مجاني. ولعل المنظمة ما كانت لتتمتع بالفاعلية، في الحقيقة، لو كان البرنامج يقدم من خلال آليات السوق، ليس بسبب ضرورة تغيير دروسه في هذه الحالة، وإنما لأن الروح التي ستقف وراءهم كانت ستصير مختلفة (كان جانب الإرادة في التخلص من الإدمان سيصير مشوشًا غير واضح، وكانت الفرصة ستكون متاحة أكثر للتلاعب، وحسبما أرى حاليًّا، فإن تقاضي أتعاب مقابل الخدمة يميل إلى قطع الطريق على القوة المحفزة للعرفان بالجميل، وهي مصدر طاقة المنظمة).[39]

وبالمثل، تتغير المجتمعات التي عرفت من قبل بأنها تتبع اقتصادًا تشاركيًّا عندما يدخل المال في الخليط. إن هايد يقتبس هنا قول جوناثان كايند عالم الجينات بمعهد ماساتشوستس للتكنولوجيا:

> في الماضي، كانت إحدى عناصر قوة العلوم الحيوية الطبية الأمريكية التشارك المجاني في المادة العلمية، وسلالات الكائنات الدقيقة، والمعلومات. لكن الآن، إذا حصلت على تصديق على إحدى النتائج الخاصة بك أو حصلت على براءة اختراع عن كائنات دقيقة اكتشفتها، فإنك لا ترسل سلالاتك للغير؛ لأنك غير راغب في أن يستولي عليها القطاع العام. وهذا ما يحدث الآن فعلًا. لم يعد الناس يتقاسمون سلالاتهم البكتيرية ولا نتائجهم التي توصلوا إليها مجانًا مثلما كانوا يفعلون في الماضي.[40]

في كل تلك الحالات، عمل السعر على تسميم الأجواء؛ فالمال يغير من طبيعة العلاقة؛ فهو يعيد تحديدها. والحقيقة أنه على الأرجح يهين المضيف. «الحوافز الموجهة بالمال تختلف عن الحوافز ذات التوجه الاجتماعي.»[41] وعبور الخط إما أنه سيُظهِر سوء فهم عظيم للسياق، أو أنه سيوحي بأنك قد فهمت السياق، لكنك ببساطة أردت تغييره.

إن تلك الخطوط من الفهم، بالطبع، ليست قدرًا مفروضًا. إنها حالة طارئة ثقافيًّا وتاريخيًّا؛ ففي إنجلترا إبان العصر الفيكتوري، على سبيل المثال، «كان وجود المال في مجال الرياضة أو الترفيه» يقلل من قيمة تلك الرياضة أو الترفيه، على الأقل في عيون «أفراد الطبقتين الوسطى والعليا.»[42] من الواضح أن الأمريكيين لديهم شعور مختلف اليوم. وفي أمريكا القرن التاسع عشر، كانت فكرة أن تحكي عن مشكلاتك الشخصية لشخص مهني تنقده أجرًا على ذلك تعد من قبيل الفعل الفاضح. واليوم، صار اسمه علاجًا، وصارت عبارة «مهلًا، اترك تلك العبارة لحين ترقد على الأريكة» إشارة إلى ازدياد حجم التقدير لأن تكون بعض الشئون الشخصية خارج نطاق الاقتصاد التشاركي. فبعض الشئون الشخصية ينبغي ببساطة طرحها على المهنيين المتخصصين فيها.

وهكذا، لا يمكن افتراض دوام أي فارق بين الاقتصاديْنِ التشاركي والتجاري، أو حتى لفترة طويلة. زعمي الوحيد أنه عندما يوجد مثل هذا الفارق، فإن «إضافة المال مقابل نشاط كان فيما مضى يجري دون مقابل سعري يقلل، لا يزيد، من مستوى ذلك النشاط.»[43] كثيرًا، لكن ليس دائمًا. يصر المحافظون في أمريكا على المحافظة على عدم قانونية الدعارة؛ لأنهم يخشون أن تؤدي إضافة عنصر المال إلى اللقاء الجنسي إلى زيادة «معدل نشاط كان يتم فيما مضى دون مقابل سعري»؛ أي النشاط الجنسي الذي يمارس خارج إطار علاقة الزواج. وفي هذه الحالة، يكون الخوف من أن يعمل المال على زيادة ذلك النشاط لا الإقلال منه.

يتعايش الاقتصادان التجاري والتشاركي جنبًا إلى جنب. والحقيقة أنهما يكملان أحدهما الآخر. إن علماء النفس لا يعادون الصداقة، برغم أنه كلما قويت اقتصادات الصداقة في المجتمع، ضعف الطلب على الأطباء النفسانيين. وفرقة ويلكو لا تغبط جوقة منشدي الكنائس، برغم أن تلك الجوقة تتبرع بعملها مجانًا، في حين تتقاضى فرقة ويلكو مبلغًا طائلًا مقابل غناء واحدة من حفلاتها الغنائية (وهي كثيرة). جميعنا يفهم أنه في الإمكان تقديم أشياء متشابهة في سياقات اقتصادية متنوعة. إننا نحتفي بذاك التنوع. المتعصب وحده هو من يناصر التخلص من أحد نوعي الاقتصاد بسبب تأثيره على النوع الآخر.

غير أنه في بعض الأحيان نتحول جميعًا إلى متعصبين. لقد شن مجتمع طائفة البيوريتان حربًا ضد اقتصادات تجارة الجنس التي تتنافس مع العلاقات الزوجية الشرعية، معتقدين أن كلًّا من الزنا (وهو اقتصاد تشاركي منافس) والبغاء (اقتصاد تجاري منافس) يفرضان ضغوطًا هائلة على الاقتصاد التشاركي المثالي. وبالمثل، تشن صناعة المصنفات اليوم حربًا على اقتصادات التشارك في المحتوى المتمتع بحقوق التأليف والنشر؛ أي الاقتصادات التشاركية بين الأنداد؛ حيث لا ضرورة لأن يعرف الناس بعضهم بعضًا، وكذلك اقتصادات الصداقة القائمة على التشارك؛[44] حيث توجد ضرورة لذلك. وفي كلتا الحالتين، ربما يكون الحكم على أن أحد نوعي الاقتصاد يعتبر سُمًّا زُعافًا للنوع الآخر صحيحًا حقًّا. ولكن سواء أكان صحيحًا أم لا في حالة معينة، فإن الفيصل هنا أن تلك الحالات التعصبية تمثل استثناءً للقاعدة. ففي الغالبية العظمى من الحالات نحن نسمح بازدهار هذه المنافسة بين الاقتصادين. وفي حالات كثيرة نشجعها. فلا يوصف أي شخص بأنه شيوعي مثلًا لأنه يلعب في دوري الكرة اللينة مساء الخميس (أي ينافس مباريات البيسبول للمحترفين) أو يساعد في تنظيف كنيسة محلية (أي ينافس بواب الكنيسة). بل على العكس؛ إننا نمجد ذلك الشخص الذي يمكنه ممارسة التجارة داخل نطاق من عدة مجتمعات، والذي يكون القسم الأكبر من حياته خارج نطاق مجتمع التجارة.

والآن تدبر التمييز بين الحوافز المحتملة التي من الممكن أن تفسر الإسهام داخل الاقتصاد التشاركي. في بعض الأحيان تكون تلك الحوافز «متعلقة بذاتي»؛ أي إن الفرد يساهم في الاقتصاد التشاركي لكي يفيد نفسه. وفي بعض الأحيان تكون تلك الدوافع «متعلقة بالغير»؛ أي إن الفرد يساهم في الاقتصاد التشاركي لأنه يفيد الآخرين. إذن إن أنا انضممت لدوري محلي في الكرة اللينة، فربما كان دافعي لذلك في المقام الأول استفادتي الشخصية. وإذا تطوعت لتقديم خدماتي في مطبخ حساء محلي، فلعلي مدفوع لذلك في الغالب بدوافع تتعلق بالغير.

من الواضح أن ذاتي وذوات الآخرين ليست منفصلة إحداها عن الأخرى. فالمرء يمكنه دومًا اعتبار الدوافع المتعلقة بالغير في نهاية الأمر متعلقة به هو؛ فأنا أختار مساعدة جيراني لأنني أريد أن أكون ذلك الشخص الذي يساعد جيرانه، أو أريد أن يُنظَر إلي كذلك. وهذا أسلوب معقول جدًّا لفهم الغالبية العظمى من الدوافع المتعلقة بالغير. إن هدفي هو عدم التأكيد على أن الاقتصاد التشاركي اقتصاد نكران للذات.

غير أنه حتى لو كانت الدوافع المتعلقة بالغير في النهاية متعلقة بالفرد ذاته، فهي لا تزال — من زاوية ما — أكثر تعقيدًا عند تفسيرها من الدوافع المتعلقة بالذات البسيطة التفسير التي يمكننا جميعًا بالفطرة أن نفهمها. إننا نتسامح مع الدوافع الغريبة المتعلقة بالذات (نطلق على بعضها اسم «هوس»، ونطلق على البعض الآخر «ذوق»). غير أن الغرابة في الدوافع المتعلقة بالغير تجعلنا نتساءل إن كان الشخص يفهم حتى ما يقوله أم لا. على سبيل المثال، أنا أفهم عبارة «إنني أعمل على التعريف بمناقب «الرابطة الوطنية للبنادق».» إنني أفهمها على الرغم من أنني لا أحذو حذوه. غير أن عبارة «إنني أعمل على التعريف بمناقب شركة إكسون» ليست غير عادية وحسب، بل بالنسبة لأي شخص لا يعمل فعلًا لدى إكسون، ربما تساءلنا إن كان الشخص يفهم فعلًا ما يقوله. إن الدوافع المتعلقة بالغير تتداخل مع مفاهيم قائمة تتعلق بالمجتمعات أو القضايا. أما الدوافع المتعلقة بذاتي (بالنسبة لنا في المجتمعات المعاصرة المتسامحة) فليست بهذا القدر من التقييد.[45]

إذن باستخدام هذا التمييز، سوف أطلق على الاقتصادات التي يكون الدافع فيها متعلقًا أساسًا بالذات اسم «الاقتصاد التشاركي الرقيق»؛ أما «الاقتصاد التشاركي الغليظ» فهو الاقتصاد الذي تكون فيه الدوافع ملتبسة على الأقل بين الذات والغير. ومن هنا، في الاقتصاد التشاركي الرقيق، لا يبني الناس عملية التبادل على السعر أو المال، لكنهم يجرون ذلك التبادل ببساطة لأنه يجعلهم أفضل حالًا، أو لأنه منتج ثانوي لا يمكن تحاشيه لشيء ما كانوا راغبين فيه على أي حال لأسباب تتعلق بالذات فقط. فالشخص لا يمانع بالضرورة في أن تساعد أفعاله شخصًا آخر. لكن لا توجد رغبة مستقلة لمساعدة شخص آخر. فالدافع هنا يتعلق بالذات.

هناك ثلاثة أمثلة كفيلة بإيضاح ما أعنيه:

- خذ عندك مثلًا سوق الأوراق المالية (البورصة). في معظم البورصات، يتداول الناس المعلومات فيما بينهم؛ معلومات عادية عن مقدار ما ابتيع من أسهم وكم بلغ سعرها، لكن حتى لو أخفيت تلك المعلومات، فإن السوق تتداول المعلومات عن معدل التغير في الأسعار. ويمكنك أن تصف هذا التداول بأنه يشكل اقتصادًا تشاركيًّا. لكن لو حسبنا المسألة ببساطة، لوجدنا أنه من المستغرب جدًّا لذلك الشخص الذي يشتري ويبيع الأسهم أن يساعد السوق ببساطة على جمع المعلومات عن الأسعار. إن الناس يبتاعون الأسهم ويبيعونها كي يجنوا المال.

ومن النواتج الثانوية لذلك السلوك تلك المعلومات التي يتبادلونها مع آخرين. فلو كان هذا اقتصادًا تشاركيًّا، فهو من النوع التشاركي الرقيق.

- فكر مثلًا في خدمة «الصوت عبر بروتوكول الإنترنت» المسماة سكايب. فمع سكايب، يمكنك إجراء مكالمات مجانية عبر الإنترنت، ومكالمات هاتفية شديدة الرخص من الإنترنت إلى الهاتف العادي (وبالعكس). غير أن سكايب مصممة بحيث تستخدم، أو «تتشارك»، في موارد الحاسبات المتصلة بشبكة الصوت عبر بروتوكول الإنترنت (فويب). فعندما تكون على هاتف سكايب، تستخدم سكايب حاسبك في تحسين أداء شبكتها.[46] الأمر أشبه بأن تسحب شركة إيه تي آند تي الكهرباء من منزلك عندما تستعمل أنت هاتفك، كوسيلة لخفض تكلفة الكهرباء الخاصة بها. لا أقصد بذلك انتقاد سكايب على ذلك؛ فمن المؤكد أنها تساعد بذلك على تحسين الخدمة. لكن عندما يساهم شخص ما في هذا «الاقتصاد التشاركي» لموارد الحاسبات، فما أبرز دوافعه نحو ذلك؟ هل هو دعم قضية سكايب؟ أم أنه ببساطة ناتج ثانوي لرغبة الناس في إجراء مكالمات رخيصة؟ أنا أقترح الإجابة الثانية، مما يجعله هو الآخر اقتصادًا تشاركيًّا رقيقًا.
- وأخيرًا، فكر في خدمة الرسائل الفورية التابعة لشبكة أمريكا أون لاين. إن قيمة تلك الشبكة ترتفع بالنسبة للجميع. وهذا نتيجة للتأثير الشبكي: فكلما زاد عدد المنضمين إلى الشبكة، زادت قيمة المورد للجميع. هناك ظروف عديدة يصدق فيها تأثير تلك الشبكة. فكر على سبيل المثال في اللغة الإنجليزية؛ ففي كل مرة يناضل شخص من الصين من أجل تعلم اللغة الإنجليزية أو تواصل مدرسة في الهند جهودها من أجل دفع اللغة الإنجليزية كي تكون اللغة الأولى، نستفيد كلنا من الناطقين بالإنجليزية. غير أنه في أي من الحالتين — سواء مع أمريكا أون لاين أو اللغة الإنجليزية — لا ينضم الناس للحركة لأنها حركة. إن الناس ينضمون لأنها تعطيهم شيئًا يريدونه.

في كل حالة من تلك الحالات، هناك مورد يتقاسمه الجميع داخل المجتمع؛ معلومات عن السوق، موارد الحاسب الآلي لجعل خدمة الفويب تعمل بشكل أفضل، تأثير شبكي ناتج عن شبكة شعبية. هذا المورد يتم تقاسمه بصرف النظر عن السعر. لكن لم يكن في أي حالة من تلك من الواقعي أن نتخيل أناسًا ينضمون أو يشاركون في تلك الشبكات لأسباب تتعلق بالغير. إنها مجتمعات تنظر للذات. إنها اقتصادات تشاركية رقيقة.

على النقيض من ذلك، في الاقتصاد التشاركي الغليظ، تكون الدوافع أكثر تعقيدًا. فهناك أب بإحدى الكنائس قد يقضي أوقات الأحد الصباحية في تدريس فصل الإنجيل. هناك جزء من ذلك الدافع يتعلق بالذات، لكن من المؤكد، أن هناك جزءًا آخرَ يتعلق بتحسين أحوال المجتمع التابع لكنيسته؛ وهذا دافع يتعلق بالغير. وما نحتاج لتحديده هنا هي النسبة. النقطة المهمة الوحيدة هنا أن كلا الأمرين موجودان، وأنه كلما كان اعتقادنا أقوى في وجود دافع يتعلق بالغير، صار اقتصاد المجتمع أكثر غلظة.

سيكون التمييز بين الغليظ والرقيق مهمًّا عند النظر إلى الفروق بين الاقتصادات التشاركية. وسيكون مهمًّا أيضًا في فهم احتمال بقاء أي اقتصاد بعينه مع مرور الوقت؛ إذ برغم أن اسمَي الاقتصاد يشيران بداهةً إلى عكس معنيهما، فإن الاقتصاد التشاركي الرقيق غالبًا ما يكون أيسر في دعمه من الغليظ؛ وهذا لأن الإيحاء بالدوافع المتعلقة بالغير أو استدامتها لا يخلو من نفقات. أو على الأقل، لو ظلت جميع العناصر ثابتة، فإن الدافع المتعلق بالذات (وقد صار الآن «نحن») يتحقق على نحو أيسر لمعظمنا. ومن هنا فإن تمييز الحالات التي يكون فيها الدافع المتعلق بالغير ضروريًّا عن الحالات التي لا يكون فيها ضروريًّا؛ سوف يكون مفيدًا في التنبؤ بما إذا كان هناك اقتصاد تشاركي معين سيظل على قيد الحياة أم لا.

(٧) اقتصادات الإنترنت التشاركية

تسبب الإنترنت أيضًا في زيادة مهولة في نطاق وغلظة الاقتصادات التشاركية. وكما حدث مع الاقتصادات التجارية، تقدم قابلية تصميم الإنترنت للتشكل، ونطاق وصوله للناس، مدًى شاسعًا لفرص جديدة للاقتصادات التشاركية في جميع الأنحاء.

كما هو الحال في الاقتصادات التجارية، تزدهر أحوال تلك الاقتصادات التشاركية بسبب تصميمها. فهنا أيضًا على سبيل المثال، يتبع الأفضل منها مبدأ أشبه بمبدأ بريكلين: إذ يساهم الناس في الصالح العام كناتج ثانوي للقيام بما كانوا على أي الأحوال يريدون القيام به. غير أن بعض المجتمعات تطالب أعضاءها بما هو أكثر؛ فالبعض يدعي، على سبيل المثال، أن الأعضاء مدينون بعضهم لبعض بشيء ما. وحسب نوع المجتمع، غالبًا ما تصبح تلك المطالبة دائمة. فإذا قلت لي إن لدي واجبًا تجاه أمازون، لاعتقدت أنها دعابة. إنني أحب أمازون مثلما أحب أصدقائي، لكن ولائي لها لن يتجاوز حجم النفع الذي تقدمه لي بالمقابل. غير أن هناك الكثير من الكيانات داخل اقتصاد الإنترنت

التشاركي لا يعد من قبيل الدعابة أن تقول عنها إنني أدين لذلك المجتمع بشيء ما. أفضل تلك المجتمعات ربما لا يعتمد على ذلك النوع من الدَّيْن. ربما كان كل ما هنالك أنها تستمتع بعمل الخير. لكن في بعض المجتمعات، يفهم جميع المساهمين فيها أن عليهم أن «يؤدوا دورهم». وإخفاق العضو في القيام بدوره يفتح الباب أمام النقد. بالنسبة لتلك الاقتصادات التشاركية الغليظة، تكون دوافع المساهمة أكثر تعقيدًا.

أبرز أنواع اقتصاد الإنترنت التشاركي اليوم، وهو يمثل نموذجًا لذلك النوع، اقتصاد لم يكن موجودًا قبل أحداث الحادي عشر من سبتمبر: ويكيبيديا. غير أن ويكيبيديا ليست أول اقتصاد إنترنت تشاركي. لهذا فإننا بعد أن نغطي المألوف والسائد، سوف نعود القهقرى قليلًا؛ كي نقيم بصورة أفضل مسألة استمرارية «جمع التبرعات لإنشاء صومعة غلال»، الذي تمارسه ويكيبيديا — وهو تعبير ذكره مايك جودوين أحد المنظرين القانونيين الأوائل للإنترنت — مقارنة بالعديد من حالات جمع التبرعات لإنشاء صوامع الغلال التي وقعت قبل أن تولد ويكيبيديا.

(٨) الحالة النموذج: ويكيبيديا

في عام ٢٠٠٠، كان جيمي «جيمبو» ويلز يبحث من حوله عن شيء أفضل يقوم به. فبعد أن عمل في البيع الآجل وخيارات الأسهم في شركة بشيكاجو خلال معظم سنوات تسعينيات القرن العشرين حقق ما يكفيه من المال، حسبما حكى لمجلة «وايرد»، كي «يعول نفسه وزوجته طيلة ما تبقى من عمرهما.»[47] وكان يرغب في عمل شيء مشوق حقًّا.

فكر في بادئ الأمر في تأليف موسوعة، أو على الأقل تكليف أناس بتأليف موسوعة على شبكة الإنترنت. وبالاستعانة بجزء من أرباح حققها من وراء أحد المواقع الإباحية كان ساعد في إنشائه (بوميس)، أطلق ويلز نيوبيديا. كانت الفكرة — ومن الواضح أنها كانت الفكرة الوحيدة التي يمكن للعقل قبولها لكتابة موسوعة في ذلك الحين — عبارة عن بناء موسوعة يراجعها نظراء لمن يكتب. فاستعان بخدمات لاري سانجر، الحاصل على الدكتوراه في الفلسفة، ليكون رئيسًا للتحرير. وأخذ كلاهما يراقبان ذلك القِدر الذي لم يشأ له القَدَر أن يصل إلى درجة الغليان.

لما أصابها الإحباط بسبب نموها البطيء، أطلقت نيوبيديا موقع «ويكي» كي تشجع على تطوير مقالات نيوبيديا. الويكي عبارة عن منصة تتيح لأي شخص أن

يكتب أو يحرر موضوعًا في ميدان عام. كان برنامج ويكي موجودًا بالفعل منذ أكثر من عقد من الزمان. كان المقصود من ورائه بالأساس تمكين فريق ما من العمل في أحد المشاريع بطريقة تعاونية. وقصد ويلز وسانجر أن يكون الويكي بمنزلة صندوق الرمال المخصص لتأليف تعاوني لمسودات مقالات لصالح نيوبيديا. إلا أنه سرعان ما تحول صندوق الرمال لما هو أكثر بكثير من مجرد مسودة. جعل نمو مقالات هذه الويكيبيديا (بعد أن صار يطلق عليها هذا الاسم) أي شيء على نيوبيديا يبدو قزمًا مقارنة بها. بعدها صار صندوق الرمال المسرح الرئيسي للأحداث.

لكن ويكيبيديا لا تتألف من برمجيات وحسب. فهي بالإضافة لذلك مجموعة من المعايير المبنية داخل ممارسة استخدام تلك البرمجيات. كان الهدف إنشاء موسوعة. وكان معنى ذلك أنه كان يُشترط أن تُكتب المقالات من «وجهة نظر محايدة». وكان من الواجب أن تكون إدارة المشروع في أيدي مجتمع متطوع (رغم أن سانجر كان في الأصل محررًا يحصل على أجر طيلة استمرار التمويل من بوميس). ومن أجل ضمان إحساس المتطوعين بأنهم جزء من مجتمع، كان من الواجب أن تكون القواعد هي قواعد أي شخص يعيش فيه. وهكذا ولدت قاعدة «تجاهل كل القواعد»، والتي شرحها لي جيمي ويلز على النحو التالي:

> «تجاهل كل القواعد» ... ليست دعوى للفوضى. إنها بحق أقرب إلى أن تكون فكرة تقول: «انظر، مهما كانت القواعد التي نتبعها في ويكيبيديا، يجب أن تكون — بصورة أو بأخرى — واضحة لأي شخص بالغ طبيعي ملم بالنواحي الاجتماعية يفكر فيما يمكن أن يمثل الأمر الأخلاقي الواجب عمله في هذا الموقف. وهذه هي القاعدة الواجب اتباعها.» يجب أن تكون بديهية بجلاء. وإذا كان هناك شيء ما مناقض للبديهة، فلا ينبغي حقًّا أن يكون هو القاعدة. ربما كان توجيهًا أو ربما كان شيئًا نلتف حوله ونحاول تشجيع الناس على فعله. لكنك لن تقع في مأزق نتيجة عدم قيامك به.[48]

وأخيرًا، كان هناك عرف خاص بالملكية: لا يوجد من يمتلك ويكيبيديا حصريًّا. فقد أُنشِئ محتوى ويكيبيديا بموجب رخصة حقوق تأليف ونشر تضمن أن يظل مجانيًّا دائمًا يمكن لأي شخص أن ينسخ منه، وأن أي تعديلات يجب أن تكون مجانية هي الأخرى. هذا الترخيص «يساري الطبع» (بالإنجليزية copyleft وهو التعبير المقابل

لكلمة حق التأليف والنشر copyright) — وهو تعبير من بنات أفكار ريتشارد ستُلمان — وضع العُرف النهائي المؤسس لهذه التجربة الفريدة من التعاون.

لو أنك من بين سبعة الأشخاص على مستوى العالم الذين لم يستخدموا ويكيبيديا بعد، فلا بد أنك ستسأل نفسك عما إذا كانت تلك التجربة في التعاون يمكنها أن تنجح أم لا. والإجابة أنها تنجح بالفعل، والمدهش أنها تحقق نجاحًا رائعًا، ولقد كان هذا أمرًا مفاجئًا حتى لمؤسس ويكيبيديا ذاته، جيمي ويلز. حسبما شرح لي بقوله:

> مع ازدياد خبرة الناس في استخدام ويكيبيديا وقراءتهم لها كثيرًا، يبدءون في امتلاك هذا الإحساس البديهي بأن ويكيبيديا رائعة للغاية في كونها محايدة بشأن مواضيع تثير جدلًا شديدًا. وهذا شيء مذهل بعض الشيء. إنني أعرف على وجه اليقين أنك لو سألتني قبل ظهور ويكيبيديا ما المشكلة الكبرى التي يمكن أن تواجهها، لقلت لك: «يا للهول، إني آمل ألا تصبح شديدة الانحياز حول المواضيع الخلافية. إنني آمل ألا يحدث ذلك.» وقد تبين أنه لا يحدث، وأن هذا المجتمع رائع بالفعل ... من أسباب ذلك العرف الاجتماعي الذي كان لدينا منذ البداية فيما يتعلق بالحيادية وفيما يتعلق بالتواصل.

ليس كل العمل داخل ويكيبيديا كتابة مقالات أصلية. الحقيقة أن الغالبية العظمى من العمل عبارة عن تنقيح، أو تحرير، للمحتوى؛ أي تصويب للأخطاء الإملائية أو أخطاء الصياغة، وإعادة كتابة الأطروحات المقدمة كي تتوافق مع معيار «وجهة النظر المحايدة»، أو ببساطة «تلطيف الرأي [حسب زعم ما] حتى يصير مقبولًا لدى قطاع أعرض من الناس.» ووفقًا لأحد التقديرات، فإن عشرة في المائة فقط من إجمالي عمليات التحرير تضيف محتوًى أصليًّا للموقع.[49] أما الباقي فإنه عبارة عن عملية تنقيح لتلك الإضافات. وحتى هنا، فإن قدرًا أكبر من العمل يجري بواسطة عدد صغير نسبيًّا من المستخدمين. ووفق ما ذكره جيمي ويلز، فإن ٥٠٪ من جميع المحررات تتم على يد ٠٫٧٪ من المستخدمين؛ ما يعني حوالي ٥٢٤ شخصًا فقط من المستخدمين في عينته. وأنشط ٢٪ (١٤٠٠) في المستخدمين أنجزوا ٧٣٫٤٪ من جميع المحررات. ولدى حسابه للمحتوى، وجد آرون شفارتز أن «الغالبية العظمى من كبار المساهمين غير مسجلة، وأن معظمهم لم يقدم لويكيبيديا سوى حفنة من الإسهامات.»[50]

هذا التقسيم للعمل ليس موجهًا. فلا يوجد عرف «للعمل الروتيني» في ويكيبيديا. على حد وصف ويلز:

> لو قال أحدهم: «حسنًا، إن لدي معلومات عن الطيور وسوف أدخل وأراقب بضعة مئات من المقالات عن الطيور، وسوف أقوم بين الحين والآخر بتحديثها عندما أشعر برغبة في ذلك، لكنني لست موجودًا طوال الوقت، ولست بحق واحدًا من الأعضاء المحوريين في المجتمع. بصراحة، ليس لدي وقت حقًّا، أو أشعر أن التعامل مع الجدل يستهويني، ولن أشغل خدمة تصحيح الأخطاء الإملائية، وكل ما سأفعله هو تلك الأجزاء التي أستمتع بها»؛ فهذا القول مقبول للغاية.

هؤلاء متطوعون يقومون بما يستهويهم. كل ما هنالك أنه يتبين أنك عندما تدعو العالم للمشاركة، فإن هناك متطوعين بأعداد كافية في نطاق من فئات العمل كفيلون بجعل الأمر برمته يعمل على أفضل نحو.

أول سؤال يطرحه كثيرون عن تلك الآلاف من المتطوعين هو: لماذا يقومون بهذا؟ (ومرة أخرى، هذا عالم من المتطوعين. فحتى فبراير من عام ٢٠٠٥، لم يكن هناك سوى موظف واحد فقط يعمل بدوام جزئي).[51] «ولماذا يلعب الناس الكرة اللينة؟» هذا هو الرد التقليدي من ويلز.[52] والإجابة بالطبع ببساطة لأنها تستهويهم أكثر من جميع الأشياء الأخرى التي يمكنهم القيام بها في نفس ذلك الوقت. لكن لماذا تستهويهم؟ من بين الأسباب أن هناك أيضًا بالفعل حافزًا جاهزًا وجذابًا، «يتعلق بالغير» يحيط بالمشروع. حسبما حكى ويلز لتابسكوت وويليامز: «إننا نتجمع سويًّا كي نبني هذا المورد الذي سوف يتاح لكل الناس في جميع أنحاء العالم مجانًا. وهذا هدف يمكن للناس أن يقفوا وراءه ويؤازرونه.»[53]

إن هذا الهدف يجعل الويكيبيديين (حسبما يطلقون على أنفسهم) مجتمعًا، ليس بالمفهوم المجرد لرهط من الناس لهم اهتمامات أو مصالح مشتركة، وإنما بالمفهوم شديد التميز لأناس عملوا سويًّا في حل مشكلة مشتركة. وعلى حد وصف ويلز:

> في بعض الأحيان تكون كلمة المجتمع بلا معنى تقريبًا؛ إنها كلمة لا تعني سوى أن هناك أناسًا موجودين يقومون بأمر ما. غير أنه في ويكيبيديا، فإن المعنى من وراء كلمة مجتمع أن هناك أناسًا التقوا بعضهم ببعض؛ وهم

> يعرفون بعضهم بعضًا؛ وكانت لديهم دفوع وحجج؛ لقد اقتنعوا بها؛ كانت لديهم ضروب شتى من المجادلات؛ ولقد اجتمعوا سويًّا كي يعتنوا ببعض المشكلات؛ وهم يحبون بعضهم بعضًا؛ وهم لا يحبون بعضهم بعضًا؛ في بعض الأحيان يتواعد الناس على اللقاء وبعدها ينفصلون بعضهم عن بعض، وبعدها تسري بعض الشائعات وتقع بعض الفضائح، وكل الأمور التي تصنع مجتمعًا إنسانيًّا ثريًّا هي ما يحدث داخل ويكيبيديا. إنها ملحمة إنسانية مكتملة تقع أحداثها بالفعل داخل مجتمعنا.

من المرجح أن يلتقط هؤلاء الناس أي قمامة يجدونها في شوارعهم.

والمدهش، أن ويكيبيديا تتسم بالجودة حتى في أمور لا يسعك أن تربطها بأي موسوعة تقليدية؛ على غرار عرض تقارير إخبارية وتحليل الأحداث الإخبارية مثل مذبحة فيرجينيا تك وإعصار كاترينا. وحسبما يشرح ويلز:

> من بين الأمور التي نتفوق فيها على الآخرين، حسب اعتقادي، أنه عندما يكون لدينا حدث جماهيري أو خبر عاجل، فإن من بين الأمور التي شهدناها أنه، لا سيما على المدى القصير، تقوم يكيبيديا بشيء غاية في التشويق صرت أقدره أكثر وأكثر بمرور الأيام؛ ألا وهو تجميع الأنباء التي تذاع. وهكذا عندما يكون لديك حدث كبير مثل هذا، سوف يكون لديك عشرة، أو عشرين، أو ثلاثين أو خمسين مراسلًا هناك، يجمعون المعلومات من مسرح الأحداث. غير أن كلًّا منهم لا يشاهد سوى الجزء الذي يتمكن من مشاهدته، وحتى إذا كانوا جميعهم صحفيين ممتازين إلى أقصى درجة ممن يبذلون قصارى جهدهم للحصول على القصة كاملة، فإن كلًّا منهم جاء من منظور معين، وكل واحد منهم يلتقي بأناس معينين لديهم آراؤهم الخاصة بهم. وبعدها تخرج تلك الآراء إلى النور على الشبكة العنكبوتية؛ حيث يصبح في استطاعة الناس قراءتها كلها.

ذكرت صحيفة نيويورك تايمز نفس النقطة بعد مذبحة فيرجينيا تك. فحسبما ورد في مقال نقدي: «من إسهامات ٢٠٧٤ محررًا، حسب آخر إحصاء، أنشأ الموقع مقالًا منمقًا وتفصيليًّا عن المذبحة، مصحوبًا بما يزيد عن ١٤٠ هامشًا منفصلًا، علاوة على أعمدة جانبية تحكي جوانب من حياة مطلق الرصاص — سيونج هوي تشو — كما

قدمت خطًّا زمنيًّا للهجمات.»[54] طالع هذا المقال أكثر من ٧٥٠ ألف شخص خلال اليومين الأولين. حتى الجريدة المحلية، روانوك تايمز، علقت بقولها إن ويكيبيديا «برزت باعتبارها الجهة المعنية بالمعلومات التفصيلية عن الواقعة.»[55]

لقد اعتَبرتُ ويكيبيديا جزءًا من «الاقتصاد التشاركي» برغم أنه، من الناحية الفنية، يسمح الترخيص الذي يحكم عمل ويكيبيديا لأي شخص بالنسخ من ويكيبيديا أيًّا كان الغرض الذي يسعى إليه، بما فيه بيع النسخ. فلا يوجد أي خطأ، على الأقل وفق الترخيص، في تشغيل موقع مدعوم إعلانيًّا يحمل نسخة مأخوذة من ويكيبيديا. لا توجد مشكلة في طبع نسخة مادية من المقالات المائة الأكثر جماهيرية وبيع تلك النسخ مقابل المال. إن القيد الوحيد في الترخيص أنك إذا أجريت تغييرات على ويكيبيديا، فإن عليك أن تحصل على ترخيص للنسخة الجديدة تحت نفس ترخيص النسخة القديمة. غير مسموح لأي شخص بإدخال تحسينات ثم إغلاق الباب على تلك التحسينات. فلا بد أن تُترَك هي الأخرى متاحة للتغيير.

غير أن ويكيبيديا لا تزال جزءًا من الاقتصاد التشاركي؛ لأن دخول الشخص عليها، أو حقه في تحريرها، يجعل قياس نجاحها بمقياس المال أمرًا غير ممكن. الأكثر طرافة من ذلك أن الموقع نفسه — ذلك الموقع المملوك لمؤسسة ويكيميديا — لا يضع إعلانات بهدف دعم إنفاقه. وهذا القرار مؤثر إلى أقصى درجة. فباعتباره واحدًا من المواقع العشرة الأولى على مستوى العالم، كان قرار عدم عرض إعلانات معناه تخلي ويكيبيديا عن ١٠٠ مليون دولار كان من الممكن أن تحققها كل عام. فلماذا؟ ما الذي يدفع هذا الموقع لتجاهل تلك الثروة الهائلة المتوقعة؟

أحد الأسباب التي تهم ويلز يتعلق مباشرةً بأهمية «وجهة النظر المحايدة». فحسبما شرح لي: «إننا نهتم بالفعل بأن تتطلع عامة الجماهير إلى ويكيبيديا في جميع أمجادها وفي جميع زلاتها، وهي عديدة بطبيعة الحال. غير أن الأمر الذي لا يقولونه هو: «حسنًا، إنني لا أثق في ويكيبيديا؛ لأنها في الأساس ليست سوى شيء تافه مملوء بالإعلانات».» إن التخلي عن الإعلانات أسلوب لشراء المصداقية، تمامًا مثلما يكون رفض أحد القضاة للرُّشَا وسيلة لشراء مصداقيته. ففي الحالتين، يمكننا أن نتخيل أن الكيان الذي يحصل على المال لن يتأثر بذلك المال. غير أنه لا يوجد سبيل ميسور للتأكد من أنه لم يتأثر. وهكذا وحتى تتحقق القيمة المنشودة — الحيادية، أو الإنصاف — يجب حذف المال من المعادلة.

إن ويكيبيديا نموذجي المفضل للاقتصاد التشاركي. فالمساهمين فيها لا تحركهم الأموال، وإنما هي المتعة أو البهجة مما يفعلونه. البعض يجد تلك البهجة لأن النتيجة شيء قيم للمجتمع. ويجد البعض الآخر البهجة لأنه لا يوجد شيء أفضل معروض على شاشة التلفزيون. وأيًّا كان السبب، فإن هناك دافعًا كافيًا موزعًا في أرجاء العالم لبناء موسوعة مجانية تجتذب في كل يوم المزيد من الاهتمام، تتفوق به على باقي الموسوعات الأخرى التي ظهرت على مر التاريخ مجتمعة. إن ويكيبيديا بالنسبة للثقافة تشبه نظام تشغيل جي إن يو/لينُكس بالنسبة للبرمجيات: شيء لم يكن أحد ليتوقع إنجازه، غير أنه شيء بناه قائد ملهم وأتباعه المخلصون مجانًا، ولكي يظل مجانيًّا.

(٩) ما بعد ويكيبيديا

غير أن شبكة الإنترنت تعلمت التشارك قبل ويكيبيديا بوقت طويل. والحقيقة أنه بسبب أن التجارة ظلت محظورة على الإنترنت حتى عام ١٩٩١، فإنه يمكن للمرء أن يقول بملء فِيه إن شبكة الإنترنت ولدت على هيئة اقتصاد تشاركي؛ ولم تلحق بها التجارة إلا لاحقًا. وهناك الكثير من الأمثلة على ذلك. فلنبحث بعضها فحسب:

- «جاء الكود الذي بنى الإنترنت من اقتصاد تشاركي»: كانت البرمجيات التي شيدت الإنترنت الأصلي نتاج تعاون مجاني. تم توزيع برنامج حاسب مفتوح المصدر، أو مجاني، على نطاق واسع لتمكين الحاسبات الخادمة وبروتوكولات الإنترنت من أداء وظائفها. وكان أشهر تلك المشاريع مشروع جي إن يو، الذي بدأه ريتشارد ستُلمان عام ١٩٨٣ بهدف بناء نظام تشغيل مجاني، مصمم بناءً على نموذج من يونيكس الذي كان مهيمنًا وقتها. وطيلة السنوات الست الأولى أو نحوها، عمل ستُلمان وأتباعه الأوفياء بعيدًا في تشييد البنية التحتية التي تجعل نظام تشغيل يعمل. وبحلول بداية التسعينيات، كان الجزء الرئيسي الغائب هو نواة نظام التشغيل، والذي بدونه لا يمكن لنظام التشغيل ككل أن يعمل.

  قرر أحد الطلاب الجامعيين الفنلنديين محاولة بناء تلك النواة. وبعد إجراء عدد من التجارب المبدئية على إحدى النسخ، أطلقها على شبكة الإنترنت متيحًا إياها للآخرين كي يضيفوا إليها. كان هذا الطالب الجامعي يدعى لينوس

تورفالدس، وأطلق على تلك النواة اسم لينُكس. وسرعان ما تقدم متطوعون من جميع أنحاء العالم للمساعدة في تحسين النواة بقدر كان كافيًا، بعد أن أضيفت له مكونات أخرى من نظام جي إن يو، لبناء نظام تشغيل قوي ومتمتع بقدرة عالية أطلق عليه إما اسم لينُكس، أو الأفضل من هذا جي إن يو/لينُكس. سوف نرى المزيد عن هذا النظام التشغيلي في الفصل المقبل. والنقطة التي أود التعليق عليها الآن هنا أنه شُيد على يد آلاف المتطوعين الذين كتبوا كود البرنامج الذي ضمن في نهاية الأمر قدرة الناس على البناء عليه والمشاركة معًا في نظام تشغيل.

الأقل شهرة من جي إن يو/لينُكس، لكنه في نفس درجة أهميته لتاريخ الإنترنت، تلك البرمجيات المجانية الكثيرة التي بنيت للربط بين أوصال شبكة الإنترنت. على حد تعبير روبرت يونج ووينديي جولدمان في كتابيهما، تحت الرادار (١٩٩٩):

> في عام ١٩٨١، أنشأ إريك أولمان «سِندميل»، وهو برنامج مفتوح المصدر مسئول عن توجيه ٨٠٪ من البريد الإلكتروني الذي يرتحل عبر شبكة الإنترنت. وهو لا يزال حاليًّا يتمتع بصيانة الآلاف من المبرمجين على شبكة الإنترنت عبر الموقع sendmail.org. علاوة على ذلك، أنشأ أولمان مؤسسة سِندميل كنشاط تجاري في نوفمبر ١٩٩٨. ومن أجل تحقيق الربح، يقوم ببيع نسخ سهلة الاستخدام من البرمجيات المفتوحة المصدر، بجانب الدعم الفني والصيانة، للشركات المساهمة. هناك قوة أخرى مهمة في عالم المصادر المفتوحة؛ ألا وهي برنامج بيرل. أنشئ البرنامج على يد لاري وول الذي يبلغ من العمر ٤٣ عامًا، وهو عالم لغويات سابق. وقد أنشا بيرل أثناء عمله في «بوروز كورب» في مشروع ممول من الحكومة. البرنامج مجاني، مع أن وول باع ٥٠٠ ألف نسخة من كتيبات بيرل التي وضعها. وهناك برنامج آخر مفتوح المصدر، وهو بايند، ابتُكِر أصلًا في جامعة كاليفورنيا ببيركلي على صورة برنامج مجاني. وهو يتيح إدخال أسماء نطاق مثل لينُكس دوت كوم على هيئة عناوين اسمية نصية بدلًا من أن تكون على هيئة أرقام ماكينة (والتي تسمى عناوين بروتوكول

الإنترنت، على غرار ٤٣.٧٢.٦٦.٢٠٩)، مما يسهل كثيرًا على الناس العاديين تصفح الإنترنت. كانت بداية أباتشي — وهي المجموعة التي أسسها بريان بيليندورف البالغ من العمر ٢٥ عامًا — عندما تمت الاستعانة بخدمات بيليندورف في بناء الموقع الخاص بمجلة وايرد. من أجل تطوير برمجيات حاسبات الشبكة العنكبوتية الخادمة، برمج بيليندورف تحسيناته الخاصة به ووزع نتائجه في جميع الأنحاء، مصحوبة بالكود الأصلي للبرنامج، على الإنترنت. ثم أضاف مساهمون آخرون برامجهم، وهكذا ولد البرنامج أباتشي. جاء الاسم Apache من حقيقة أن البرنامج عبارة عن مجموعة من «الرقع» patches من برامج جاءت من مساهمين عديدين. وفي الوقت الراهن، تستخدم أكثر من نصف مواقع الإنترنت البرنامج أباتشي. وقد اختارته آي بي إم — مفضلة إياه على برامج نتسكيب ومايكروسوفت مغلقة المصدر للخوادم — كي يكون أساسًا للبرمجيات التي تستخدمها آي بي إم في التجارة على الإنترنت.[56]

وتواصل أباتشي هيمنتها على خوادم الإنترنت: فطيلة معظم سنوات النصف الأول من العقد، كانت حصتها السوقية تربو على ستين بالمائة، واليوم، وبرغم المنافسة الشرسة من شركات الخوادم المملوكة كمايكروسوفت وأبل، لا تزال حصتها السوقية في حدود الخمسة والخمسين بالمائة.[57] كل تلك المنتجات صُنِعت في البداية بأيدي أناس عاشوا داخل اقتصاد التبادل. غير أن تفاعلاتهم داخل ذلك النوع من الاقتصاد لم تكن تقاس بالنقود. كان البعض منهم يحصل على أجر من آخرين حتى يتمكن من تحمل تكلفة كتابة برنامج حاسب يمكن إتاحته ليكون مجانيًّا. غير أنه كان من المحظور في شروط التبادل الخاصة بإضافة وتغيير الأكواد أن يكون تجاريًّا. فترخيص البرمجيات المجانية الجوهري يسمح للمطورين ببيع برنامجهم، غير أنه لا يمكنك أبدًا أن تبيع الحق في تعديل أو تغيير الكود الذي يبنونه على البرمجيات المجانية. فالاقتصاد يجب أن يظل دومًا اقتصادًا تشاركيًّا.

لماذا ينجح هذا النوع من تطوير البرمجيات؟ أو الأفضل أن نسأل، لماذا ينجح في الغالب بصورة تفوق كثيرًا البرمجيات المملوكة لجهات معينة؟

من بين أسباب ذلك سبب يتعلق بالمعمار: فعندما تكتب برنامجًا سيعمل عليه آخرون، عليك أن تكون أكثر انضباطًا في برمجتك. فيجب أن تكون التعليقات متكررة

كثيرًا. ويجب أن يكون البرنامج أكثر تقسيمًا إلى وحدات مستقلة. هذا البنيان يساعد على تقييم الثغرات. كما أنه يدعو أيضًا عددًا أكبر من الناس للاطلاع على عمل المبرمج: «مع وجود عدد كافٍ من العيون المحدقة تصبح الثغرات في خبر كان.»[58]

غير أن هناك سببًا ثالثًا كثيرًا ما يتجاهله الناس. إن البرامج المجانية والمفتوحة المصدر تستفيد من العائدات الآتية من التنوع على نحو لا تملكه البرمجيات المملوكة حصريًّا. وكما أوضح الاقتصادي سكوت بيدج في دراسة تأسيسية أجريت على كفاءة التنوع، لا يعتمد نجاح المشروع في حل مشكلة عويصة على «قدرة» الناس على حل المشكلة وحسب.[59] فقد بين بيدج، من خلال استخدامه للاقتصاد الرياضي، أن النجاح يعتمد كذلك على «تنوع» الأشخاص الذين يحلون المشكلة. وما نحتاج إليه ليس فقط — أو ليس بالضرورة — تنوعًا عرقيًّا، وإنما تنوع في الخبرة والآراء المنتمية إلى جميع أنحاء العالم، بحيث يساعد ذلك التنوع المشروع على ملء البقاع العمياء التي لا بد وأن تتصف بها أي وجهة نظر بعينها.

قد لا تبدو هذه النقطة من الوهلة الأولى مفاجئة: بالتأكيد التنوع مفيد، تمامًا مثلما أن القدرة مفيدة. غير أن الجزء المدهش حقًّا في تحليل بيدج هو العلاقة بين الإسهام القادم من القدرة وذلك القادم من التنوع: إنهما متعادلان. وبهذا المفهوم فإن زيادة حجم التنوع، لها بالضبط نفس قيمة زيادة القدرة.

وهكذا، لو قورن بين مشروعين، أحدهما يكون العاملون فيه شديدي الذكاء لكن عددهم قليل للغاية، وآخر لا يتمتع العاملون فيه بنفس القدر من ذكاء سابقيهم لكنهم أكثر تنوعًا في الفكر بكثير؛ فإن المشروع الثاني يمكنه بيسر وسهولة التفوق على الأول في مستوى الأداء. وهكذا فإنه حتى إذا كنت تؤمن بأن الشركات المالكة للبرمجيات في استطاعتها الاستعانة بخدمات أفضل المبرمجين وأعظمهم، فإن أي مشروع مفتوح المصدر (به تنوع أوسع من المبرمجين) يمكنه بسهولة أن يتفوق في أدائه على المشروع المقيد بقيد الملكية لجهة ما.

وأنا أرى أن هذه الديناميكية تفسر قدرًا هائلًا من نجاح الاقتصاد التشاركي في مجال البرمجيات. ويمكنني بالمثل تفسير نجاح اقتصادات الإنترنت التشاركية كذلك:

- «مشروع جوتنبرج اقتصاد تشاركي»: يعد مشروع جوتنبرج الذي تأسس عام ١٩٧١ (نعم، ١٩٧١) أقدم مكتبة رقمية. بدأ مؤسسه، مايكل هارت، المشروع من أجل تحويل الأعمال الثقافية إلى صيغة رقمية وتوزيعها. كان أول نص

عمل عليه المشروع «إعلان الاستقلال». واليوم، هناك أكثر من اثنين وعشرين ألف كتاب ضمن المجموعة، بمتوسط خمسين كتابًا تضاف أسبوعيًّا.[60] الغالبية العظمى من الكتب في المجموعة عبارة عن أعمال في المجال العام، أكثرها أعمال أدبية. ومعظم الأعمال باللغة الإنجليزية، ومعظمها متاحة في نصوص تحريرية فقط.[61] ويصف هارت رسالته على نحو غاية في البساطة فيقول: «من أجل تشجيع إنشاء الكتب الإلكترونية وتوزيعها.» إن اقتصاد مشروع جوتنبرج من النوع التشاركي؛ فالمتطوعون يضيفون الأعمال إلى المجموعة، وينزل الناس الأعمال مجانًا من المجموعة. فالسعر، أو النقود، لا تُعيق الوصول للمجموعة. والإسهامات التطوعية هي كل ما يمكن للداعمين أن يعتمدوا عليه من أجل المحافظة على حياة العمل.

- «المصححون المطبعيون الموزَّعون اقتصاد تشاركي»: اعتُبر مشروع المصححون المطبعيون الموزَّعون الذي كان الملهم له مشروع جوتنبرج لمايكل هارت وأسسه تشارلز فرانكس عام ٢٠٠٠، معاونًا على تصحيح الأخطاء المطبعية مجانًا للكتب التي أتاحها هارت مجانًا للناس. فمن أجل تصويب أخطاء تقنية التعرف على الحروف بصريًّا، يأخذ مشروع المصححون المطبعيون الموزعون صفحات من الكتب الممسوحة بالماسحات الضوئية ويقدمها لأفراد، بجانب النص الأصلي. وبعدها يقوم المتطوعون بتصحيح النص من خلال نوع من مشاريع الحوسبة الموزعة. (انظر البند التالي لمزيد من المعلومات عن الحوسبة الموزعة.) وقد أسهم مشروع المصححون المطبعيون الموزعون في مراجعة أكثر من عشرة آلاف كتاب موجودة على مشروع جوتنبرج. وفي عام ٢٠٠٤، كان هناك ما بين ثلاثمائة وأربعمائة مصحح يشاركون كل يوم؛ وكان المشروع ينهي ما بين أربعة وسبعة آلاف صفحة يوميًّا، وهو ما يبلغ معدله في المتوسط أربع صفحات في الدقيقة الواحدة.[62] وكل هذا العمل تطوعي.
- «مشاريع الحوسبة الموزَّعة اقتصادات تشاركية»: يعني مصطلح الحوسبة الموزعة الجهود المبذولة للاستعانة بالحاسبات الشخصية غير المستخدمة والمتصلة بشبكة الإنترنت في دعم قضية ما جديرة بالاهتمام (جديرة بالاهتمام من وجهة نظر المتطوع، على الأقل). كان أشهر هذه المشاريع مشروع سيتي آت هوم، الذي بدأ العمل به عام ١٩٩٩ وكان مصممًا بحيث يتم تقاسم القدرات

الحاسبية بهدف اكتشاف الحياة خارج كوكب الأرض (أو على الأقل النوع الذي يستخدم موجات الراديو). شارك أكثر من ٥ ملايين متطوع بالفعل بأجهزتهم في هذا المشروع.[63] ولكن هناك العديد من مشاريع الحوسبة بخلاف مشروع سيتي آت هوم، والمشروع الذي أفضله شخصيًّا هو أينشتاين آت هوم. وحسبما وصفته ويكيبيديا:

> أينشتاين آت هوم (أينشتاين في المنزل) مصمم بحيث يمحص البيانات التي يجمعها مرصد موجات الجاذبية بمقياس التداخل الليزري ومرصد جيو ٦٠٠ لموجات الجاذبية. بدأ المشروع رسميًّا في التاسع عشر من فبراير ٢٠٠٥ باعتباره جزءًا من إسهام الجمعية الفيزيائية الأمريكية في العام العالمي للفيزياء ٢٠٠٥. وهو يستعين بقدرة الحوسبة الموزعة الموجهة بأيدي متطوعين في حل المشكلة الحوسبية المكثفة الخاصة بتحليل قدر هائل من البيانات ... وبحلول الثالث من يونيو ٢٠٠٦، أسهم أكثر من ١٢٠ ألف متطوع ينتمون لمائة وستة وثمانين بلدًا في المشروع.[64]

إن الإسهامات في مشاريع الحوسبة الموزعة تطوعية. إن السعر ليس مقياسًا للقدرة على المشاركة في المشاريع أو الاطلاع على نتائجها:

- «أرشيف الإنترنت اقتصاد تشاركي»: يسعى مشروع أرشيف الإنترنت الذي بدأه عام ١٩٩٦ رائد الأعمال في مجال التكنولوجيا التسلسلية (وواحد من الناجحين في هذا المجال) بروستر كال، نحو تقديم «مدخل دائم للباحثين، والمؤرخين والدارسين كي يصلوا من خلاله إلى مجموعات تاريخية موجودة في صيغة رقمية.»[65] ولكن من أجل القيام بذلك، يعتمد كال على ما هو أكثر من الدعم المالي السخي غير العادي الذي يقدمه للمشروع. فهو يعتمد بشدة على جهد تطوعي هائل من أجل التعرف على المحتوى الذي ينبغي أرشفته ورفعه على الشبكة. يوظف الأرشيف «ربما ما هو أقل من عُشر جهد شخص واحد» حسبما أخبرني. كما أن «أكثر من ألف شخص تقريبًا قاموا بتحميل ملفات على الشبكة» لأعمال إبداعية كي تحفظ.[66] المحتوى بأسره متاح على الأرشيف. ولا يوجد شيء يقاس بسعر.

- «مشروع رسم خريطة كوكب المريخ اقتصاد تشاركي»: العلماء في ناسا يستبد بهم الشوق نحو رسم خريطة لسطح كوكب المريخ. ورسم خريطة معناه التعرف على مواقع فوهات البراكين وتمييزها بعلامات، وكذا معرفة عمر الفوهات وغيرها من التكوينات الجيولوجية المهمة الأخرى. طيلة سنوات، أنجزت ناسا وغيرها هذه المهمة عن طريق الاستعانة بخدمات محترفين. لكن طيلة أحد عشر شهرًا بدأت في نوفمبر ٢٠٠٠، جربت ناسا أن تطلب من هواة أن يقوموا بما قام به محترفون.

كانت النظرية التي تقوم عليها التجربة أن «هناك الكثير من المهام العلمية التي تتطلب الإدراك الإنساني والحس المنطقي، غير أنها قد لا تتطلب الكثير من التدريب العلمي.» وهكذا أعدت ناسا موقعًا يمكن فيه للمتطوعين من «العاملين بالنقر» أن يمضوا «بضع دقائق هنا وهناك»، وقد يعمل البعض منهم «فترة أطول» في أداء «تحليل علمي روتيني عادةً ما يجريه» محترف متخصص.[67] على سبيل المثال، ضم هذا الموقع «واجهة تفاعلية ينقر فيها المساهم ... على أربعة نقاط فوق حافة فوهة البركان فيشاهد دائرة تُرسم تلقائيًّا فوق الحافة ... إن الضغط على زر يعرض مجموعة من خطوط العرض، والطول، وأرقام الأقطار وينقلها إلى قاعدة البيانات.»[68]

كانت النتائج مذهلة. فبمجرد أن ذاع صيت المشروع، كان هناك «ما يزيد على ٨٠٠ مساهم صنعوا ما يربو على ٣٠ ألف مدخل لتمييز فوهات البراكين بالدوائر خلال أربعة أيام.»[69] وحتى بعد تصحيح الأخطاء، تم هذا العمل «بسرعة تفوق ما يمكن لخريج واحد عمله، وكذلك بسرعة تفوق كثيرًا سرعة عودة البيانات الأصلية إلى الأرض بواسطة مركبة الفضاء.» قدم مساهمون عملوا لمرة واحدة ما نسبته سبعة وثلاثون بالمائة من النتائج. وعندما قورنت النتائج من حيث الفائض عن الحاجة، كانت الدقة بالغة الارتفاع. وحسبما خلصت دراسة النتائج فإنه «حتى إذا ارتكب المتطوعون معدلات أعلى من الأخطاء ...، فإن تحليلًا رخيص الثمن يتم في الوقت المناسب يمكن أن يظل مفيدًا. وفي بعض التطبيقات، لا يزال في استطاعة البيانات المزدحمة الخروج بنتيجة إحصائية سليمة.»[70] وعلى حد وصف يوشاي بينكلر: «ما تمكن علماء ناسا الذين أجروا تلك التجربة من سبر غوره كان عبارة عن بحر هائل من الإضافات مدة كل

منها خمس دقائق من الأحكام البشرية، طبقت بدافع المساهمة في مهمة لا تتعلق بـ «كسب العيش».»[71]

- «علم الفلك يزداد اعتماده يومًا بعد يوم على الاقتصاد التشاركي»: تاريخيًّا، اعتمد علم الفلك دومًا على الهواة. ولكن مع إتاحة التقنيات الرقمية الفرصة لجمع كميات هائلة من البيانات، هناك دفعة قوية داخل المجال لتشجيع التشارك في تلك البيانات في أوساط الفلكيين. وعلى حسب تعليق محرري مجلة نيتشر:

> إن تقنيات الشبكة العنكبوتية ... تدفع شخصية الشبكة من كونها مكتبة كبرى نحو تقديم مساحة عمل تعاوني موجهة عن طريق المستخدم ... منذ عقد مضى من السنوات، على سبيل المثال، كان علم الفلك لا يزال مكونًا بصورة كبيرة من جماعات تحتفظ بملكية بيانات مشاهداتها وتنشر نتائج فردية. والآن صار منظمًّا حول مجموعات كبيرة من البيانات؛ حيث يتم تبادل البيانات وترميزها وجعلها متاحة للمجتمع بأسره. التشارك المنظم في البيانات داخل نطاق مجتمعات بحثية أصغر حجمًا وأكثر تنوعًا أمر ينطوي على قدر أعظم من التحدي، ويعود ذلك إلى عدد لا يحصى ولا يعد من أنواع البيانات وصيغها المختلفة. كان التحول التقني الرئيسي الذي تمكن من تغيير كل ذلك ممثلًا في الابتعاد عن قواعد البيانات المركزية والتحول نحو ما يعرف باسم «خدمات الشبكة العنكبوتية.»[72]

حدود هذا التشارك إذن ليست تقنية. إنها «ثقافية». «سوف تظل روح التنافس العلمي دائمًا بداخلنا. غير أن تطوير ثقة ذات معنى لأولئك الذين يتشاركون في تلك البيانات أمر جوهري لتشجيع مجموعة متنوعة من الوسائل التي يستطيع الباحثون الآن من خلالها الإسهام في الأكاديمية العالمية.»[73]

هناك بعض الأدلة القوية على أن هذا العرف في حالة تطور. فمشروع السماء الرقمية على سبيل المثال، والممول من خلال المؤسسة الوطنية للعلوم، «يتيح إمكانية الدخول التلقائي على كتالوجات وبيانات صور، بجانب إمكانيات حوسبية كافية تتيح

إجراء دراسات مترابطة وتفصيلية عبر سائر مجموعة البيانات.»[74] وبالمثل في حالة المرصد الافتراضي الوطني الأمريكي، وهو مشروع آخر تموله المؤسسة الوطنية للعلوم يهدف إلى تطوير «مجموعة من الأدوات المتصلة بالإنترنت للربط بين جميع البيانات الفلكية العالمية، وإتاحة سبيل الدخول الميسور لكافة مواطني العالم بأسره على بيانات واردة من العديد من الآلات المختلفة، عند جميع الأطوال الموجية للطيف الكهرومغناطيسي من موجات الراديو وحتى أشعة جاما.»[75] ويكون التركيز في كل تلك الأحوال على توفير الاقتصاد التشاركي في البيانات، وتمكين الباحثين من الاعتماد على البيانات في تحليل النتائج والتوصل للاستنتاجات التي تنهض بميدان علم الفلك:

- «مشروع الدليل الحر اقتصاد تشاركي»: باعتباره مكملًا للخوارزميات البحثية التي تستخدمها كُبريات محركات البحث، يُعد مشروع الدليل الحر «أضخم، وأشمل دليل حرره البشر على شبكة الإنترنت. لقد أنشئ وتتم صيانته على يد مجتمع عالمي مترامي الأطراف من المحررين المتطوعين.» يُطلب من المتطوعين تسجيل الاشتراك في مجال بعينه من مجالات المعرفة. ثم تقدم لهم أدوات تساعدهم في تحرير وتعديل الروابط داخل الدليل. ويطلب الدليل من الناس منحه «بضع دقائق» من أوقاتهم «للمساعدة في جعل الإنترنت مكانًا أفضل مما هو عليه.»[76] لا يُطلب مال للحصول على نتائج هذا المشروع، ولا نظير المساهمة فيه.
- «الطعام المفتوح المصدر اقتصاد تشاركي»: حسبما وصفه مؤسسه: «ظهر الطعام المفتوح المصدر إلى الوجود؛ لأنني أردت أنا وأبي أن ننشئ مكانًا لأناس مثلنا. إننا لسنا بطهاة محترفين، نحن فقط نحب الطعام. إننا نريد التشارك والتعلم وتطوير أنفسنا بمساعدة محبي الطعام الذين يتشابهون معنا في عقليتانا. الطعام المفتوح المصدر منصة لهذا.» يسهم المستخدمون في قاعدة بيانات وصفات الطهي بوصفات يعرفونها. ومع أن الوصفات على ما هي عليه لا يمكن أن تكون متمتعة بحقوق التأليف والنشر في الولايات المتحدة، فإن الموقع يستخدم رخص المشاع الإبداعي للتأكد من إتاحة النص الوصفي والصور المصاحبة له مجانًا أيضًا.[77] لا يطلب مال مقابل الدخول على هذا الموقع. والمساهمون فيه كلهم متطوعون.

قد تطول القائمة بلا نهاية. فالإنترنت مليء باقتصادات التشارك الناجحة، وفيها يساهم الناس لأسباب أخرى غير المال. وعلى حد زعم بينكلر، فإنهم يساهمون لا لأننا «نعيش لحظة فريدة من التشارك الإنساني»، وإنما السبب وراء كل هذا التشارك أن «الحالة التكنولوجية لمجتمع ما ... تؤثر على الفرص المتاحة أمام ... الجوانب الاجتماعية ... وعلى أنماط إنتاج السوق والدولة.»[78] إننا نعيش في زمن تحبذ فيه التكنولوجيا الجوانب الاجتماعية. ونتاج ذلك اقتصادات تشاركية أكثر تألقًا.

(١٠) ما يتشارك فيه الاقتصاد التشاركي

في كل تلك الحالات السابقة، يتشارك المساهمون في إنشاء شيء له قيمة، وهم يتشاركون تلك القيمة بمعزل عن المال. ليس معنى ذلك أنهم لا يشاركون في الأمر من أجل صالحهم، ولا معناه القول إنهم لا يحصلون على المال. (فالمبرمج العامل لصالح آي بي إم قد يحصل على مقابل مجزٍ لإضافته جزءًا من كود البرنامج لمشروع برمجيات مجانية. غير أن الحريات التي يتشارك فيها أولئك من خلال البرمجيات المجانية ليست مرتبطة بالمال.) ومن المؤكد أنه لا يعني القول إنهم مشاركون في الأمر فقط من أجل إفادة الآخرين وحسب. إن كل ما تتطلبه فئة «الاقتصاد التشاركي» أن تكون الشروط التي يساهم الناس بناء عليها في هذا الاقتصاد لا يشكل المال محورًا لها. ففي كل منها، لم يكن الهدف من تبادل العمل الذي تشارك فيه الناس هو مالًا قط.

إذن لماذا يفعل الناس ذلك؟ ما الذي يستفيدونه منه؟ وما دافعهم نحو القيام به؟

خضع ذلك التساؤل لدراسة مستفيضة في سياق البرمجيات المجانية والمفتوحة المصدر. وتبدأ الإجابة عليه بالإقرار بمدى صغر حجم «الدافع» بحيث إنه لا يحتاج لأي نوع خاص من التفسير. ففي شكل موازٍ لوفرة المشاع التي نادى بها دان بريكلين،[79] نحن بحاجة لأن نتذكر أن قسمًا كبيرًا من الدافع للمساهمة في تلك الاقتصادات التشاركية مصدره أناس يصنعون من أجل أنفسهم ما يريدون أن يصنعوه على أية حال.

ففي البرمجيات المجانية والمفتوحة المصدر، على سبيل المثال، كثيرًا ما يكون العمل بدافع ذاتي: يواجه أحد المبرمجين مشكلة ما ويكون عليه علاجها (على حد تعبير إريك رايموند «يهرش مكان حكة جلدية»). حسب تقدير إريك فون هيبل في إحدى الدراسات فإن «ثمانية وخمسين في المائة من المجيبين على استطلاع الرأي قالوا إن الدافع المهم الذي دفعهم لكتابة برامجهم هو أنهم كانت لديهم حاجة متعلقة بالعمل (٣٣٪)، أو

حاجة لا تتعلق بالعمل (٣٠٪)، أو كلتاهما (٥٪) للبرنامج ذاته.»[80] بالنسبة لهؤلاء، لم يعد السؤال، لماذا يُقْدم شخص ما على كتابة البرمجيات؟ لكن بالنسبة للِّغز الأقل إلحاحًا بكثير والمتمثل في السؤال: لماذا يسهم شخص ما في تقديم الحل مجانًا للآخرين؟ فهذا، مثلما كتب ريشاب جوش، أبسط بكثير في الإجابة عليه. إنك لا تخسر أي شيء بالتنازل عن سلعة غير مادية قمت بإنشائها فعلًا؛ ولا سيما إذا كنت قد نلت أجرًا مقابل إنشائها بالفعل، وهذا مبرر كافٍ للمساهمة بها لآخرين.[81]

إذا تجاوزنا مسألة الإسهامات التي فُسِّرت بأن المساهم كان عليه أن يحل المشكلة بنفسه على أية حال، لوجدنا أن المنظرين تعرفوا على عدد من الأسباب الأخرى التي تفسر تلك الإسهامات في الاقتصادات التشاركية. ومرة أخرى نأخذ البرمجيات مثلًا؛ إذ تبين إحدى الدراسات التطوعية أن هناك نسبة لا بأس بها من المساهمين تحركهم دوافع الاستثارة الذهنية الخالصة (٤٥٪) أو تحسين مهاراتهم البرمجية التي يتمتعون بها (٤١٪ أدرجوا ذلك الدافع باعتباره واحدًا من أقوى ثلاثة مبررات).[82]

ويشير مبرر آخر إلى الحجة المتعلقة بالتنوع التي حددتها عليها في عمل سكوت بيدج الذي ذكرته من قبل. على حد تعبير ستيفن ويبر في كتابه «نجاح المصدر المفتوح»:

> في ظل ظروف من معاداة الروح التنافسية، ومع ازدياد حجم جماعة الإنترنت المترابطة، ووجود توزيع غير متجانس للدوافع لدى أناس لديهم مستوًى مرتفع من الاهتمام وبعض الموارد التي يريدون استثمارها؛ فإن الجماعة الكبيرة تكون أقرب إلى تقديم الخير من الجماعة الصغيرة، مع تساويهما في باقي العوامل الأخرى.[83]

وهذا معناه أن مطوري مشاريع برمجيات المصادر المفتوحة والبرمجيات المجانية لديهم اهتمام قوي بأن يتشارك كثيرون في المشاريع؛ إذ كلما زاد عدد من يتشاركون فيها، زاد احتمال أن يكون لدى شخص ما دافع لتطويرها.

ويتعرف بيتر كولوك على دافع محتمل آخر؛ ألا وهو «توقع ... التبادلية. كل من التبادلية الخاصة والمعممة يمكنها أن تجزي عن تقديم شيء له قيمة لشخص آخر. عندما لا يكون مقدمو المعلومة على معرفة بعضهم ببعض، كما هو الحال غالبًا لدى المساهمين في مشاريع برمجيات المصدر المفتوح، يطلق على نوع التبادلية المتعلق بهذا اسم تبادل «معمم».»[84]

وهكذا نرى أن هناك وفرة، لا فقرًا، في الدوافع. وكما كتب ويبر:

> يوضح نجاح المصدر المفتوح أهمية وجود حل مختلف اختلافًا جذريًّا، مبني على فهم غير تقليدي لحقوق الملكية يدور حول فكرة التوزيع. إن المصدر المفتوح يستعين بهذا المفهوم في الغوص بداخل نطاق عريض من الدوافع والمشاعر الإنسانية، تتجاوز الحسابات المباشرة لأجور العمالة. كما أنه يعتمد على مجموعة من الهياكل التنظيمية لتنسيق السلوكيات حول مشكلة إدارة الابتكار الموزَّع، والتي تختلف عن تقسيم العمل. لا يوجد من تلك السمات ما هو مستحدث بالكامل، أو قاصر فقط على مجال المصادر المفتوحة أو الإنترنت دون غيره. لكن تلك السمات إذا جمعت معًا، تعد مكونات عامة لأحد أساليب إنجاز الأمور التي لها نتائج واسعة مرتقبة قد تؤثر على الاقتصاد والسياسة.[85]

من وجهة نظري، فإن أيسر إجابة على سؤال الدافع تأتي من صياغته في إطار سؤال أكثر تعميمًا: لماذا يفعل الناس تلك الأشياء مجانًا بدلًا من أن يشاهدوا التلفزيون مثلًا؟

في بعض الحالات، يكون الرد ببساطة أن دافع النشاط التشاركي أكثر إلحاحًا. هذا دافع «متعلق بالذات» بصورة بحتة. فأنا أود أن ألعب لعبة (في أحد عوالم إم يو دي وإم أو أو الافتراضية)، أو أكتب مقالًا (ويكيبيديا)، أو أيًّا كان، لأنني أهوى ذلك.

في بعض الحالات، تكون الإجابة أقرب إلى دافع يتعلق بالغير: كان من بين دوافع الكتابة من أجل ويكيبيديا مساعدتها على إتمام رسالتها على أكمل وجه: «ويكيبيديا مشروع لبناء موسوعات حرة بجميع لغات العالم. والواقع أن أي امرئ يمكنه الدخول على الإنترنت يملك حرية المشاركة، بإسهامه بمعلومات محايدة مأخوذة عن مراجع.» يساهم الناس لأنهم يرغبون في أن يشعروا بأنهم يقدمون العون للآخرين. بعض الناس يقدم العون في أرشيف الإنترنت أو مشروع جوتنبرج لأنه يريد أن يكون جزءًا من رسالتهما: تقديم «مدخل دائم متاح للباحثين، والمؤرخين، والدارسين للحصول على مجموعات تاريخية موجودة في صيغة رقمية» (أرشيف الإنترنت) أو «تشجيع إنشاء كتب إلكترونية وتوزيعها» (مشروع جوتنبرج).

ولكن من جديد، حتى الدوافع المتعلقة بالغير لا تعني بالضرورة أن هناك تضحية بالنفس. فأنا أشك في أن يتقدم أي شخص للمساهمة في ويكيبيديا وهو يكره ما يفعل،

أو لمجرد إيمانه بأن من واجبه المعاونة في خلق معرفة مجانية. يمكننا جميعًا أن نتفهم في ظل الاقتصاد التجاري سلوك الأشخاص الذين يكرهون ما يفعلونه لكنهم يفعلونه على أي حال («إنه يؤدي عمله فقط من أجل المال»). هذا الدافع يصعب جدًّا تخيله في نطاق الاقتصاد التشاركي. ففي الاقتصاد التشاركي، يسهم الناس فيه من أجل الشيء الذي يصنعونه؛ سواء لأنهم يهوون العمل، أو لأنهم يهوون صنع تلك الأشياء. في أي الحالين، تلك الأماكن تملؤها السعادة. فالناس يتواجدون هناك لأنهم راغبون في ذلك.

أو حتى نعرض الفكرة بصورة أكثر اكتمالا؛ لأنهم «يرغبون في أن يكونوا» هناك بعد علمهم بالخيارات التي تقدمها التكنولوجيا. حسبما أوضح بينكلر هذه النقطة على أفضل ما يكون، التكنولوجيا لا تحدد أي نتيجة.[86] لكن التقنيات المختلفة تدعو لاتباع سلوكيات مختلفة. لقد عملت التغيرات التي طرأت على التكنولوجيا والتي قدمت لها وصفًا ها هنا «على زيادة حجم دور الإنتاج [التشاركي].»[87] وإذا واصلت النمو، فإن الطريق سيصير ممهدًا أمامها كي تصبح جزءًا من «اللب، بدلًا من أن تكون عند حافة الاقتصادات الأكثر تقدمًا.»[88] ولقد أنجزَت بالفعل ما هو أكثر بكثير من قدرة أي امرئ على التنبؤ منذ عشر سنوات مضت.

الفصل السابع

الاقتصادات الهجينة

تبني الاقتصادات التجارية قيمةً يقبع المال في جوهرها. أما الاقتصادات التشاركية فتبني القيمة متجاهلةً المال. وكلتاهما جوهري للحياة سواء على شبكة الإنترنت أو خارجها. وكلتاهما سوف يتعاظم ازدهاره مع تطور تكنولوجيا الإنترنت.

لكن يوجد بين هذين النوعين من الاقتصاد، ثمة اقتصاد ثالث تتزايد أهميته يومًا بعد يوم: هو ذلك الاقتصاد الذي يعتمد على كل من الاقتصادات التشاركية والتجارية معًا، والذي يضيف قيمة لكليهما. هذا النوع الثالث — الهجين — سوف يهيمن على بنيان التجارة على الشبكة العنكبوتية. كما أنه سوف يحدث تغييرًا جذريًّا في أسلوب أداء الاقتصادات التشاركية لوظيفتها.

والاقتصاد الهجين إما كيان تجاري يهدف إلى الاستفادة من القيمة الآتية من الاقتصاد التشاركي، أو هو اقتصاد تشاركي يبني كيانًا تجاريًّا كي يدعم بصورة أفضل أهدافه التشاركية. بأي السبيلين، يربط الاقتصاد الهجين بين نوعين من الاقتصاد أكثر بساطة أو نقاءً منه، وينتج شيئًا من خلال تلك الرابطة.

غير أن تلك الرابطة لا تستديم، على أي الأحوال، إلا إذا حوفظ على التمييز بين نوعي الاقتصاد. فلو أن أولئك المشاركين في اقتصاد تشاركي بدءوا في النظر لأنفسهم بوصفهم أدوات لاقتصاد تجاري، فسوف يكونون أقل استعدادًا للمشاركة. ولو أن أولئك المنتمين للاقتصاد التجاري بدءوا يرونه اقتصادًا تشاركيًّا، ربما يقلص هذا من تركيزهم على العائد الاقتصادي. فالمحافظة على الفصل المفاهيمي هو مدخل المحافظة على قيمة الاقتصاد الهجين. ولكن الإجابة على سؤال كيف يمكن المحافظة على هذا الفصل لا يمكن تقديمها بإيجاز.

إن الإنترنت يمثل عصر الكيانات الهجينة.[1] وكل نشاط مشوق على شبكة الإنترنت هو في الوقت الحالي — أو في طريقه لأن يصبح — هجينًا. وليس من العسير أن نفهم الأسباب المؤدية لذلك. على حد وصف يوشاي بنكلر:

> ربما يملك مليار نسمة ممن يعيشون في بلدان متقدمة اقتصاديًّا ما بين اثنين إلى ستة مليارات ساعة من أوقات الفراغ، يوميًّا. ومن أجل الاستفادة من تلك المليارات من الساعات، يستلزم الأمر قوة العمل الكاملة المكونة مما يقرب من ٣٤٠ ألف عامل يوظفون من قبل صناعتي السينما والتسجيلات الموسيقية بأكملهما في الولايات المتحدة، بافتراض أن كل عامل سوف يعمل لمدة أربعين ساعة أسبوعيًّا دون أن يحصل على إجازة واحدة، لمدة تتراوح بين ثلاث سنوات وثماني سنوات ونصف![2]

لو أن الاقتصادات التشاركية تَعِد بالقيمة، فإن الاقتصادات التجارية هي المتأهبة والجاهزة لاستغلال تلك القيمة. لكن كما سيرى أولئك المنتمون للاقتصاد التجاري، لا يمكنك الاستفادة من القيمة الآتية من الاقتصاد التشاركي عن طريق عمليات شراء عدائية أو الاكتفاء بالاستحواذ على الأصول وحسب، فعليك أن تحافظ على سعادة أولئك المساهمين في الاقتصاد التشاركي، ولذات الأسباب التي جعلتهم سعداء من قبل. فهنا لا يمكنك شراء الحب بالأموال الطائلة، حتى لو كان باستطاعة الحب جلب أموال طائلة.

غير أن هناك اختلافات بين تلك الهجائن. وفي هذا الفصل، آمل أولًا إخفاء تلك الاختلافات من أجل تعلم المزيد عن كيفية وسبب نجاح بعض الهجائن في حين تخفق أخرى. ولما كانت ويكيبيديا تنتمي للاقتصادات التشاركية، فإنَّ لدينا هنا أيضًا نموذجًا. هذه هي الفكرة الرئيسية وكل ما عداها يصبح تنويعًا فرعيًّا منها. وسوف أبدأ بتلك الفكرة ثم أتحول للتنويعات النامية.

(١) الحالة النموذج: برامج الحاسب المجانية

في بدايات تسعينيات القرن الماضي، كان روبرت يونج يعمل في نشاط تأجير الحاسبات. وكوسيلة اتبعها لجلب زبائن لمشروعه، حرر نشرة صحفية أسماها «نيويورك يونيكس». كانت النشرة تغطي أي مواضيع يمكن أن تشكل أهمية لعملائه (المرتقبين)، وبالتالي كان حريصًا على أن يفهم بدقة ما يفضل زبائنه قراءته. «كان علي أن أطرح على جميع

أفراد فئات المستخدمين ذلك السؤال: «ما الذي تريدون أن تقرءوه ولا تغطيه كبريات مطبوعات الكمبيوتر حاليًّا؟» كان الشيء الوحيد الذي أمكنهم التفكير فيه في ذلك الحين البرامج المجانية.»

وهكذا قرر يونج أن يكتسب شيئًا من المعرفة ببرامج الحاسب المجانية. فاستقل قطارًا إلى بوسطن والتقى بريتشارد ستُلمان كي «يسأله عن المصدر الذي تأتي منه تلك المادة.» وذهل يونج مما اكتشفه. «كان [ستُلمان] يستخدم خطوطًا [تشبه] تلك التي تصل «بين مهندسين حسب مهاراتهم ومهندسين حسب احتياجاتهم».»

يتذكر يونج أنه قال لنفسه: «أنا رأسمالي، وقد تهاوى سور برلين لتوه. إنني لست على يقين من أن هذا النموذج سوف يستمر.» وقرر يونج أن ينسى أمر هذه البرامج المجانية. «ومع علمه بعدم وجود دعم اقتصادي [لهذه] البرامج المجانية» آمن يونج بأن كل هذا ليس سوى «قطرة في بحر». وبرر ذلك بأن «هذا الأمر لن يسير إلا للأسوأ بمرور الوقت مثلما تطور النظام الشيوعي للأسوأ مع مرور الزمن.»

غير أن يونج سرعان ما رأى أنه مثلما كان الحال في العديد من الأمور الموازية التي رآها ماركس، لم يُفلح خطه التاريخي الموازي تمامًا. فمنظومة برامج الحاسب المجانية لم تتجه للأسوأ. «على مدار الأربعة والعشرين شهرًا التي ظللت أراقبها خلالها، ظلت هذه المنظومة في تحسن نحو الأفضل. لقد صارت البذرة أحسن حالًا. ومن تلك البذرة خرج عدد أكبر من الموجهات. وازداد عدد المنتفعين بها.»

حثت تلك المفاجأة يونج على التحدث إلى بعضٍ من أهم مستخدمي برامج الحاسب المجانية من أجل اكتشاف السبب وراء تحقيق نجاح كهذا. كان من بين أفراد العينة في بحثه هذا د. توماس ستيرلنج، الذي كان يعمل بمركز «جودارد سبيس فلايت» لأبحاث الفضاء، الذي يقع خارج حدود العاصمة واشنطن. وخلال حواره مع ستيرلنج، تعرف يونج لأول وهلة على مجموعة متنوعة وكبيرة من الأسباب التي أدت لنجاح برامج الحاسب المجانية. كان أحد الموظفين العاملين لدى ستيرلنج، واسمه «دون بيكر»، يكتب موجهات إيثرنت وكان يرخص باستخدامها مجانًا. كان بيكر يعتقد أن البرامج المجانية نوع من «إنكار الذات» وكان يعتقد أنه جزء من «الاقتصاد الإيثاري». لكن ستيرلنج كان له رأي مختلف. وحسبما روى يونج لي ما دار في الحوار «قال ستيرلنج: «حسنًا، بالفعل دون يهوى التفكير بهذه الطريقة. لكن الواقع أنه يكتب تلك الموجهات على حساب وقت مركز جودارد، ولست أنا من يحرر له شيك راتبه».» من وجهة نظر ستيرلنج، كانت

الحكاية بسيطة: كان هذا جزءًا من اقتصاد المقايضة. «لقد كان يتنازل عن شيء ذي قيمة ضئيلة نسبيًّا، ويحصل في المقابل على قيمة أكبر بكثير.»

يونج شخص براجماتي. إنه يرتاب في الآراء التي تعتمد على وجود روح غامضة. وقد قال لي إن البرامج المجانية لم تجئ من «مجتمع». «على حد علمي، لا يوجد شيء اسمه مجتمع. إنهم ببساطة رهط من الناس ذوي اهتمام مشترك.» وهذا «الرهط من الناس» يمثل «الإنسانية بأكملها». غير أن هناك أمرًا واحدًا يجمع بينهم؛ «رغبة في مشاهدة برنامج حاسب مفتوح المصدر يحقق النجاح.» وهذه الرغبة أدت بأفراد هذا «الرهط» إلى تقبل فكرة كيان تجاري ينتفع بهذا الاقتصاد التشاركي.

وبعد أن صار يونج مقتنعًا بأن البرامج المجانية لم تكن مجرد موضة وستزول، والأهم من ذلك، أن نجاحها لا يعتمد على إحياء لينين من جديد؛ بدأ يبحث عن سبيل لبناء نشاط تجاري يعتمد على لينُكس. «كنت أبحث عن منتج ما لأنني كنت أعلم أنه في وجود نمو للاهتمام بلينُكس، سوف ينتهي بهذا النظام داخل كل حاسوب في الولايات المتحدة ... لم أكن راغبًا في أن تكون كل هذه الحاسبات منافسة لي. كنت أفضل أن يكونوا من عملائي. لهذا كنت أبحث عن منتجات يمكنني الحصول عليها حصريًّا.»

عثر يونج على مستثمر شاب ليكون شريكًا معه اسمه مارك إيوينج. كان إيوينج عاكفًا منذ فترة من الوقت على ابتكار أداة برمجية تعمل على نظام لينُكس. غير أنه بعد شهور من الابتكار المحبط، استنتج أن ما كان العالم في حاجة إليه حقًّا وجود طبعة أفضل من لينُكس. وهكذا شرع في بناء تلك الطبعة الأفضل، التي أسماها بعد ذلك رِد هات لينُكس أو «لينُكس القبعة الحمراء». وسمع يونج عن برمجيات إيوينج فاتصل به. وعرض عليه شراء إنتاج تسعين يومًا من برامجه التجريبية، أي حوالي ثلاثمائة نسخة. سرد لي يونج ما حدث: «كان هناك صمت القبور عند الطرف الآخر من خط الهاتف، وأخيرًا فهمت من مارك أنه كان يفكر فقط في مسألة تصنيع ثلاثمائة نسخة. لقد كان توافقًا صنعته السماء.» وهكذا ولدت مؤسسة رِد هات، لتكون مثالًا نموذجيًّا على ما أسميه الاقتصاد الهجين.

جاء نجاح رِد هات، من وجهة نظر يونج على الأقل، من شيء يبدو بديهيًّا للغاية، حتى إننا لو فكرنا الآن وبعد أن تحقق فعلًا لتحيرنا كيف أن مزيدًا من الناس لم يجربوا القيام بنفس الشيء: أن هذه الشركة التي تعمل في مجال البرمجيات المجانية جعلت بالفعل برمجياتها مفتوحة المصدر. حاولت توزيعات أخرى للينُكس خلط مكونات

مفتوحة المصدر بمكونات مملوكة لها. كانت تلك على سبيل المثال هي استراتيجية «كالديرا». غير أن يونج فهم أن السبيل الوحيد الذي يمكن لرد هات أن تنافس به مايكروسوفت أو صن ميكروسيستمز أن تمنح عملاءها شيئًا يفوق ما تستطيع مايكروسوفت أو صن تقديمه لهم؛ وهو تحديدًا، إمكانية الدخول المجاني تمامًا على كود البرنامج.

أدرك يونج هذه النقطة في توقيت مبكر. ووصف حوارًا دار مع بعض المهندسين من ساوثويسترن بِل في مؤتمر عُقِد في ديوك. ودهش يونج عندما علم أنهم كانوا يستخدمون لينُكس في إدارة محطة تحويل مركزية لصالح ساوثويسترن بِل، وسأل عن السبب. وكان ردهم حسبما سرده يونج، بالغ الصراحة:

> مشكلتنا أننا لا نملك خيارًا. إذا استخدمنا نظام تشغيل «صن أو إس» أو ويندوز «إن تي» وحدث عطل ما، فإنه سيكون لزامًا علينا الانتظار لشهور إلى أن يصل أحد من صن أو مايكروسوفت لإصلاحه من أجلنا. أما إذا استعنا بلينُكس، فإننا نتمكن من إصلاحه بأنفسنا لو كان علاجه ملحًّا حقًّا. وهكذا يمكننا إصلاحه حسب جدولنا الزمني، لا حسب الجدول الزمني لمورد عشوائي.

كان المدخل هو بيع «المنافع» لا بيع «الخصائص». وكان النفع هنا نوعًا من الوصول لبرمجيات لم تكن هناك شركة أخرى مهيمنة على هذا المجال تستطيع تقديمها.

إذن رد هات شركة «هجين». لم يدخل يونج هذا المجال بهدف جعل العالم مكانًا أفضل عما هو عليه، وبرغم معرفتي بالرجل، فأنا أعلم أنه يكون في أسعد حال إذا جعل العالم مكانًا أفضل مما هو عليه. ولكن يونج بدأ هذا المشروع كي يجني المال. غير أن السبيل الوحيد الذي كان يمكن من خلاله لرد هات تحقيق النجاح، أن يستمر الآلاف في المساهمة — مجانًا — في تطوير نظام تشغيل جي إن يو/لينُكس. كان هو وشركته بصدد الاستفادة من القيمة التي سينتجها هذا النظام. غير أنه ما كان هناك من سبيل لنجاحهما إلا إذا واصل هؤلاء المساهمون طواعيةً تقديم إسهاماتهم من أكواد البرمجيات.

ربما يتخيل المرء بالفعل أنه عندما تأتي شركة تهدف للربح مثل رد هات وتحاول تحقيق قيمة كبيرة من وراء حركة البرمجيات المجانية، فإن البعض ربما يطرح «قضية العدالة». إذا نحينا مارك إيوينج جانبًا (الذي كان له اسمه الكبير كمبرمج)، فمن يكون

روبرت يونج هذا لكي يربح أموالًا من وراء لينُكس؟ وما الذي يرغم مبرمجي البرمجيات المجانية على الاستمرار في العمل لحسابه (حتى لو كان هذا بشكل غير مباشر فحسب؛ إذ إن أي شخص آخر كان حرًّا في الحصول على العمل كذلك)؟ ماذا كان اعتقاد الماركسي الأصيل ستُلمان (من وجهة نظر يونج على الأقل) بشأن استغلال عمله؟ «وماذا عن المبرمج العامل؟» ربما يتخيل المرء أن يطرح السؤال على هذا النحو.

غير أن الأكثر تشويقًا في تلك الفترة من بواكير عمر الاقتصاد الهجين، أنه كانت هناك قضايا أكبر تواجه الحركة أكثر من مجرد مسألة إن كان شخص كندي ينبغي السماح له باتخاذ مخاطرة الاستثمار في نظام لينُكس الذي لا يزال في بدايته أم لا. تمثلت القضية الأكبر في وجود إدراك عام بأن البرمجيات المجانية لن تحقق شيئًا ما لم تبدأ الشركات في مؤازرتها. ومن هنا، وبينما كانت أصوات الأنين تتعالى عند الخطوط الجانبية، لم يشن مؤسسو البرمجيات المجانية الرئيسية حملة لإيقاف تلك الهجائن الناشئة. فطالما أن العمل لم يتحول ليصبح مملوكًا لجهة ما — وطالما أن البرنامج ظل ««حرًّا» بالمعنى الكامل للحرية»[3] — فلن يعترض ستُلمان ولا لينوس تورفالدس على الأمر. كان هذا هو السبيل الوحيد للتأكد من إمكانية دعم البرمجيات المجانية. لقد كانت طريقة فعالة لنشر البرمجيات المجانية في كل مكان. والحق أن حرية جني المال باستخدام هذه البرمجيات كانت «حرية» مقبولة شأن سواها من الحريات. فلو أن هناك أناسًا اعترضوا بشدة على هذا الشكل من أشكال «الاستغلال»، فإنهم، وحسب ما شرح لي بريان بيليندورف أحد مؤسسي «أباتشي»، «ربما كانوا غير ميالين للمساهمة من البداية في مصدر حر، ربما نأوا بجانبهم عن السوق ورأوا ألا يضيعوا وقتهم التطوعي أو أوقات فراغهم في كتابة البرمجيات.»[4]

وهكذا ولدت رد هات (ومن بعدها لينُكس فورس [١٩٩٥]، وكود ويفرز [١٩٩٦]، وتايمسيس كورب [١٩٩٦]، ولينُكس كير [١٩٩٨]، وماندريفا [١٩٩٨]، ولينُكس وان [١٩٩٨]، ومؤسسة بلوبوينت لينُكس للبرمجيات [١٩٩٩]، ومؤسسة بروجيني لينُكس للنظم [١٩٩٩]، ومونتافيستا للبرمجيات [١٩٩٩]، ووينفورلين [٢٠٠٠]، ولينسباير [٢٠٠١]، وزاندروس [٢٠٠١]، على سبيل المثال لا الحصر). إنها بيئة كاملة من الكيانات التجارية صممت بهدف الاستفادة من الاقتصاد التشاركي في صنع القيمة. كان ذلك ميلادًا لأهم الكيانات الهجينة على الإنترنت.

كما توضح رد هات، يوجد توازن دقيق يجب تحقيقه بين الكيان التجاري والاقتصاد التشاركي. لقد نجحت رد هات في المحافظة على ولاء المجتمع لها بسبب الأسلوب الذي

تصرفت به. لقد احترمت شروط الترخيص؛ ودعمت التطوير الذي أمكن للآخرين البناء فوقه، والحق أنه حسب تقديرات يونج، عند نقطة ما، عمل ما يزيد على ٥٠٪ من فريق التطوير الذي يشكل النواة المركزية لصالح رد هات،[5] ومنحت كل من رد هات ونظم فا لينُكس خيارات أسهم للينُكس ترافولدز.[6] كما أن كثيرين من المنتمين لمجتمع جي إن يو/لينُكس ساعدوا رد هات على فهم ماهية السلوك اللائق، وخطت الشركة خطوات جبارة للتأكد من أن سلوكها لائق. إن من العناصر الرئيسية للتهجين الناجح فهم المجتمع وأعرافه. وسوف يكون أنجح من سينضمون لتلك الفئة أولئك الأقدر على الاستفادة من تلك الأعراف عن طريق تحويل الولاء لتلك الأعراف إلى عمل جاد.

ولعل أكثر الأمثلة الحديثة تشويقًا على ذلك النموذج شركة تدعى كانونيكال المحدودة، وهي كيان تجاري يدعم علامة تجارية أخرى تابعة لجي إن يو لينُكس اسمها أوبونتو لينُكس. تهدف أوبونتو التي أنشأها عام ٢٠٠٤ رجل الأعمال مارك شاتلوورث، إلى أن تصبح «أوسع نظم لينُكس انتشارًا من حيث الاستخدام.» كان اهتمامها منصبًّا في بادئ الأمر على توزيعات سطح المكتب الشديدة السهولة. (جربت بنفسي عددًا من عمليات تثبيت تطبيقات لينُكس. وكانت تلك تفوقها بكثير في سهولتها.) وتأمل الشركة أن تدفع سهولة وجودة توزيعها (ناهيك عن سعرها) عددًا أكبر من مستخدمي الحاسب نحو استخدام أوبونتو لينُكس.

ترمي كانونيكال إلى جني الربح من وراء أوبونتو الموجهة والمطورة بأيدي المجتمع. وكان شاتلوورث هو ملهم رؤيتها، وهو القائل إنه «افتتن بتلك الظاهرة التي يجري فيها تعاون حول سلعة رقمية مشتركة مع تحكم قوي بالمراجعة.»[7] ويتم هذا التعاون من خلال مجتمع ما. وتنوي كانونيكال أن «تتميز عن طريق امتلاك أفضل مجتمع. وأن تكون الأيسر في العمل معها، وأن تكون المجموعة التي تقع فيها الأمور المعقولة أولًا وبوتيرة أسرع من غيرها.» قال لي شاتلوورث: «المجتمع هو الجوهر المطلق لما نقوم به.» وهناك «الآلاف» من المتعاونين الآن ضمن مشروع كانونيكال.

وحتى يتحقق النجاح لذلك التعاون، حسبما يشرح شاتلوورث، هناك ثلاثة أشياء على الأقل يجب أن تتوافر في المجتمع؛ أولاها: أن عليك أن تمنح المجتمع ما يستحقه من «احترام». وثانيها: أن عليك أن تمنحه «المسئولية»؛ أي أن تعطي المجتمع بالفعل السلطة التي تزعم أنه يملكها. «فإذا لم تكن مستعدًّا لاحترام حقيقة أنك قدمت للناس الفرصة لكي تُستثمر جهودهم، ويعتلوا مقعد القيادة ... فما من سبيل أمامك لكي تصنع فريقًا قوي البنيان.»

وثالثها، وربما يكون هو أهمها في نهاية المطاف: أن عليك أن «تمنح الناس الشعور بأنهم جزء من شيء له معنى.» هذا المجتمع القائم على البرمجيات المجانية من الممكن أن ينهار بسهولة. فالمساهمون في هذا المجتمع «يشعرون بأنهم جزء من شيء كبير ومهم وجميل ... إنهم يشعرون أنه صار متاحًا لهم أن يركزوا على الأمور التي كانوا بالفعل يريدون التركيز عليها. وهذا أمر مُرْضٍ.»

هذه، حسب اعتقاد شاتلوورث، سمة مشتركة تجمع بين كافة المشاريع الناجحة القائمة على مجتمع ما. إذا «نظرت إلى ويكيبيديا» على سبيل المثال «لوجدت أناسًا يشعرون بصدق بأنهم جزء من شيء ما: إنهم يقدمون العون لبناء مستودع للمعرفة الإنسانية، وهذا أمر مذهل. إنه حافز مكتمل، تمامًا مثلما تحصل أنت على حافز مكتمل في البرمجيات المجانية.»

إن رؤية شاتلوورث مختلفة عن رؤية رد هات. تذكَّر أن يونج لم يؤمن بشيء اسمه «مجتمع». أما أوبونتو فإن المجتمع شيء جوهري بالنسبة لها. غير أنه في هذا النطاق من الدوافع، التي يرتبط بعضها بشيء ما بينما لا يرتبط البعض الآخر بشيء، يمكننا البدء في الحصول على شعور بخليط مشوق سينتجه الاقتصاد الهجين. فالتنوع هو منشأ قوته؛ وهو يزدهر بسبب الغموض الذي يخلقه ذلك التنوع.

(٢) ما بعد البرمجيات المجانية

البرمجيات المجانية هي المثال النموذجي على الاقتصاد الهجين، والذي تحقق فيه الكيانات التجارية قيمة ما (ليست رد هات سوى مثال) من وراء اقتصاد تشاركي. غير أنه في حالة ويكيبيديا والاقتصاد التشاركي، من الواضح أن البرمجيات المجانية ليست هي الهجين الوحيد. وفي هذا القسم سوف نلقي بعض الضوء على بعض الأمثلة الأخرى، وغيرها من النكهات التي يضمها هذا الخليط.

تعمدت الإطالة في هذه اللائحة لأن هدفي في نهاية المطاف هو إقناعك بالتنوع وبأهمية هذه الفئة من المشروعات. غير أنني قسمت تلك الأمثلة إلى فئات. فبعض الهجائن تبني فضاءات مجتمعية، والبعض يبني تعاونيات، والبعض الثالث يبني مجتمعات. وسنبحث كلًّا منها في دوره.

(٢-١) النوع الأول: الفضاءات المجتمعية

منذ البداية الأولى للإنترنت، استخدمت تقنياته في بناء فضاءات مجتمعية؛ أي أماكن افتراضية يتعامل فيها الناس فيما بينهم، فيتشاركون في المعلومات أو في الاهتمامات. إن هؤلاء المتعاملين معًا يفعلون ذلك لأسباب تتعلق بالاقتصاد التشاركي: فالشروط التي يتعاملون معًا بموجبها خالية من عناصر التجارة، برغم أن دوافع التعامل قد يجوز أو لا يجوز أن ترتبط بتجارة.

قليلون من استطاعوا تحويل تلك المساحات إلى مشروعات تجارية ناجحة. وهناك عديدون لا يزالون يحاولون. وتعد تلك الجهود والنجاحات أمثلة على أحد أنواع الاقتصاد الهجين.

دوجستر

دعونا نبدأ بداية متواضعة بمشروع هجين لا يسعى إلى تغيير العالم، لكنه غيَّر بصورة جذرية من مدى سهولة ارتباط الناس بعضهم ببعض بفضل علاقاتهم الحميمة (ولن نقول «هوسهم») بكلابهم الأليفة. إن موقع دوجستر، وحسبما يشرح بنفسه، بناه «هواة تربية الكلاب ومهووسو الكمبيوتر الذين كانوا راغبين في تطبيقٍ معنيٍّ بتبادل ذوات الأنياب مخصصٍ بالفعل للكلاب.» ومنذ انطلاقه في يناير ٢٠٠٤، صار أسرع المواقع التي يقصدها هواة الحيوانات الأليفة نموًّا على شبكة الإنترنت. ففي عام ٢٠٠٧ صار «يرسل أكثر من ١,٥ مليون صورة لما يربو على ٣٠٠ ألف حيوان أليف حُمِّلَت صورهم على الموقع من قِبل ٢٦٠ ألف عضو؛ ويرسل موقعا دوجستر وكاتستر أكثر من ١٧ مليون صفحة شهريًّا لأكثر من نصف مليون زائر.» ويقدم الموقع أبواب «منتديات، الإعلانات المبوبة، مذكرات، هدايا للتدليل، رسائل خاصة، أعطني بعض المخالب، ودوجستر بلس، وعنونة الصور الفوتوغرافية، ونزهات ذات موضوع، والسياحة صديقة الحيوانات الأليفة، وشبكة تحديد شخصية الحيوان الأليف.» والموقع مصمم بحيث يجعل هذا الفضاء المجتمعي المركز الرئيس للحيوانات الأليفة على شبكة الإنترنت.

لا يقوم دوجستر بهذا العمل مجانًا. فالفضاء المجتمعي يدعم ذاته بذاته من خلال الإعلانات. فإذا علمنا حجم هذا المجتمع، فإن من المرجح أن يقترب عائده من مبلغ ٢٧٥ ألف دولار سنويًّا.[8] غير أن هذا العائد معناه «أن عددًا من الناس يمكن توظيفهم

بواسطة هذا الموقع.» ولما كان الموقع قادرًا على تمويل ذاته على هذا النحو، فإنه «سوف يمس حياة عدد أكبر من الناس.»[9] ومن ثم ينتفع الموقع من العاطفة والحوار الذي يدور حول الحيوانات الأليفة لكي يحقق عائدًا يعول الموقع. إنه اقتصاد هجين.

كريجزليست: «أعجبني، السلام، الإنسان»

تمثل الإعلانات لمعظم الصحف المحلية القوت الذي تعيش عليه. و«الإعلانات المبوبة» هي الأكثر إغراءً وإسالة للعاب من بين هذه الإعلانات. فطبقًا لأحد التقديرات، «تحصل الصحف والجرائد الأمريكية على ٣٧٪ من دخلها الإجمالي من الإعلان من الإعلانات المبوبة.»[10] وفي الصحف الكبرى، يكون هذا الرقم أعلى من ذلك: «تشكل إيرادات الإعلانات المبوبة ما يقرب من ٤٣٪ من إجمالي إيرادات إعلانات الصحف الكبرى وأكثر من ثلث إجمالي الإيرادات.»[11]

في عام ١٩٩٥، بدأ كريج نيومارك في تقديم خدمة كانت كفيلة بتغيير كل ذلك. قُدِّم موقع كريجزليست في البداية باعتباره موقعًا مجتمعيًّا يقتصر على سان فرانسيسكو فحسب؛ حيث يمكن للناس وضع إعلانات عن كل شيء بدءًا من تأجير المساكن وحتى تقديم الخدمات الجنسية. كبر حجم الموقع سريعًا. وصار مؤسسة تجارية عام ١٩٩٩ وبعدها توسع نشاطه ليصل إلى تسع مدن بالولايات المتحدة عام ٢٠٠٠، وزاد عدد المدن أربعة أخرى في عامي ٢٠٠١ و٢٠٠٢، وأربعة عشر مدينة أخرى عام ٢٠٠٣. وبحلول نهاية ٢٠٠٦، صار هناك كريجزليست في أكثر من أربعمائة مدينة في جميع أنحاء العالم،[12] وحققت الصفحة نسبة نمو في حجم الاطلاع عليها بلغ إجمالا ١٩٥٪ في ذلك العام. واليوم، يعد كريجزليست تاسع موقع في الولايات المتحدة من حيث عدد زواره، ويقوم على شئون إدارته بالأساس جيم باكماستر.[13]

غير أنه برغم الانتشار الواسع للموقع، فإنه لم يتغير مطلقًا تغيرًا حقيقيًّا في أساليبه الرئيسية. فتصميمه — بادئ ذي بدء — بالغ البساطة، لدرجة أنه يبدو أقرب إلى شيء من الماضي. فلا توجد رسوم جرافيكس خلابة، ولا مقدمة باستخدام تطبيقات فلاش. وعندما تدخل على موقع كريجزليست، تظهر لك شاشة عليها نص باللون الأزرق، كل كلمة به عبارة عن رابط مع فئة ما تحوي الأشياء التي ربما كنت راغبًا فيها. وعلى شريط عنوان الموقع في متصفحك، تجد الأيقونة الدالة على الموقع عبارة عن علامة السلام.

أطلق نيومارك موقعه أصلًا «كي يكون خدمة مجتمعية». ومصدر نجاح الموقع، على حد اعتقاده هو على الأقل، حقيقة تقول إن «باستطاعة الناس أن يروا ما نقوم به بالفعل [تقديم خدمة مجتمعية] وأن يتابعوا ذلك.»[14] وتكون تلك المتابعة في كل من الشكل والمضمون. ومرة أخرى، تحكي بساطة الموقع الكثير. إنها تذكر مستخدميه بما كان عليه الإنترنت فيما مضى عندما كان غير تجاري. وتقف تلك البساطة في تناقض حاد مع التعقيد الشديد الذي يميز معظم المواقع الأخرى على الشبكة العنكبوتية.

ثانيًا: «٩٩٪ من محتوى الموقع مجاني.»[15] وهذه «المجانية» تقوي الإحساس بأن الناس يتبادلون المعلومات، أو «يقايضون» المعلومات فيما بينهم، في أسلوب مغاير لما يتم في الاقتصاد التجاري. إن كريجزليست يمكِّنهم من «التشارك» في المعلومات — أو الرغبات أو الاحتياجات — باعتبارهم أفرادًا في مجتمع كريجزليست.

ثالثًا: يقوي كريجزليست هذا الإحساس بالمجتمع عن طريق نقل شيء من المسئولية إلى المستخدمين. فسلطة الحكم على المحتوى من حيث استحقاقه للبقاء على موقع كريجزليست هي في المقام الأول في أيدي المجتمع. وحسبما شرح نيومارك ذلك لي: «إننا نقول: «حسنًا، إذا وجدت شيئًا خطأً، يمكنك تمييزه بعلامة، وإذا اتفق معك آخرون في ذلك، فإنه يُزال بصورة تلقائية.» ويتجاوب الناس بإيجابية حقيقية تجاه تلك الثقة الموضوعة فيهم.»

النقطة الرابعة، والأكثر تشويقًا كي نفهم هذا الهجين: أنه ليس كل شيء على كريجزليست مجانيًّا. فرغم أن الموقع أوضح بجلاء، وأكد مرارًا وتكرارًا حسبما أخبرني كريج نيومارك: «إننا لا نهدف لجني ثروة طائلة»؛ فإن هناك فئتان من الإعلانات — إعلانات عن الوظائف في إحدى عشرة مدينة، وإعلانات الشقق في مدينة نيويورك — لا تعرض مجانًا.[16] ومن هذا الدخل، يحصل بقية الموقع على الدعم، ويجني مؤسسوه الربح.

ومن ثم، فإن المجتمع لا يطالب بمنطقة خالية من التجارة. وهو لا يشترط أن يظل أصحابها فقراء. فعلى الأقل طالما ظل الطلب متواضعًا، فإن المجتمع يظل باقيًا. وهو يبقى برغم أن إيراد كريجزليست كبير حقًّا؛ «إذ يقدر بأكثر من ٢٠ مليون دولار سنويًّا، مع هوامش ربح طيبة للغاية، مع الوضع في الاعتبار الحجم متناهي الصغر لتلك الشركة الخاصة.»[17]

إن مسألة إن كان هذا «الموقع المجتمعي» يبدو حقًّا أشبه بمجتمع فعلي تكشفها جزئيًّا أنواع الأشياء التي يعتقد الناس أن من الملائم القيام بها، أو التحدث عنها، على

موقع كريجزليست. البعض من تلك الأشياء لا يمكنني ترديده في كتاب مثل هذا. غير أن البعض يطلق في صراحة إشارات عن شيء مهم عما يحسه الناس تجاه مجتمع كريجزليست.

خذ عندك مثلًا استجابة الموقع تجاه كارثة إعصار كاترينا. فور ضرب كاترينا للبلاد، استولى مستخدمو كريجزليست نيو أورليانز فعليًّا على الموقع، ووجهوا اهتمامه نحو مساعدة ضحايا كاترينا على مواجهة الكارثة. وحسبما أخبرني نيومارك: «أعلن الناجون عن الموقع الذي صاروا فيه. وسأل الأصدقاء والأسرة الناس: «مهلًا، هل رأيتم كذا وكذا؟» ثم بعدها بوقت قصير للغاية، بدأ الناس يعرضون مساكن لإقامة الناجين، وبعدها بيومين، بدأ الناس يعرضون وظائف على الناجين.» وبعد ثلاثة أيام من ضرب كاترينا لنيو أورليانز:

> عرضت صفحة كريجزليست نيو أورليانز أكثر من ٢٥٠٠ عرض من جميع أنحاء البلاد للإسكان المجاني لضحايا الإعصار، تتراوح ما بين «ابدأ حياة جديدة في ساوث كارولاينا» إلى «استرح على أريكة في شقة فسيحة بمدينة نيويورك» ... لم يحدث من قبل أن لعبت شبكة الإنترنت دورًا حيويًّا كهذا في ملء الفراغ المعلوماتي في أعقاب كارثة وطنية.[18]

بحسب رواية «سان فرانسيسكو كرونيكل»:

> إن الرسالة قصيرة، قصيرة للغاية حتى إنه يمكن إيجازها في بطاقة بريدية، إنها تظل عالقة داخل الفضاء الإلكتروني منتظرة ردًّا. «أسرة من أربعة أفراد مستعدة لتقديم المساعدة وراغبة في هذا، يمكنها الوصول إليك بسيارتها لتوصيلك، ابق طالما احتجت للبقاء هنا في ألباكيركي، باركم الله، إننا نهتم بأمركم. هوارد وليزا نيل.» هذا واحد من أكثر من ٢٠٠٠ إعلان مبوب — ولا يزال الرقم في تصاعد — وضعت على كريجزليست، وهي شبكة من المجتمعات الحضرية متصلة بالإنترنت، تعرض إسكانًا مؤقتًا مجانيًّا لأناس فقدوا منازلهم في إعصار كاترينا ... ويمكن العثور على القائمة تحت فئة جديدة ظهرت على الموقع — إغاثة كاترينا — والتي تحتوي كذلك على قوائم لموارد إغاثة، وأشخاص مفقودين، ووظائف مؤقتة، وحيوانات أليفة مفقودة، ومواصلات، ومتطوعين.[19]

النقطة التي أود طرحها من وراء سرد هذه القصة ليست امتداح كريجزليست (وكأنه بحاجة لمزيد من المديح). وإنما إلقاء الضوء على ما صار واضحًا بالفعل: لقد انعكس موقف كريجزليست باعتبارها «اقتصادًا تشاركيًّا» في حقيقة أنه كان من الواضح للجميع أن هذا الموقع بات مكانًا يتوجه إليه المرء كي يقدم يد العون للناجين من كاترينا. كانت هناك دونما شك مواقع ذات حضور أكبر. كان عدد زوار ويكيبيديا كل يوم أكبر من عدد زوار كريجزليست. لكن المعنى الذي قدمته ويكيبيديا لم يكن النشاط الاجتماعي، وإنما كان المعرفة. ياهو وجوجل كلاهما كان له حضور أكبر بكثير من كريجزليست أو ويكيبيديا. لكن كان سيصبح من الصعب أن تخلق شعورًا بأن هذه كانت استجابة من المجتمع عن طريق ربط النشاط بأولئك العمالقة التجاريين. ولا داعي بالطبع لإضاعة الوقت في شرح السبب وراء عدم لجوء الناس للاستعانة بالمواقع الحكومية على شبكة الإنترنت في عمل هذا الخير، فحال الحكومة يدعو للرثاء لو أننا انتظرنا منها أن تكون ملهمًا للمجتمع. إننا نرى كيف ينظر المجتمع إلى كريجزليست عندما نشاهد كيف استعان المجتمع بكريجزليست. وعندما ظهرت الحاجة لنجدة طارئة، جاء الرد البديهي من هذا الموقع البسيط الذي يعرض رسائل المجتمع.

بطبيعة الحال، لم يكن موقع كريجزليست رد الفعل الوحيد من الإنترنت على كاترينا. ولا كان هو أكثرها أهمية. ولعل الموقع الذي يستحق ذلك اللقب «مشروع البحث عن المفقودين» الذي أنشأه ديفيد جايلهوف. لقد بني هذا المشروع بالكامل بأيدي متطوعين في عرض توضيحي استثنائي للاقتصاد التشاركي؛ حيث استضاف أكثر من مليون عملية بحث متعلقة بضحايا كاترينا «في أعقاب الإعصار مباشرةً.»[20] غير أن نجاح جايلهوف ليس معناه وجود تقصير من جانب كريجزليست. إن أهمية كريجزليست تأتي من كونه المكان الذي كانت البداية منه. فما أبلاه الموقع من بلاء حسن جعل ذلك الكيان التجاري موقعًا اجتماعيًّا بالقدر الكافي؛ بحيث صار من المنطقي الاستعانة به في مساعدة ضحايا أكبر الكوارث الطبيعية (والحكومية بعد ذلك) التي أصابت أمريكا.

من المستحيل الجزم بطول الفترة التي سيستطيع خلالها كريجزليست الاحتفاظ بتلك السمعة الطيبة. ومعرفتي بنيومارك تجعلني أراهن أنه سيحافظ عليها إلى الأبد. غير أن المؤسسات تتغير، وأحيانًا تغير المؤسسات من طباع الناس، لكن ما يهمنا الآن، أن نستخرج فقط ما يجعل التشارك أمرًا بارزًا في هذا الكيان التجاري. كيان نيومارك هجين ولا يُحسد على ما حققه. وحدسه فيما يخص أفضل السبل للحفاظ على هذا المجتمع حدس صائب لا يخطئ.

فليكر

مع بداية الألفية الثالثة، قرر ستيوارت بترفيلد وكاترينا فيك أنهما يرغبان في بناء لعبة يلعبها عدة أشخاص معًا تسمى «اللعبة التي لا تنتهي أبدًا»، ثم أصابهما الفشل. وكانت فليكر نتاج فشلهما هذا (ليتنا جميعًا نتمكن من «الفشل» بهذه الروعة). فبعد أن أدركا أن البرنامج الذي ابتكراه يمكن أن يصنع موقعًا رائعًا لتبادل الصور، أطلقا الموقع في فبراير ٢٠٠٤.

بحلول شهر سبتمبر كان لدى الموقع أكثر من ستين ألف مستخدم مسجل لديه. وبعدها بستة أشهر، تجاوز هذا الرقم أربعمائة ألف مستخدم. وفي ديسمبر ٢٠٠٦، كان هناك خمسة ملايين مستخدم مسجلون في فليكر.[21]

لم يكن موقعهما أول موقع يمكِّن الناس من وضع صورهم على الإنترنت. ففي عام ١٩٩٩، بدأت ليزا جانسكي وقمران محسنين موقعهما «أوفوتو»، وهي خدمة تصوير فوتوغرافي على شبكة الإنترنت، واستحوذت شركة كوداك على موقع أوفوتو عام ٢٠٠١. أنفقت كوداك الملايين على بناء أوفوتو. غير أن موقع كوداك كان تجاريًّا بحتًا. كان نشاطه كله عبارة عن شراء صور فوتوغرافية، أو شراء ألبومات، أو شراء تي شيرتات طبعت عليها صورتك الفوتوغرافية. كان الموقع يشجع المجتمع بنفس المنطق تمامًا الذي يشجع به متجرُ كوداك الذي يقع في أحد المراكز التجارية المجتمعَ.

لم يكن هذا الإخفاق لدى أوفوتو نتيجة نقص الخبرة. كنت أعرف بعضًا من أفراد الفريق أثناء تلك البداية في بيركلي، كانوا يملكون مقومات النجاح، وكانوا يعملون في كد كي يجعلوا أوفوتو في المكانة اللائقة بها، ولكن مسيرة وصولها إلى الموقع اللائق بها قوومت من قبل أصحاب النفوذ في كوداك. لم تتفهم كوداك فكرة المجتمع التشاركي، حتى وإن كانت إدارة التسويق بها بارعة في إنتاج إعلانات يسيل لها اللعاب تحتفي بالشركة أيما احتفاء.

كان موقع فليكر مختلفًا. فمنذ يومه الأول، لم يكن الهدف تيسير التجارة، وإنما كان الهدف بناء مجتمع. كان في استطاعة الناس بسهولة التشارك في صورهم الفوتوغرافية والحصول على إفادة بالرأي من المصورين الفوتوغرافيين الآخرين ومن أصدقائهم. وهذا هو ما ميز الموقع عن غيره. وحسبما أخبرني ستيوارت بترفيلد، في الوقت الذي بدأ فيه عمل موقع فليكر: «لم يكن هناك بحق مفهوم الصور الفوتوغرافية العامة.»[22] وجاءت

فليكر لتغير من ذلك. في البداية «[كانت] ٨٠٪ من الصور عامة.» وكان معنى ذلك أنه «كان هناك جمهور أكبر كثيرًا للصور الفوتوغرافية التي كانت على فليكر.»

من بين الطرق التي أطلقت فليكر من خلالها إشارة دالة على حرية التشارك كان الاستخدام الصريح لبطاقات العنونة، والتي مكنت الناس من القول «أنتم أحرار في التشارك في هذا العمل.» جاءت تلك البطاقات على صورة رُخَص مشاع إبداعي. (سوف نقرأ المزيد عن منظمة المشاع الإبداعي في الفصل العاشر.)

أوضحت هذه البطاقات بجلاء فقدان فليكر للسيطرة على الملكية الفكرية: فالمستخدمون هم أصحاب الملكية الفكرية. كانوا أحرارًا في الترخيص بالاستخدام كيفما شاءوا. وكانت فليكر حريصة على تشجيع الفكرة حتى إنها منحت رخصًا لتمكين الناس من التشارك.

ساعدت تلك البؤرة من التركيز على التشارك في بناء نوع معين من المجتمعات. وسرعان ما صار موقع فليكر جزءًا من هوية مستخدمي فليكر. وعلى حد تعبير بترفيلد: «نِت فليكس مثال على الموقع الذي أتوجه إليه كي أحصل على قيمة من وراء توصيات الغير ... لكنها ليست جزءًا من هويتي بوصفي مستخدمًا لنِت فليكس. [ولكن] مستخدمي فليكر يعقدون بالفعل اجتماعات في طهران وكوالالمبور ومانشستر.» ويقوم أعضاء المجتمع بما هو أكثر من مجرد استعمال الفضاء المخصص لهم. بالمفهوم المجازي، هم يلتقطون النفايات من الأرض. ومن بين مفاتيح نجاحات فليكر حقيقة أن أعضاءها يحرسون الموقع دومًا من هجمات الصور الإباحية. فبإمكان الأعضاء وسم أي صورة فوتوغرافية بما يعني أنها غير لائقة. وسرعان ما تمحى الصور الفوتوغرافية الإباحية من الموقع. ونفس الكلام يقال عن التعليقات النقدية. وحسبما أخبرني بترفيلد: «لا يكتب الناس التعليقات النقدية لمجرد أنهم يهوون كتابة التعليقات»، وإنما يقومون بذلك لأنهم يشعرون أنهم جزء من مجتمع ما.

في شهر مارس من عام ٢٠٠٥ استحوذت ياهو على فليكر. وواصل مؤسسوها العمل لصالح الشركة. وأخبرني بترفيلد في معرض وصفه لمواصفات وظيفتهم: «بصورة ما هم أمناء أو أوصياء ... أشبه بقيم على أرض يشتري أرضًا سبخة.» من الواضح أن «ياهو» لم تشتر فليكر كوسيلة لدعم الاقتصاد التشاركي، وإنما كان على فليكر أن تكون نموذجًا للاقتصاد الهجين الذي أرادت ياهو أن تكون جزءًا منه. إن ياهو ترمي إلى تحقيق الربح من وراء هذا المجتمع الذي اختص بالتعاون في مجال الصور الفوتوغرافية. إلا أنه حتى

الآن، لا تزال الشركة متواضعةً في تطلعاتها. مصدر معظم العائد الذي تحققه فليكر هو عضويات فليكر، التي تمنح المستخدمين «قدرة تخزينية غير محدودة، وقدرة غير محدودة على تحميل الصور على الشبكة، واتساع نطاق غير محدود، ومجموعات لا حدود لها، والقدرة على عمل أرشيفات شخصية لصور أصلية عالية الوضوح، وتصفح وتبادل للصور خالٍ من ظهور الإعلانات.» وتأتي بعض العائدات من شراكات مع مواقع تقدم خدمات طباعة صور فليكر. لكن إلى الآن لا تزال الشركة تضيع على نفسها الملايين. ويدرك بترفيلد ذلك ويقول: «لدينا حاليًّا ما يزيد كثيرًا على مليار زائر لصفحتنا شهريًّا. وهو واحد من أضخم المواقع على شبكة الإنترنت. ولو أننا فقط اتجهنا للقدر الأقصى من الإعلانات المصورة ... لحققنا أموالًا طائلة أكثر مما نحققه الآن.» لكن حسبما هو ظاهر للعيان فإن ياهو تدرك أيضًا أنه «كل ما هنالك أن هذا الأمر لن يدوم طويلًا.» ومن ثم، واحترامًا منها للأعراف التي تتفهم أن هذا المجتمع يعتنقها، فإن ياهو تواصل ترك المجتمع يحيا كاقتصاد تشاركي، مع بذل جهود حثيثة وإن كان تأثيرها يتزايد يومًا بعد يوم، لتحقيق شيء من ورائه.

يوتيوب

في عام ٢٠٠٥، شرع ثلاثة من الموظفين السابقين لدى بايبال — وهم تشاد هيرلي، وستيف تشين، وجاود كريم — في بناء خدمة التشارك في ملفات الفيديو على الإنترنت. لم يكونوا أول من قام بذلك العمل، غير أنهم كانوا أفضل من وضع معمارًا له. أخبرني ستيف تشين قائلًا: «تسارع نمونا في بادئ الأمر نتيجة للتقنية. لقد صنعنا بعض الأمور على نحو صحيح؛ وهي تحديدًا: اختيار «فلاش» لتكون منصة التسليم، وبهذا لم تكن مضطرًّا لتنزيل أي شيء. ففيلم الفيديو يعرض مباشرةً داخل المتصفح.»[23] وباستخدامهم الفلاش كصيغة للفيديو، ضمنوا بذلك أن يتمكن أي امرئ لديه متصفح إنترنت (حديث) من مشاهدة تلك الفيديوهات. (حسبما أخبرني تشين: «كان يشغل بالي دومًا تلك الجدة التي تعيش في الغرب الأوسط من البلاد، لو أنها زارت أحد مواقع الفيديو.» ونَمَت الخدمة بسرعة شديدة. والحق، أنه بحلول صيف ٢٠٠٦، صار يوتيوب أسرع مواقع الإنترنت نموًّا على مستوى العالم. وقدرت مؤسسة نيلسن/نت ريتينجز لتقييم المواقع حجم نمو الحركة المرورية على الموقع بأنه بلغ نسبة ٧٥٪ أسبوعيًّا في يوليو ٢٠٠٦. كان مائة مليون مقطع يُشاهَد يوميًّا؛ وكان خمسة وستون ألف مقطع

يُحمَّل يوميًّا على الموقع. وفي المملكة المتحدة سرعان ما صار الموقع أكبر سوق للفيديو على شبكة الإنترنت.[24] وفي عام ٢٠٠٧، اشترت جوجل موقع يوتيوب، وحسبما ذكرت الأنباء كان ذلك لقاء مبلغ قدره ١,٦٥ مليار دولار.

كان مصدر هذا النجاح في البداية إذن برمجيات رائعة. غير أن التقنية لم تكن هي كل شيء. كان رصيده، حسب تعبير تشين: «المجتمع ... وعلاقة الناس، وروابطهم، مع محتوى أنتجه المستخدمون أنفسهم ووضعوه على موقع يوتيوب.» هذه القيمة جاءت مباشرةً من المجتمع. فمستخدمو يوتيوب ينتقون المحتوى الذي سيضيفونه. وهم الذين يصنعون المحتوى الذي يضاف. بعض المحتوى المعروض على يوتيوب يتمتع بحماية قانون حقوق التأليف والنشر، ولم يكن صاحب حق التأليف والنشر هو من قام بتحميله إلى الشبكة. ولكن لو أن أعلى مائة مقطع فيديو شهرةً تمثل أية إشارة، فإن أهم وأكثر المقاطع شهرة على اليوتيوب جاءت من مستخدمين صنعوا هم المحتوى بأنفسهم ثم حمَّلوه على يوتيوب. وصار الموقع خليطًا عجيبًا من أكثر محتويات الفيديو غرابة. وكان سببًا في ظهور بعض النجوم، وبعض المعجبين بهم. (يعرض موقع ويكيبيديا قائمة لأكثر من ستين مبدعًا من مبدعي يوتيوب صاروا من ظواهر الإنترنت بفضل ظهورهم في مقاطع فيديو يوتيوب.)[25] لم يسبق قط أن صار أي موقع بهذه السرعة والأهمية في الحياة الثقافية للجماهير مثله.

إذن لماذا يفعل الناس هذا؟ وما الذي يتوقعون جَنْيَهُ من وراء العمل بكل هذا الجد كي يجعلوا اثنين من تاركي الدراسة بستانفورد من الأثرياء؟ معظمهم، حسب رؤية دان بريكلين الفاحصة للأمور، يساهمون باعتبار أن هذه المساهمة نتاج ثانوي للحصول على ما يريدون؛ إنها وسيلة بسيطة وزهيدة الثمن وفعالة في آن واحد لنشر مقاطع الفيديو التي صنعوها. إن يوتيوب، وغيرها من مواقع التشارك في مشاهدة مقاطع الفيديو، تقدم خدمة كانت حتى ثلاث سنوات مضت تبدو عويصة التحقيق بقدر لا يتخيله إنسان: موقع على الشبكة يعرض تسجيلات الفيديو الخاصة بأي شخص مجانًا.

لكن البعض يفعل ما هو أكثر من مجرد استهلاك المحتوى. كما هو الحال مع كريجزليست، يقوم مجتمع مستخدمي يوتيوب بالمساعدة في الرقابة الشُّرَطية على محتوى يوتيوب. فالمحتوى غير اللائق يميز بعلامة تفيد ذلك. ويتم الإبلاغ عن المحتوى الذي يخالف القواعد. فالمستخدمون يحذون حذو الجيران في مجتمع محافظ ملتزم، فينظف

الواحد منهم مكان الآخر ويتباهى بالمكان الذي ساعد في إنشائه. والمحصلة مكان يصيب زواره بالإدمان علاوة على الذهول. أخبرني تشين أن ورقة اليانصيب الرابحة فيه هي:

> المحتوى ذاته فحسب. إننا نرى في أكثر صفحاتنا مشاهدةً أن بعضًا من هذا المحتوى يأتي من [مواقع احترافية] والبعض من إنتاج مستخدمين. إنهما مقترنان بعضهما بالآخر كعروسين يجلسان متجاورين فوق كل تلك القوائم «الأعلى تصفحًا». لكن بعضًا من تلك المادة أنشئ بمعدات مونتاج ثمنها خمسمائة دولار ووقت طويل أُمضي في تنفيذها، وعلى النقيض ربما أنفقت ملايين الدولارات من أجل إنتاج إعلان لا تتجاوز مدة عرضه خمس عشرة ثانية.

«إن طبيعة مواقع فيديو محتوى المستخدم في حد ذاتها، علاوة على إمكانية نجاحها المالي واستدامتها، تعتمد على الاستفادة الفعالة من أنشطة الشبكة الاجتماعية القائمة على الإنترنت. أو بعبارة أخرى، يجب أن يكون المحتوى تشاركيًّا حتى يمثل قيمة.»[26]

(٢-٢) النوع الثاني: فضاءات التعاون

تختلف مساحة التعاون عن المساحة المجتمعية مثل فليكر أو يوتيوب. فالمساهمون في مساحة التعاون يظنون أن عملهم مختلف. أو إن شئنا مزيدًا من الدقة، على الأقل بعض (نسبة لا بأس بها) من أولئك الذين يساهمون في مساحة التعاون يؤمنون أنهم موجودون هناك كي يشيدوا شيئًا ما معًا. إن المجتمع مرئي، وهو بؤرة العمل. والمقصود أن يصير ناتج المساهمة أعلى قيمة من المادة التي وجدوها عندما جاءوا.

ومن الممكن أن يتخذ هذا التعاون أشكالًا عدة. ولنبحث معًا في مجموعة من الأمثلة.

ديكلان

يعمل ديكلان ماكولا صحفيًّا. وقد بدأ حياته المهنية بتغطية أخبار الرقابة على الإنترنت والاحتجاج عليها. وفي عام ١٩٩٤، وأثناء دراسته بجامعة كارنيجي ميلون ببيتسبرج، بدأ ماكولا في الحشد ضد الجهود التي كانت تلك الجامعة تبذلها بهدف «إزالة أي جماعة أنباء تابعة ليوزنت تحوي ضمن اسمها كلمة «جنس» أو «إباحي».»[27] اتخذ هذا الحشد

شكل لائحة بريد إلكتروني بعنوان «كافح الرقابة». كان للائحة العناوين البريدية قناتان: إحداهما عبارة عن لائحة إخطار، ينشر بها ماكولا، وتورد معلومات عن مكافحة الرقابة؛ أما الثانية فكانت لائحة نقاش، وكان متاحًا للأفراد الذين يتلقون عليها البريد الإلكتروني أن يبعثوا أيضًا بتعليقاتهم أو ردودهم على ما تلقوه. كانت الحركة المرورية من اللائحة الثانية في الأغلب غامرة. وقد أدى ذلك بأغلب الناس إلى البقاء على لائحة الإخطارات فقط.

وسرعان ما أعيدت تسمية قائمة «كافح الرقابة» ليصبح اسمها «بوليتك»، وتوسع نطاق اهتماماتها فصارت تشمل «قطاعًا مشتركًا متناميًا بين مجالات القانون، والثقافة، والتكنولوجيا، والسياسة.»[28] وبالمعنى الذي استخدمته تعد بوليتك اقتصادًا تشاركيًّا. فعلى الأقل أولئك الذين ضمن مساحة النقاش يجاهرون بالقول و/أو ينصتون، مشكلين مجتمعًا من الاهتمامات المشتركة، وفي بعض الأحيان، العمل المشترك. (انتقدتُ [بلطف] ماكولا في كتابي الأول؛ وكانت الردود الملتهبة التي وصلتني من مجتمع ماكولا بعيدة كل البعد عن اللطف.) والمجتمع بهذا المفهوم يشبه مئات الآلاف من الأشخاص الذين يعيشون في ساحات النقاش في كل الأنحاء. إن ياهو لديها ما يزيد على ٢٠٨٣٦٩٨ مجموعة مثل تلك.[29] وكذلك جوجل. ومجموعة ماكولا أصغر كثيرًا من هؤلاء، لكن بالنظر إلى كونه موقعًا خاصًّا (غير تجاري)، يعد هذا باعثًا على الانبهار الشديد: فقد بدأت اللائحة بمائتي قارئ. وهي الآن تفخر بوجود أكثر من عشرة آلاف مشترك.

غير أن ماكولا حول هذا الاقتصاد التشاركي إلى اقتصاد هجين؛ إذ خلال الفترة التي مرت منذ كان بجامعة كارنيجي ميلون، صار هو صحفيًّا محترفًا. يقع عمله الصحفي ضمن نطاق اهتمامات بوليتك. إن ماكولا يستخدم المجتمع الذي أنشأه كي يطور من صحافته، لكنه لا يفعل هذا لا بصورة عدوانية ولا غير لائقة. وحسبما شرح لي: «حاولت، عمدًا، إنشاء مجتمع. ولم أفكر كثيرًا على الإطلاق فيما يمكن أن ينتهي إليه. غير أنني قمت بالأشياء على هذا النحو [من البداية].» لا تخفى الأسباب على أي صحفي. قال ماكولا:

> يمثل هذا مشكلة للصحفيين ... لأن الناس تقرأ المقالات لكننا لا نملك بحق مجتمعًا كي نتحدث إليه. كل ما نحصل عليه هو إهانات من أناس يمقتوننا، وتعليقات لطيفة من أناس يحبوننا. غير أن عملية أن تكون قادرًا على التوصل إلى فكرة مقال، وأن تحظى برأي مجتمعي؛ ما هي عملية رفيعة القيمة. وهكذا يمكنك أن تقذف بنوع من الأفكار نصف الناضجة على لائحة العناوين

البريدية، ثم تبلور تلك الأفكار إلى شيء تكتبه بعدها بأيام قلائل يمكنك أن تحصل على أجر عليه.

عندما استعانت «سي نت» بخدماته مؤخرًا، اتفق هو ورب عمله الجديد على أنه سيسعى نحو الحفاظ على مجتمعه وأنه سيغذيه بالطريقة التي ينتظرها منه أعضاؤه. لن يكون هناك أي تشارك في معلومات ذات خصوصية، غير أنه يمكن الاعتماد على المجتمع في مساعدة هذا الصحفي على إنتاج أعمال أفضل.

ولا يقتصر الأمر على العمل الطيب وحسب. إن أعضاء بوليتك يتجمعون على موائد العشاء في مدن كبرى. ويتصل ماكولا بهم أثناء سفره وترحاله. وبالتالي أفرز الموقع مجتمعًا، وليس مجرد مجتمع واحد. وحسبما أخبرني ماكولا ونحن ننهي حوارنا: «آه، علي أن أقول: لقد التقيت بزوجتي من خلال اللائحة.»

سلاشدوت

انطلق موقع سلاشدوت في سبتمبر عام ١٩٩٧ مستهدفًا تغطية الأنباء المتصلة بالتكنولوجيا. إلا أن وسيلته لتحقيق هذا كانت تقنية مكنت المستخدمين من التعليق على المقالات التي تكتب بالاستعانة بمراجع، وكذا التعليق على تلك التعليقات. وكان من نتيجة المجموعة الثانية ترشيح التعليقات التي يعتقد بأنها غير ذات فائدة. وكان معنى ذلك أن الموقع يمكن أن يحرر محتواه بنفسه، ومن ثم يقدم لأي قارئ قاعدة بيانات عامة رفيعة المستوى عن المسائل التي تهم مجتمع التكنولوجيا.

واليوم، هناك أكثر من ربع مليون شخص يتعاونون بنفس هذه الطريقة تمامًا الموجودة على سلاشدوت.[30] لقد أنتج عملهم — وهو عمل لا يتقاضون عنه أجرًا، ولا حتى يحصلون على تذاكر طيران مخفضة الثمن — موقعًا يساوي ملايين الدولارات. في عام ١٩٩٩، بيعت سلاشدوت لأندوفر دوت نت، وأضيفت الإعلانات لتصميم صفحتها. وهكذا يحرر القراء الموضوعات، ويجني القراء وأندوفر دوت نت الربح بعد ذلك.

ينتج عن هذا التعاون عملية فرز لسلسلة يمكن ألا تنتهي من التعليقات، بحيث يتم اختصارها في بضع تعليقات قليلة قد يرغب قراء الموقع في الاطلاع عليها. إن هذا الموقع يضيف نوعًا من التحرير التعاوني الذي يشمل القراءة والكتابة لصفحة أنباء كان من التقليدي أنها «للقراءة فقط». وهذا التعاون ينتج موقعًا رفيع الجودة لثقافة القراءة والكتابة. إن التحرير قيمة، وهذه القيمة تنتَج مجانًا.

لاست دوت إف إم

ما من شك أن أكثر الصناعات التي ما فتئت تنوح شاكية من الإنترنت هي صناعة التسجيلات الموسيقية التقليدية. كما شرحت، تنافس الإنترنت (سواء كان ذلك بشكل قانوني أم لا) مع نموذج هذه الصناعة لجني الربح من وراء الموسيقى. ولقد قاومت بشراسة كي تحد من تلك المنافسة. لكن ليس كل من ينتمون لصناعة الموسيقى قاوموا الإنترنت، فالبعض سعى للاعتماد على تصميمها، لتمكين التعاون من القيام بين عشاق الموسيقى وجماهيرها. ومن الأمثلة الرائعة على تلك التقنية الموقع المسمى لاست دوت إف إم (استحوذت سي بي إس عليه مؤخرًا).

كان هدف لاست دوت إف إم العثور على وسيلة لوضع خريطة للأعمال الموسيقية المفضلة داخل محرك يمكنه التوصية بالاستماع لقطع موسيقية معينة بصورة أكثر ذكاءً. لقد حاول كثيرون ذلك، غير أن لاست دوت إف إم يقوم بذلك عن طريق خليط فريد يجمع بين المجتمع والتكنولوجيا. إن التكنولوجيا تراقب ما تستمع إليه، ثم ترسل اسم الأغنية التي تستمع إليها إلى محرك يعرف عندئذ المزيد عنك (وعن أناس يشبهونك). بعدها يمكن هذا المحرك الأفراد من الارتباط بآخرين. لكن لا يتم هذا مع تجهيل الهوية، وإنما تساعد التكنولوجيا الأفراد على ربط صفحاتهم الخاصة بهم كمستخدمين بصفحات آخرين، سواء كانوا أصدقاء أم من يشابهونهم في «ذوقهم الموسيقي».

حسبما شرح لي رائد الأعمال المُخاطر الياباني (والمستثمر في لاست دوت إف إم) جوي إيتو:

> كان مجتمع لاست دوت إف إم في الأصل، ولعله لا يزال، يدور في فلك التنظيف المستمر للبيانات. وهكذا فإنك إذا كانت لديك عناوين أغنيات بها أخطاء إملائية، أو كان لديك فنان يكتب اسمه بطريقة مختلفة باللغة اليابانية، فإن هناك مجتمعًا بأسره يتوجه أفراده لإصلاح ذلك اللبس وتصحيح أخطاء البيانات.

إلا أن الإسهامات صارت الآن أكثر اتساعًا بكثير من أن تكون مجرد شكل ما من أشكال التحرير المجتمعي. «هناك أيضًا مجتمع يدور في فلك كل فرقة من الفرق الموسيقية يتحاور أفراده في شأنها ... هناك مجموعات نقاش وأناس يسهمون بمعلومات. ومن خلال الاستماع للكثير من الأعمال الموسيقية، ينشئ المستخدمون سِيرًا لتلك الأعمال ومبدعيها.»

وهكذا، بمجرد الاستماع للموسيقى وحسب، «يخلق الأعضاء قيمة للمجتمع»، ويصير الاستماع نوعًا من الإعلان. فكل أغنية تستمع إليها تُصنَع لها بطاقة تفيد بأنك استمعت إليها. إنها تعلن عن الأغنية. وهي تدل الآخرين على اهتماماتك. غير أن هذه الدعاية مجرد حوار. ومرة أخرى يقول إيتو: «ما نفعله الآن ويمكن أن يطلق عليه من زاوية ما اسم إعلان هو في حقيقته جزء من الحوار.» إن المتطوعون يتحاورون. والناتج عبارة عن قيمة تضاف للشركة.

مايكروسوفت

في منطقة تزداد تباعدًا داخل الفضاء الإلكتروني تسمى يوزنت، هناك مجموعة من المتطوعين الملتزمين الملوئين حماسًا، الذين يعملون على مساعدة أناس لم يلتقوا بهم قط على حل مشكلات الحاسب. ربما تكون تلك المشكلات بسيطة، وربما يكون بعضها بالغ التعقيد، غير أن هؤلاء المتطوعين يقضون ساعات عديدة في مساعدة تلك الأرواح الإلكترونية الضالة على الوصول لسبيل النجاة من الفخاخ الرقمية. في مكان محدد أقصد الإشارة إليه، هناك ما يزيد على ٢ مليون مساهم سنويًّا، منهم أكثر من أربعين ألفًا يقدم كل منهم ما يزيد على ستة وثلاثين إسهامًا في العام الواحد، وحوالي ثمانمائة يقدمون الإسهامات طيلة الوقت تقريبًا.

الأمر المذهل في هذه القصة ليس أن هناك أناسًا يقدمون العون لأناس آخرين. ولا أن أناسًا يساعدون غيرهم دون أن يلتقوا أبدًا. وإنما كل هذا الجهد المقدم للمصلحة العامة مكرس من أجل غاية خاصة جدًّا: وهي جعل عملاء مايكروسوفت أسعد حالًا. فهؤلاء المتطوعون يعيشون داخل «المجموعات الإخبارية» الداعمة لمايكروسوفت. إنهم لا يتلقون أموالًا من مايكروسوفت، والغالبية العظمى منهم لا تعرفهم حتى مايكروسوفت. لكنهم جميعًا يعملون (والبعض يؤدي عملًا شاقًّا فعلًا) لجعل مايكروسوفت أكثر ثراءً بحلهم لمشكلات عملائها.

ومايكروسوفت تعلم ذلك. ففي واحد من مبنيَيْنِ مخصصيْنِ للأبحاث، يقود رئيس مجموعة تقنيات المجتمع التابعة لمايكروسوفت مارك سميث، فريقًا يدرس بعناية السلوك داخل تلك المجموعات. وقد ابتكرت الشركة تقنيات معقدة لقياس «صحة» تلك المجتمعات وغيرها من المجتمعات الافتراضية، فتطرح سؤالًا على سبيل المثال: هل هناك رصيد كافٍ للإسهامات؟ وهل المساهمات بناءة أم هدامة؟ إنها تتأمل على الدوام فيما إذا كانت الرقابة

ضرورية من أجل جعل تلك المجتمعات تعمل بشكل أفضل أم لا. ويدرس الباحثون التفاعل بين الناس. إنهم يراقبون نمط التواصل، ويحاولون أن يتعرفوا على أشكال العمل التفاعلي.

والمشكلة ليست بالهينة. فهناك العشرات والعشرات من المتغيرات التي ينبغي أن توضع في الحسبان. غير أن المتغير الذي يظل غائبًا على الدوام هو المال، ليس لأن مايكروسوفت مدقعة الفقر بحيث لا يمكنها سداد ثمن معاونتهم لها، ولا بسبب أن المجتمع لا يخلق قيمة مهمة لمايكروسوفت، وإنما المال غائب لأن سميث لا يؤمن بأن «المعاملة النقدية لدعم المجتمع» مفيدة. «فهناك العديد من المزايا الاجتماعية التي تحفز بغزارة تقديم الإسهامات للمجتمعات» حسبما شرح سميث. والمال ليس واحدًا من تلك المزايا، فالحقيقة أنه للأسباب التي ناقشناها، ربما كان المال ضارًّا.

ها هي مايكروسوفت بجلال قدرها تنشئ اقتصادًا هجينًا. ويكرس المتطوعون الذين كانوا يحيون ذات يوم داخل اقتصاد تشاركي محض — يوزنت — قدرًا غير عادي من أوقاتهم لمعاونة مستخدمي مايكروسوفت على استخدام منتجات مايكروسوفت بشكل أفضل. ولا تقف مايكروسوفت متفرجة على هذا التشارك، إنها تغذيه وتنميه، فالشركة تنفق موارد حقيقية كي تفهم كيف تجعل الأمر يعمل لصالحها على نحو أفضل. غير أن المنتَج عبارة عن مجتمع قائم على شبكة يتعاون من أجل تيسير استخدام منتجات مايكروسوفت.

إجابات ياهو

ليست يوزنت المنبر الوحيد للمعلومات التشاركية، فالشركات تبني يومًا بعد يوم «مواقع للإجابات» لتشجيع الناس على طرح الأسئلة على نطاق واسع، بحيث تشجع على قيام مجتمع أكثر ثراءً وتنوعًا. في ديسمبر ٢٠٠٥ حذت ياهو حذو يوزنت وأطلقت خدمة أطلقت عليها اسم إجابات ياهو.

كانت الفكرة الأساسية بسيطة بحق: ملايين المتطوعين يمضون وقت فراغهم في الإجابة على تساؤلات أناس آخرين، مجانًا. لو قام الملايين بهذا لفترة طويلة بقدر كافٍ، وبمصداقية يعتمد عليها بالدرجة الكافية، فإن ياهو سوف تستفيد منه. كان هدف

ياهو أن تصبح مركزًا لنشاط مجتمعي قائم على شبكة الإنترنت. ومن شأن موقع متميز للإجابات أن يشكل جزءًا من ذلك المركز. وحسب وصف جيري يانج مؤسس ياهو لي:

> نحن ضالعون في هذا منذ حوالي عام وهناك ٧٥ مليون شخص يساهمون شهريًّا سواء بطرح أسئلة، أو الإجابة عن أسئلة، أو مطالعة الإجابات. أنت تعلم أن بعض تلك الأسئلة مضحك، مثل «لماذا السماء زرقاء اللون؟» وبعضها أسئلة تقنية بالغة التعقيد أو شديدة التخصص حول الضرائب أو المهن. وهناك كثيرون يقولون: «لا أستطيع تشغيل حاسبي الماكنتوش، فماذا أفعل؟» وعلى نحو مفاجئ يصير لدينا ذلك التفاعل الإنساني الطبيعي للغاية الذي يتلخص في عبارة: «لدي سؤال، ولا بد أن أحدًا ما لديه إجابة عليه.» لكنك تأتي باستفسارك إلى الشبكة العنكبوتية وهناك تجد مجتمعًا عالميًّا.[31]

بتاريخ الرابع عشر من أبريل ٢٠٠٨، كان الموقع يحوي ٣٥٤١١٨٦٦ سؤالًا و٣٥٤١١٨٥١ إجابة.[32]

ونعود لنتساءل: ما الذي يدفع أي شخص للرغبة في مساعدة ياهو على هذا النحو؟ لقد عرفنا الإجابة من قبل. إنك لا تفعل ذلك لمساعدة ياهو. فالبعض يهوى استعراض مقدار ما يتمتع به من ذكاء أمام الآخرين، والبعض يود تقديم المساعدة. إن عبارة «لأنهم يودون ذلك» تعد تفسيرًا كافيًا لما يدفع الناس لتقديم خبراتهم للآخرين.

وتضيف ياهو إلى تلك الحوافز لا نقودًا وإنما نظام نقاط للمستخدمين. يحصل المستخدمون على مائة نقطة عند فتح الحساب. ويحصل المستخدم على نقطتين عن كل إجابة يقدمها، ونقطة واحدة عن كل تصويت على سؤال لم يُجَب عليه بعد، وعشر نقاط إذا اختيرت إجابته كأفضل إجابة. ويتكلف طرح السؤال خمس نقاط. وإذا حذفت إجابة أرسلتها، تفقد النقطتين اللتين كنت قد حصلت عليهما عندما أرسلتها، وتفقد عشر نقاط إذا اعتبر السؤال أو الإجابة مخالفين لشروط الخدمة.[33]

لكن كما هو الحال مع مايكروسوفت، لا يشكل المال جزءًا من المعادلة. فالحوافز الآتية من البنيان الشبيه باللعبة كافية؛ وإضافة المال سوف تجعلها تبدو أقرب إلى العمل. بالنسبة للمستخدمين، لم يقصد من وراء الأمر أن يكون عملًا. ومن جديد يقول يانج: «لست على يقين من أننا قد نقدم على قول: «أتعلم؟ لو أنك أجبت على أسئلة كثيرة، سوف تحصل على أجر.» أعتقد أنَّ ثمة توازنًا دقيقًا بين دفع المال للناس وبين شعور الناس بأن حافزهم غير تجاري.»

ويكيا

تعد ويكيبيديا، حسبما شرحت في الفصل السابق، مثالًا على الاقتصاد التشاركي. لقد أغلقت ويكيبيديا الباب تمامًا في وجه الإعلانات ولم تلجأ إليها كوسيلة لكسب المال. ولم يكن هذا ناتجًا عن قلة حيلة، فكما ذكرت من قبل، حسب حركة المرور التي تحصدها ويكيبيديا، فإن بإمكانها أن تحقق ما يزيد على ١٠٠ مليون دولار سنويًّا لو أنها أضافت الخدمة الإعلانية إلى موقعها. فهذه هي الفرصة السانحة للمواقع العشرة الأوائل على شبكة الإنترنت.

انطلق موقع ويكيا — وهو موقع ويكي آخر — على يد مؤسس ويكيبيديا جيمي ويلز. وهدفه ليس بناء موسوعة، وإنما هدفه أن يكون «منصة لتطوير واستضافة الويكي القائمة على مجتمع. إن ويكيا، تحديدًا، تمكن المجموعات من التشارك في المعلومات، والأخبار، والقصص، ووسائل الإعلام، والآراء التي تقع خارج نطاق عمل موسوعة ... فويكيا ملتزمة بالانفتاح، وهي تدعو أي شخص كي يسهم في محتوى الشبكة العنكبوتية.»[34] إن الموقع يتمتع بسحر جيمي ويلز. فمع وجود ثمانمائة ألف مقال، فإنه بذلك فعليًّا أسرع نموًّا من ويكيبيديا خلال فترة زمنية مماثلة.[35]

الموقع بالفعل كنز من كنوز الثقافة الإنسانية. إن جمهور المسلسلات التلفزيونية يقدمون حقائق تفصيلية عن هذه المسلسلات. ويأمل «مشروع قاعدة بيانات مارفل» أن يصبح «أعظم الموسوعات التي تتناول كل شيء متعلق بعالم مارفل/دي سي وأكثرها مصداقية وأسرعها تحديثًا.» ويمكن لجماهير كرة القدم (المعروفة وليست الأمريكية) أن يعتمدوا على «ويكيا كرة القدم» في جميع المواضيع المتعلقة بكرة القدم. ويمكن لهواة الأكلات أن يساهموا بمناقشة حول الطعام ووصفات الطهي. كل هذا العمل — أو الأفضل أن نقول، هذا الغرام بتلك المواضيع — يقدَّم مجانًا. فلا أحد يجني المال على موقع ويكيا.

فيما عدا، طبعًا، مؤسسة ويكيا التجارية. فعلى العكس من ويكيبيديا، تعرض ويكيا إعلانات بالفعل. هي إعلانات غير لحوحة، وفي بعض الأحيان مضحكة، لكن قيمتها في تزايد مستمر بالنسبة للموقع. إن ويكيا تقدم لمستخدميها منصة مجانية لبناء مجتمع فوقها. المستخدمون هم من يقومون بالبناء. وهذا البناء عملية معقدة من التعاون. وتحصل ويكيا على إيراد الإعلانات.

إن هذه الحقيقة تجعل كثيرًا من الناس يتعجبون كيف يمكن لهذا الموقع أن يعمل على هذا النحو. ألا يدرك بناة تلك المقالات أن ويكيا يمكنها أن تثرى من وراء عملهم

الإبداعي؟ والإجابة نعم، إنهم يدركون ذلك، غير أن هذا لا يمنعهم من المساهمة. تمامًا مثلما تفعل صالة البولينج، حسب تفسير ويلز للأمر، تقدم ويكيا سياقًا يحصل من خلاله الناس على ما يريدون. ومثلما الحال في صالة البولينج، يسعد الناس عندما يصنعون شيئًا يستمتعون به. لا أحد يغبط مالك صالة البولينج على ما يجنيه من أرباح. ويؤمن ويلز بأنه لن يحسد أحد ويكيا على ما تحققه من ربح.

وهذا صحيح، على الأقل إذا ظلت بعض الشروط الأخرى بعينها صحيحة. فلا بد أن تكون هناك منافسة بين مواقع ويكي المختلفة تسمح للمستخدمين بالانتقال إلى حيث يريدون. وتدعم ويكيا هذه المنافسة بتمكينها للمستخدمين من نقل محتوى الويكي إلى مكان آخر لو بدءوا يجدون أن صالة البولينج التي هم فيها لم تعد تعكس ما يؤمنون به من قيم. ويتخيل ويلز أن منطق مستخدم ويكي يكون على النحو التالي:

> «اسمع، إننا نقبل أن تضع إعلانات؛ لأننا نعلم أننا بحاجة إلى بنية تحتية، لكن هذا ليس معناه إعطاءك صكًّا على بياض كي تبالغ في وضع تلك المادة الإعلانية بإفراط في جميع أرجاء الموقع.» وهكذا فإن هذا التوتر ومسألة أن أفراد المجتمعات يملكون سلطة المغادرة بالفعل — وفي استطاعتهم أن يأخذوا كل ما يخصهم من محتوى ومغادرة الموقع إذا لم تجعلهم سعداء — يعد أمرًا مهمًّا للغاية.

هناك إذن عقد اجتماعي بين الجانب التجاري والتشاركي. وبموجب هذا العقد، تُبنى القيمة في ويكيا.

هوليوود الهجينة

لعل أكثر الأمثلة البازغة (وإن كان بزوغًا بطيئًا) تشويقًا على الهجائن التعاونية تلك التي تأتينا من أقل المصادر ميلًا للاتجاه نحو ذلك: هوليوود. فهوليوود يومًا بعد يوم تضم الجمهور في عملية بناء، ونشر وإعادة صياغة منتجها. ويشكل هذا الأسلوب نوعًا من التهجين.

والقصة لا تتسم بالجمال طوال الوقت. فلم يكن سير العمل سلسًا دومًا. ولعل أفضل مثال على ذلك النضال — الذي حقق في النهاية تفهمًا حقيقيًّا — يبدأ بفتاة تعلمت تعلُّمًا منزليًّا تبلغ من العمر أربعة عشر عامًا اسمها هيذر لوفر.

في يناير ٢٠٠٠ أنشأت لوفر جريدة على الإنترنت بعنوان «ذا ديلي بروفيت». ولم تكن تلك جريدة دينية، وإنما كانت محاولة جاهدة لشرح وإكمال قصة رويت لجيلها بقلم الأديبة الفذة جيه كيه رولينج. ظلت هيذر تجمع كل يوم طيلة شهور طويلة مقالات كتبها أطفال من جميع أنحاء العالم عن ملحمة هاري بوتر. وكانت تقوم بتنقيحها ومن ثم تنشرها على الإنترنت.

وعلى حد تعليق هنري جنكنز، ولعله أهم دارس على مستوى العالم للإبداع البازغ حديثًا في ثقافة القراءة والكتابة على شبكة الإنترنت: «أطلقت رولينج وسكولاستك، ناشرها، منذ البداية رسالة تفيد دعمهما لجمهورهما من الأدباء، مشددين على أن رواية الحكايات تشجع الأطفال على الانطلاق بخيالهم ومنحهم سلطة الإفصاح عن مواهبهم الأدبية.[36]» وفي عام ٢٠٠٣ رحبت رولينج «بالاهتمام الهائل الذي أبداه جمهورها بالسلسلة وبمسألة أنها دفعتهم لتجربة أيديهم في الكتابة.»[37]

غير أن غريزة كاتبة عبقرية ليست على الدوام مثل غريزة شركة تعمل في مجال الوسائط. ومع انتقال نجاح رولينج من الصفحات المطبوعة إلى شركة كبرى من شركات الإنتاج السينمائي في هوليوود، وهي وارنر، تحولت «السيطرة» على ما صار عندئذ من ممتلكات وارنر من راوية القصة إلى حشد من المحامين. وحسب شرح مارك براندون، الذي كان ترتيبه ضمن قيادات الشركة رقم نَيِّفٍ وعشرين، والذي استدعي في نهاية المطاف للتعامل مع المشكلة التي كانوا على وشك التسبب فيها: «لم يكن قد سبق لوارنر براذرز حتى ذلك الحين ... التعامل مع شيء في حجم هاري بوتر. وبالتأكيد لم يحدث هذا من قبل على شبكة الإنترنت.»[38] وهكذا تعاملت وارنر مع المسائل المتعلقة بهاري بوتر بأسلوب سبق لها به التعامل مع قضايا الملكية الفكرية على الإنترنت. وحسبما يصف جنكنز: «كانت الشركة تمارس منذ عهد بعيد أسلوبًا يتمثل في البحث عن مواقع الإنترنت التي تستخدم أسماء نطاق متمتعة بحماية قوانين حقوق التأليف والنشر، أو العبارات المتمتعة بحماية قانون العلامات التجارية ... وشعرت وارنر أن عليها التزامًا قانونيًّا تجاه ملاحقة المواقع التي برزت تحوم حول ممتلكاتها.»[39]

و«ملاحقة» في سياقنا هذا معناها إطلاق سيل من الخطابات الغاضبة، كتبت بأيدي محامين مبتدئين، يودون لو أن يمسكوا في أيديهم بمسدسات بدلًا من الحواسب المحمولة من طراز آي بي إم ثينك باد.

علمت لوفر بتلك التهديدات في ديسمبر ٢٠٠٠. لقد حولوها إلى ناشطة. (لماذا؟ طرحت عليها هذا السؤال. وكان ردها: «أعتقد أن الأمر جاء كاستجابة بديهية، وأيضًا

... لقد نشأت في أسرة بين ثلاثة أشقاء، وكانوا جميعًا من عشاق ويرد آل. ومن ثم كنت معتادة على معاركه المتنوعة التي شنها ضد فنانين آخرين».)[40] بعدها بشهرين، نظمت حملة مقاطعة لمنتجات هاري بوتر. وفي ٢٢ فبراير ٢٠٠١، اندلعت «حروب بوتر».[41]

كانت لوفر تشغل منصب القائد العام للجيش. وعقدت هذه المراهقة مناظرة مع ممثلي وارنر براذرز في برنامج «هاردبول ويذ كريس ماتيوز» الذي يعرض على شبكة إم إس إن بي سي.[42] وبدأت الصحف في جميع أنحاء العالم تلتقط أنباء الحرب الدائرة.[43] «لم نعد مجرد أطفال صغار متشرذمين. لقد كان لنا أتباع من الجماهير وتلقينا التماسًا موقعًا عليه من ١٥٠٠ شخص في بحر أسبوعين. وكان عليهم في نهاية الأمر التفاوض معنا.»[44]

استفادت حملة لوفر بكل تأكيد من فعالية الإنترنت. وسرعان ما تحلت وارنر بالحكمة في استراتيجيتها القمعية. لقد تجنبت تهديد لوفر تهديدًا مباشرًا؛ وكانت تأمل أن تتفادي ملاحقتها بشكل عام. ولكن حسبما أخبرَت الفتاةُ جنكنز:

> لقد هاجموا عصابة كاملة من الأطفال في بولندا ... وأخذوا يطاردون أطفالًا في عمر الثانية عشرة والخامسة عشرة لديهم مواقع لا قيمة لها. [ولكنهم] بخسوا قدر الترابط الوشيج الذي تمتعت به مملكة الجمهور. وبخسوا قدر حقيقة مهمة؛ وهي أننا كنا نعرف هؤلاء الأطفال البولنديين وكنا نعرف مواقعهم الهزيلة وأننا نهتم بهم.[45]

شرحت الفتاة لي قائلة: «لو أن شخصًا ما تعرض لتهديد من وارنر، فإن بإمكانه المجيء إلينا. لقد وصل خوف وارنر براذرز مني ومن شريكي، ألاستير ألكسندر، حد أننا كنا عندما نرسل إليهم رسالة بالبريد الإلكتروني، كان التهديد يتوقف في أغلب الأحيان.» و«أهم» جزء في القصة، «بصرف النظر عن أي تأثير قانوني له»، كان ذلك الجزء الذي أعقب هذه المعركة، فالأطفال من جميع أنحاء العالم كانوا يقاومون. كانوا «الآن يحاربون معاركهم الخاصة؛ إذ صارت لديهم ثقة في أن يقوموا بما يستطيعون القيام به.»

كان هذا هو الجزء الذي سمعت عنه من القصة. وكان هذا هو الجزء المثير الذي كنت أرغب في أن تحكي لي لوفر المزيد عنه. ولكن لدهشتي، وسروري (في نهاية الأمر)، لم تكن لوفر مهتمة كثيرًا بالإساءة لوارنر. كان اهتمامها الفعلي بجعلي أفهم جزءًا مختلفًا من القصة لم يرد ذكره في الأنباء كثيرًا.

فهذه لم تكن مجرد قصة شركة إنتاج وسائط كبرى شريرة. بل كانت أيضًا قصة شركة تتعلم شيئًا عن العصر الرقمي. وبقدر ما كانت لوفر فخورة عن حق بالحركة التي تزعمتها، كانت فخورة أيضًا بالأسلوب الذي اتبعته لإفهام وارنر طبيعة القرن الحادي والعشرين. فقالت لي: «لقد قدمنا لهم دروسًا كثيرة فيما يتعلق بالموضع الذي سيتخذ فيه الجمهور موقفًا وعن حجم الهراء الذي سوف نكون مستعدين لتحمله قبل أن نبدأ في رد الهجوم.» وأهم شيء أنها دفعت وارنر لكي تفهم أن جمهور المحبين ليسوا عبئًا عليها. وشرحت لي ذلك قائلة: «صارت وارنر براذرز [مع الوقت] تدرك ذلك ... تدرك أن «هؤلاء الناس يمولون امتيازنا من مصروف جيبهم. وعلينا أن نخشى من تشهيرهم بنا».» لقد كان جمهور المعجبين «جزءًا من ميزانية تسويقك أنت لست مضطرًّا لسدادها.»

أكد مارك براندون، الذي صار الآن نائبًا لرئيس شركة وارنر — وكان هو الشخص الذي استدعي للتعامل مع المشكلة — على قصة لوفر. لقد شاهد التاريخ من وجهة نظر تتفق كثيرًا مع وجهة نظرها. وقد أخبرني براندون أن الشركة في البداية «آثرت السلامة. لماذا لا نقوم بما كنا نقوم به دومًا مع علاماتنا التجارية، ونتبع أسلوب حماية أكثر إنسانية قدر الإمكان؟» وكانت لوفر هي الإجابة على ذلك السؤال: لقد بينت لهم السبب. وكان براندون سريعًا في الإقرار بأن «هناك بعض الأخطاء التي ارتكبت.»

وبمنتهى السرعة دفع براندون وارنر نحو اتباع «أسلوب عملي أكثر من هذا». فقال: «هناك تحليل قانوني يتم، غير أنه لم يكن أساس النقاش عندما ظهر هذا الأمر. كان هذا النقاش أقرب إلى بحث كيف يمكننا السماح للجماهير بالاستمتاع بممتلكات وارنر براذرز على الإنترنت، ومع ذلك [نواصل] حماية مصالحنا باعتبارنا شركة ومبدع مصنفات.»

وهكذا «خاض الاستوديو عملية اكتساب معرفة مشوقة» عن «كيفية التعامل بطريقة إنتاجية مع جماهير المعجبين.» وشرح براندون المسألة بقوله: «دفعت ردود الأفعال الآتية من مجتمع المعجبين [وارنر] إلى إعادة فحص منهجنا. ولم تَسِر العملية على صورةِ «حسنًا، دعونا نجلس وننظر إلى القانون ونتبين ما نحن بحاجة لعمله»، وإنما كانت بالفعل أقرب إلى «كيف نتعامل مع هذا الأمر بشكل عملي؟»»

وكان تعبير «بشكل عملي» معناه اتخاذ قرار بنوع الاستخدامات التي كانت وارنر في حاجة إلى السيطرة عليها، وأيها لا تحتاج لذلك. ولم يكن هذا المسار عملية فصل صارمة بين ما هو تجاري وما هو غير تجاري. فمن الواضح أن الإباحية وانتهاك

الأطفال خارج هذا الأمر، سواء كان الأمر تجاريًّا أم لا. غير أنه كان هناك المزيد. «كان اهتمامنا الرئيسي بأخذ ممتلكات الشركة واستغلالها في أنشطة تجارية مباشرة، مثل خلق منتجات استهلاكية تقوم على [ممتلكاتنا في هاري بوتر] ... لكنَّ هناك أنماطًا أخرى من الاستخدامات التجارية التي ... قررنا أنه في استطاعتنا التعايش معها ... وكان من بين تلك اللافتات الإعلانية والبرامج المنسوبة إليها.»

كان هذا هو أيضًا فهم لوفر للاتفاق العادل:

> حسنًا، من الواضح أن ثمة حدًّا يتمثل فيما إذا كنتم تحاولون، أم لا، جني المال من وراء حق الامتياز الذي يملكه شخص آخر. هذا هو أهم شيء؛ لأنني ما زلت أكنُّ الاحترام لحق وارنر براذرز في أن تقول: «مهلًا، لا يمكنكم جني المال من وراء شيء صنعناه نحن ونملك الحق فيه.» إذن، هذا واحد من أكبر الأشياء التي دائمًا ما نقولها لأطفالنا؛ وهي أنه لا يمكنك أن تنشئ موقعًا لهاري بوتر ثم تشرع في إرباك الجمهور وتحاول حثهم على دفع المال؛ فجني المال من ورائه مرفوض رفضًا باتًّا.

غير أن جزءًا من رسالة لوفر لوارنر كان مؤداه أن الجماهير كانت تقف حيث يوجد المال. ومن قبيل المفارقة أن عاقبة هذه القرصنة (أو ما اعتبرها المحامون كذلك) كانت مزيدًا من المال جناه «الضحية». إذن بينما كان «جني المال من وراء [وارنر] مرفوضًا رفضًا باتًّا» بالنسبة للجمهور، فإنه لم يكن كذلك لوارنر. وفي الواقع قدمت هذه الحجة لوارنر لتبرير لمَ عليهم أن يتحلوا بالاستنارة.

لم يكن براندون ممثل وارنر متحمسًا لوضع الأمر في هذا الإطار تحديدًا وهو يتحدث معي. لقد كان يؤمن، مثلما كانت لوفر تؤمن، بأن «وارنر براذرز وصلت إلى موضع شديد الإيجابية ومفيد للطرفين، فهو ليس مفيدًا للشركة وحسب وإنما للقاعدة الجماهيرية كذلك.» ولكنني عندما حثثته للتفكير في النفع الذي حصلت عليه الشركة — عندما وصفته له بأنه عبارة عن مزيد من الربح للشركة — قال مترددًا:

> أعتقد أننا سنحصل، كناتج ثانوي، بالتأكيد على ميزة تعود على كل من الجمهور والشركة معًا، وأظن أن هذا هو ما يهم وارنر براذرز. فالمصلحة التجارية ليست كل شيء. ليس مبدؤنا هو «حسنًا، دعونا نستغل جمهور

المعجبين بحيث يمكننا أن نضمن تحقيق أموال وفيرة»، ليس هذا هو الهدف رقم واحد للشركة.

لم أعلق على حديثه، غير أن التردد كان سافرًا. ما هو ذلك الشيء الآخر الذي يفترض أن وارنر تسعى لعمله غير «جني المال الوفير»؟ بالتأكيد، ينبغي عليها أن تفعل ذلك بأسلوب لا يستفز مؤلفيها ولا جمهورها. ولكن معنى هذا أن نقول إنه ينبغي عليها أن «تجني المال الوفير» على المدى البعيد. إن عدم استعدادها حتى للإقرار بما لا بد، ولو عند مستوًى ما، أن يكون صحيحًا؛ يكشف إما عن حس تسويقي حريص أو عن قلق تجاه المستقبل. لقد ساعد براندون على بناء هجين وسائطي، لكنه لم يتوصل بعد تمامًا لما يمكن أن يعنيه ذلك بالنسبة للشركة.

لقد تعلمت الشركة أن الإقلال من التشدد تجاه ممتلكاتها الفكرية عمل على تقوية ولاء الجمهور للعلامة التجارية، ومن ثم، العودة إلى فنانيها. ومرة أخرى، لو كان هذا صحيحًا، فإنه بالطبع على وارنر أن تكون أقل تشددًا تجاه ملكيتها الفكرية. وعلينا جميعًا أن نكون سعداء لهذا؛ لأن: (أ) فناني وارنر يحققون المزيد من النجاح، و(ب) حقوق الملكية الفكرية سوف تكون أقل تشددًا. أو لنقلها بصورة أقرب للدقة؛ لأن حقوق الملكية الفكرية ليست مقيدة بأساليب تحد من حرية الأطفال الذين لن يحققوا أي نفع من وراء فناني وارنر. فالمزيد من الحرية أمر طيب، لا سيما عندما يكون تقليص الحرية غير مفيد لأي طرف.

غير أن الناس سوف يقاومون الفكرة، بقولهم إن هناك شيئًا ما غير لائق في «استغلال» وارنر للأطفال. لكنني لا أرى الأمر على هذا النحو. إن «استغلال» وارنر يعني منح الأطفال مزيدًا من الحرية تفوق ما كانوا يتمتعون به من قبل بدونه، في ظل الحقوق التي يمنحها القانون لوارنر. وربما تكون لديك اعتراضات على مساحة الحقوق التي يمنحها القانون لوارنر. وهذه حجة عادلة يمكن أن تثار أمام الكونجرس، غير أنها ليست حجة عادلة ضد وارنر. فوارنر تتنازل عن حقوق منحت لها. وبسبب آرائي في الشركات المساهمة (الرجعية ربما)، آمل أن تقوم بذلك؛ لأنه يساعدها على جني المال. وبسبب آرائي في مسألة الشفافية (الرجعية ربما)، آمل أن نتمكن من كيل المديح لها لقيامها بما تفعله للسبب الحقيقي الذي يدفعها له.

يأتي مع تلك الحرية (الممنوحة للجمهور) فقدان للسيطرة (من قبل الشركة). سوف تشجع الحرية على التعرض بصورة أوسع للمصنف الأصلي. غير أنه على حد قول جنكنز: «سوف تهدد كذلك قدرة المنتج على التحكم في رد الفعل الجماهيري.»[46]

ويوضح تابسكوت وويليامز تلك النقطة بصورة أكثر تعميمًا:

> لدينا إذن معضلة «المحترف/المستهلك»: فالشركة التي تمنح عملاءها حرية التعدي على حقوقها تغامر بتخريب نموذجها التجاري وفقدان السيطرة على منصتها. والشركة التي تقاوم عملاءها تضحي بسمعتها وتحرم نفسها من مصدر ثمين من مصادر الابتكار المتوقعة.[47]

غير أنه في الوقت نفسه، تدرك شركات الوسائط، وكذا شركات الأعمال بشكل عام، أن وجود روابط أوثق مع الجمهور هو مفتاح تحقيق الأرباح في حقبة الاقتصاد الهجين. وعلى حد قول جنكنز: «بدلًا من الحديث عن منتجي الوسائط ومستهلكيها وكأنهم يلعبون أدوارًا منفصلة بعضها عن بعض، علينا الآن أن ننظر إليهم باعتبارهم شركاء مساهمين، يتفاعلون معًا وفق مجموعة جديدة من المبادئ التي لا يفهمها أيٌّ منا فهمًا كاملًا.»[48] والفنانون الذين يفهمون تلك الحقيقة يبنون بذلك «علاقة أكثر تعاونًا مع مستهلكيهم.»[49] و«في المستقبل» حسب زعم جنكنز، مقتبسًا قول عالم الأنثروبولوجيا الثقافية جرانت ماكراكن، «ينبغي على منتجي الوسائط أن يستوعبوا مطالبات المستهلك بالمشاركة، وإلا فإنهم يخاطرون بفقدان أنشط المستهلكين وأكثرهم حماسًا، وبتحول هؤلاء المستهلكين إلى الاهتمام بوسائط أخرى تعاملهم بقدر أكبر من التسامح.»[50]

وهاري بوتر، بطبيعة الحال، ليس المثال الوحيد على مغادرة هوليوود للقرن العشرين. فمن الناحية العملية، كل صاحب امتياز رئيسي لمحتوى ما بات يتوصل إلى فهم لقيمة مجتمع المعجبين الذين يعملون (مجانًا) على ترويج محتواهم. والمثال الذي أفضله شخصيًّا جمهور عشاق مسلسل «لوست» (المفقودون). فهذا المسلسل حاليًّا في موسمه الرابع، لكنه صار بالفعل «نموذجًا لعصر جديد من الوسائط» على حد تعبير لوس أنجلوس تايمز.[51] لقد شجع المسلسل مجموعة واسعة من مواقع الجماهير التي لا تخضع لأية لوائح تنظيمية، بما فيها «لوستبيديا» والعديد من المواقع الأخرى على ويكيا، علاوة على عشرين منصة أخرى يمكن الدخول على محتواها وتشاركه مع الغير. وتساعد تلك المواقع المشاهدين على فهم أحداث المسلسل ومتابعته. وهي تمنح الجمهور

مكانًا لاستكشاف تفاصيل أحداث المسلسل وإضافة المزيد من الفهم لتلك التفاصيل التي قد تكون غامضة. ومن خلال حرية تعاملهم مع المحتوى، يمكن لمنتجي لوست ديمون ليندیلوف وكارلتون كيوز تجنب «قلقهم الأعظم»؛ وهو: «خسارة المشاهدين الذين تفوتهم إحدى الحلقات فلا يعاودون متابعة المسلسل؛ لأنهم يخشون من «حرق» ما فاتهم من أحداث عن طريق الفلاش باك، أو أن تفوتهم حبكات المسلسل وتحولاته المعقدة.» [52]

وهكذا، تستخدم إيه بي سي اقتصادًا تشاركيًّا لتوجيه الاهتمام والأنظار نحو منتج تجاري. فكم يبلغ طول المدة التي يمكن لهذا النموذج أن يستديم خلالها، لا أحد يعلم. وعلى حد قول ليندیلوف: «إننا نستكشف جبهة جديدة ها هنا ... إذن الأفضل أن نرى كنهها أولًا، بدلًا من أن يسير الجميع نحو ماكينة النقد ويقول: «ادفع لي، وبعدها سوف نستكشف الأمر».» [53]

(٢-٣) النوع الثالث: المجتمعات

لقد وصفت الفضاءات المجتمعية والفضاءات التعاونية، قاصدًا بكلمة «فضاءات» التخفيف قليلًا من وقع الكلمات الأخرى الكبيرة. فمن الممكن أن يطلق المرء على دوجستر كلمة مجتمع؛ فهو بمفهوم ما يعد كذلك فعلًا. لكن نطاق الحياة التي يعيشها المرء في دوجستر أضيق كثيرًا (حسبما آمل) من نطاق الحياة في المجتمع التقليدي.

إلا أنه توجد فضاءات على الإنترنت تتطلع لأن تكون أكثر من مجرد فضاءات مجتمعية. والبعض من تلك الفضاءات تستحق بالفعل لقب «مجتمع» بدون أية قيود على الكلمة. بالنسبة للمنتمين لأجيال سابقة، لعل أول تلك الفضاءات (وربما كان أفضلها) مجتمع يسمى «البئر». ولكن بالنسبة للجيل الذي يعرف النت الآن، فإن أكثر الأمثلة تشويقًا على المجتمعات الهجينة تلك الفضاءات الافتراضية مثل «الحياة الثانية».

الحياة الثانية

انظر للحياة الثانية باعتبارها عالمًا تسافر إليه شخصية تبتكرها أنت. وبمجرد وجودها في هذا العالم تفعل تلك الشخصية أي شيء تقريبًا. الشخصية (أو سامحني، من الأفضل أن نسميها «أنت») يمكنها أن ترتبط بآخرين. اشتر بعض الملابس الفاخرة على الموضة،

ابتكر نوعًا جديدًا من الدراجات النارية، اشترِ قطعة أرض لبناء منزل، ازرع زهورًا؛ بصفة أساسية، أي شيء يمكنك أن تفعله في حياة الواقع، يمكنك عمله في الحياة الثانية، طالما أنك تجعل كلمة «افتراضي» ملتصقة بكثير مما تفعله. يمكنك أن تجري حوارًا طويلًا مع شخص ما التقيته في مسبح ساونا افتراضي، ويمكنك استكشاف العوالم الافتراضية الاستثنائية التي بناها آخرون، ويمكنك بناء عالمٍ افتراضي استثنائي يستكشفه آخرون.

بطبيعة الحال، لا يوجد شيء في العوالم الافتراضية يجعل الناس أكثر تحليًا بالفضيلة؛ إذن علاوة على كل تلك الأشياء التي يمكن أن نتباهى بها فنحكيها لآبائنا (أو حكاها لنا أطفالنا وهم سعداء)، هناك الكثير مما يحدث في الحياة الثانية لا يمكننا مطلقًا أن نحكيه لأي أحد، أو ربما نرغب في أن أطفالنا لا يفعلوه أبدًا. «الجنس» هو المصطلح المنظِّم لتلك المجموعة من الأشياء، وبالحياة الثانية الكثير من الجنس الافتراضي، بعضه قد لا تكون لديك مشكلة معه؛ إذا نظرت للأمر من زاوية أن المشاركين هنا من الكبار الافتراضيين المتراضين. لكن قد يكون لديك اعتراض إذا نظرت إليهم بوصفهم مجموعة من الزناة الافتراضيين. ومن هذا النشاط الجنسي ما قد تتساءل إن كنت ستصادف أية مشكلة معه أم لا: هل ستكون أسعد حالًا إذا كان ابنك يخوض هذه التجربة في الفضاء الواقعي؟ وهل كنت ستكون أسعد حالًا لو أن زوجتك التقت شخصًا ما في أحد المسابح العامة؟ بالتأكيد، الجانب الافتراضي يخلق ويلبي الاحتياجات معًا. وربما بدون الحياة الثانية، ما كانت زوجتك لتفكر في الأمر على الإطلاق.

إن تجمع عدد من الأشخاص ممن يفعلون ما يريدون لا يخلق من تلقاء نفسه اقتصادًا تشاركيًّا؛ تمامًا مثلما لا يمثل ركاب طائرة إيرباص ٣١٠ اقتصادًا تشاركيًّا؛ لأنهم ببساطة يقضون ساعات طويلة وهم مسافرون معًا إلى كندا. فالحياة الثانية، مثل فيجاس، تمنح الناس الفرصة كي يفعلوا شيئًا يريدون فعله. ويقضي الناس مئات الساعات وهم يفعلون ذلك. غير أن كثيرًا من الأشياء التي يفعلها أعضاء الحياة الثانية تبني قيمة لهذه الحياة. بَنت شركة ليندن لاب الحياة الثانية «كي تكون «منتجًا» يدعو العملاء ويمكنهم من التعاون وإضافة القيمة على نطاق هائل.»[54] ويقوم الأعضاء بهذا بعضهم مع بعض (بصفة رئيسية) مجانًا؛ وناتج ما يفعلونه مجانًا هو عالم افتراضي أكثر ثراءً وتشويقًا تستطيع ليندن لاب أن تبيع العضوية الخاصة به.

يمكننا قياس المجتمع هنا برسم خريطة لنطاق السلع العامة (أي السلع التي يتشارك فيها جميع أفراد المجتمع) والتي ينشئها أفراد المجتمع.

أولًا: يسهم أعضاء الحياة الثانية بالخير والمعونة. فهناك نسبة مئوية لا بأس بها من أعضاء الموقع يتسكعون محاولين مساعدة الوافدين الجدد وهم يتعلمون التعامل مع الموقع. وعلى حسب شرح زعيم (أي مدير) موقع الحياة الثانية، فيليب روزدال، لي:

> الحياة الثانية بيئة مروعة لأنه، من الواضح، أنها شديدة الثراء بالإمكانيات. وهكذا، فإنك كمستخدم حديث العهد بها، لا بد أن تفزع منها، وأن يصيبك الارتباك أو خيبة الأمل في محاولاتك لعمل أي شيء تحاول عمله. وأعتقد أن ما خرج منها كان مشوقًا للغاية.[55]

ويكمل قائلًا:

> بمجرد أن تتبين الكيفية التي تعمل بواسطتها الحياة الثانية، فإن ما يحدث غالبًا أنك تمتلك نوعًا من العملات التي يمكنك منحها مجانًا، وهي نصيحتك وشرحك لأسلوب عمل الأشياء. وأظن أن هذا السلوك مهيمن للغاية. إنه لمن دواعي السرور أن تخبر شخصًا مستجدًّا عما يمكنه أن يفعله، وهم يجنون الكثير جدًّا من وراء هذا أيضًا، ويكونون في غاية الامتنان وبعدها يكون لديك ذلك الـ ...، لا أعلم ... أعتقد أن هناك استمتاعًا طبيعيًّا نشعر به كبشر عندما نكون قادرين على مساعدة شخص آخر، بحيث تصير الفكرة العامة المتمثلة في مساعدة بعضنا بعضًا في البيئة المحيطة أمرًا بالغ القوة. وأنت ترى، في أيامنا هذه، حالات عديدة من تلك تحدث بأسلوب ... ليس، حسب اعتقادي، عقلانيًّا من الناحية الاقتصادية على المقياس النفعي.

إذن هل يعني ذلك أن الحياة الثانية شُيِّدت لكي تخلق هذا النوع من المجتمعات؟ قال روزدال بشيء من التسليم: «لا، لا أعتقد أننا حاولنا صراحةً جعل الأمور عويصة في الحياة الثانية. أعتقد أننا سعينا بالمصادفة للقيام بذلك بصورة متقنة.»

ثانيًا: إن أعضاء الحياة الثانية يسهمون بهبة الجمال. فمثل قاطني حي راقٍ، يقضي أعضاء موقع الحياة الثانية ساعات لا حصر لها يجملون في ممتلكاتهم. ليس فقط لجعلها قابلة للبيع، وإنما أيضًا لجعل الحي أكثر جاذبية. إنهم يبنون تصميمات جديدة؛ وهم يضيفون ملصقات أو صورًا ملونة؛ وينحتون الحدائق، أو المتنزهات حيث يلتقي الناس سويًّا.

ثالثًا: إن أعضاء الحياة الثانية يساهمون بكتابة برمجيات. ووفق ما صرحت به الشركة، يكتب حوالي ١٥٪ «سيناريوهات» في الحياة الثانية؛ أي ذلك البرنامج الذي يبني الأشياء أو الأماكن التي يشاهدها آخرون. وهناك نسبة لا بأس بها من كتَّاب البرامج هؤلاء — على الأقل ٣٠٪ منهم — يجعلون برنامجهم مجانيًّا كي يستفيد به آخرون.

رابعًا: إن أعضاء الحياة الثانية أنشئوا مؤسسات لتجعل الحياة الثانية تعمل بصورة أفضل. فأحد الأعضاء، وهو زارف فانتونجيرلو، قرر أن الحياة الثانية في حاجة إلى أسلوب للتصديق على التصريحات أو الوعود (مثلما هو الحال في التعاقدات). وباستعمال تكنولوجيا التشفير، شيد زارف شهرًا عقاريًّا («ملحوظة» في أرض تسمى «ثايريس»). فعندما يوقع شخص ما على الوثيقة، تضيف «الملحوظة» توقيعًا مشفرًا يؤكد على أن توقيع الطرف صحيح، وأن النص المذكور بالمستند لم يتبدل منذ تاريخ التوقيع. والبرنامج مفتوح المصدر، ويستخدم طرقًا مفتوحة المصدر في التشفير (وهو ما يوفر سبيلًا للناس كي يثقوا بأن البرنامج ينفذ بالفعل ما يعد بتنفيذه). ومن ثم فإن البرنامج يضفي قليلًا من الثقة على المنظومة، أو على حد تعبير زارف، «خطوة صغيرة» نحو حوكمة أفضل.[56]

وأخيرًا: يناضل أعضاء الحياة الثانية من خلال سلوكيات الحكم الذاتي. ومدينة نويألتنبرج (ومعناها الحرفي بالألمانية: القلعة – القديمة – الجديدة) مثال على ذلك. تصف نويألتنبرج نفسها بأنها «مجتمع ذاتي الحكم فريد من نوعه، هدفه هو: (١) تمكين الملكية الجماعية للأراضي العامة والخاصة العالية الجودة، و(٢) إنشاء مجتمع ذي فكر وإن كان منفتحًا على الآخرين ذا بنًى فريدة في نوعها، و(٣) تنفيذ أشكال ديمقراطية من الحكم الذاتي داخل الحياة الثانية.»[57]

«ومن خلال خليط من المعمار والثقافة والقانون والسياسة؛ تبني المدينة هذا المجتمع. وعلى النقيض من معظم مساحات الحياة الثانية، يشبه تصميم نويألتنبرج مدينة بافارية تنتمي إلى العصور الوسطى؛ فهي متسعة الأرجاء، عضوية، غير مستطيلة الشكل. صممت المدينة كي تكون «رابطة تهدف للتجريب الاجتماعي التقدمي ... تضم الفن الحديث ... التنظيمات السياسية ... والتربية.» وكانت المدينة أول «جمهورية ديمقراطية» تبنى داخل الحياة الثانية. إنَّ بها أراضيَ تعاونيةً غير هادفة للربح؛ وقد قدمت أول «سندات استثمارية واضحة المعالم»؛ وكانت صاحبة الدستور الأول والوحيد

بالحياة الثانية. وعلاوة على ذلك، تقدم الحكومة صكوكًا ومواثيق ملكية واضحة التحديد وملزمة، ومنظومة قانونية عالمية افتراضية.

تلك هي جميع صنوف الأشياء التي يقوم بها أفراد أي مجتمع. فجميعهم ينشئ نوعًا من القيمة يشترك فيها أناس أكثر من المبدع نفسه. وكما هو الحال مع أي مجتمع، كلما شارك الناس أكثر، ورأوا الآخرين يشاركون، شعر الجميع بالثراء. والحقيقة أنه بالنسبة لكثيرين، يتجاوز ثراء الحياة التي يعرفونها في الحياة الثانية ثراء الحياة التي يمكن أن يعيشوها في حياة الواقع. وحسب التقرير الذي أفادت به شيري تيركل نقلًا عن أحد المستخدمين لعالم مختلف، وإن كان ذا صلة منذ أكثر من عشر سنوات:

> لقد شققت عقلي إلى نصفين. إنني أتحسن في هذا الأمر. أستطيع أن أرى نفسي شخصين أو ثلاثة أو أكثر. وإنني فقط أشغل جزءًا من عقلي ثم أشغل الآخر عندما أتجه من نافذة إلى أخرى. إنني داخل نوع من الجدال في إحدى النوافذ وأحاول أن أتعرف إلى فتاة في حوار متعدد الأطراف في نافذة أخرى، وهناك نافذة أخرى ربما تشغل برنامج كشوف للرواتب أو شيء فني آخر لصالح المدرسة ... وبعدها سوف أتسلم رسالة تصلني في التوقيت الحقيقي [تومض على الشاشة بمجرد أن يرسلها مستخدم آخر للمنظومة]، وأظن أن هذه هي الحياة الواقعية. إنها مجرد نافذة أخرى إضافية ... ولكنها ليست عادةً أفضل نافذة.[58]

الحياة الثانية ليست بالطبع المكان الافتراضي الوحيد الذي يبني فيه الناس هذا النوع من المجتمعات. الكثير من أكثر الألعاب الإلكترونية تشويقًا (وربما معظمها) تملك ذلك المكون بداخلها. يصف رائد الأعمال والمستثمر الياباني المغامر جوي إيتو مجتمعًا ما يمكن أن يعد أشهر لعبة على الإنترنت، وورلد أوف وور كرافت: «[اللعبة] تشدد على ضرورة تكوين مجموعة. فأنت كفرد تدرك أن السبيل الوحيد الذي يمكنك من خلاله تكوين مجموعة أن تتشارك مع الغير وأن تكون ودودًا.» هذا درس مستفاد ومهم خاصة للأطفال:

> إذن في كثير من الأحيان عندما يبدأ الأطفال الصغار في لعب وورلد أوف وور كرافت، يكونون في البداية في غاية الجشع. إنهم ينظرون إليها باعتبارها لعبة ولا ينظرون إلى هؤلاء الآخرين الذين بداخل اللعبة على أنهم أشخاص

> حقيقيون. وسوف يرتكبون أمرًا ينم عن الغباء وسط إحدى الغارات، أو يتركون اللعبة ويغادرونها دون أن ينطقوا بكلمة، أو يفعلون شيئًا ينم عن وقاحة، وهكذا ... يدركون أنهم سرعان ما سيفقدون مجتمعهم. وبمجرد أن تفقد مجتمعك، تصير عاجزًا بعد ذلك عن التقدم بطريقة صحيحة، بل وحتى أن تضع قدمك في سراديب معينة وأشياء من هذا القبيل دون أن تتبع النوع الصحيح من التفاعل ... أي بدون جماعة.

اللعبة إذن «تدفعكم نحو مساعدة بعضكم بعضًا ... إن من الصعوبة بمكان أن تلعبها وحدك، وحين تكون ودودًا مع الناس وتكتسب صداقتهم فستثاب على ذلك.» إن التصميم يزيد من تماسك المجتمع كوسيلة لتطوير ممارسة اللعبة.

حول تلك الاقتصادات التشاركية، تبني شركات من أمثال الحياة الثانية أعمالها. وهكذا يسعون نحو استخلاص أرباح من وراء مشاركة الآخرين. ومن جديد، في رأيي المتواضع الذي يبدو للبعض وكأنه ينتمي لعصر الإنسان الأول، يجب كيل المديح لذلك السعي وراء الربح. وبطبيعة الحال، يجب على الجميع أن يفهم بالضبط ما الذي يحدث؛ فالشفافية أمر جوهري. ولكن في ضوء هذا الفهم، فإن نجاح الشركة معناه فرصة أعظم لتلاحم أعضاء المجتمع. ربما كانت هناك بعض الخلافات حول الشروط: هل يجب أن تكون أرخص سعرًا؟ هل على الشركة أن تصنع المزيد منها؟ غير أن بنيان الاتفاق ليس غامضًا. وسوف تجني ليندن لاب، إذا نجحت، المال عن طريق منح أعضائها ما يريدونه بالضبط: أكثر من مجرد خدمة؛ خبرة تقدم على الأقل بعض المكافآت التي يقدمها أي اقتصاد تشاركي.

حتى الآن، اقتصر وصف هذا الهجين عند طبقة المحتوى من الحياة الثانية. في عام ٢٠٠٧ خطت ليندن لاب خطوة أخرى على المسار الهجين، وذلك عن طريق جعل العميل الذي عن طريقه يتفاعل المرء مع الحياة الثانية «مفتوح المصدر». فقد وضع كود برنامج الحاسب الخاص بالعميل تحت مظلة رخصة البرمجيات العمومية التي تصدرها مؤسسة البرمجيات المجانية، بما يعني أن المصدر كان متاحًا لأي شخص كي يجرب فيه، وذلك بشرط أن التعديلات التي تتم على المصدر عندما توزع فإنها توزع بحرية هي أيضًا.

إن دوافع روزدال نحو هذا التغيير متباينة. فمن ناحية هناك إيمانه بشركته، وإيمانه أنها يجب أن تنمو بأسرع ما يمكن. إن الحياة الثانية تجعل الناس أفضل حالًا؛ ومن ثم يجب على الحياة الثانية أن تنمو بأسرع ما يمكنها:

> وقد بدا أنه إذا كانت رسالتك كشركة أن تنمو بأسرع ما يمكنك، وهو أقرب ما يكون لرسالتنا — ليس فقط من منظور «جني المال» لكن فعليًّا، حسبما أعتقد، من المنظور الذي تحدثت عنه في مدونتنا كثيرًا — فإننا نؤمن عمومًا بأن هذه قوة من أجل الخير. إنه مع استخدام الناس للحياة الثانية يكون هذا محسِّنًا إحصائيًّا في جودة حياة المرء. وإذا كان هذا صحيحًا، فإن علينا أن نتيح لها النمو بالسرعة التي يريدها الناس، وعلينا أن ننتقد أنفسنا إذا جاءت لحظة نبلغ فيها بعائداتنا أقصى حد على حساب النمو، أو نحافظ على قدر من السيطرة إذا تخلينا عنها سوف نجعل هذا الشيء ينمو أسرع. وهكذا اتخذنا القرار بتحرير المصدر.

والأمر الثاني: أن القرار كان موجهًا من خلال إدراك مقدار القيمة التي يمكن لليندن لاب أن تحققها من وراء مجتمعها:

> وهكذا، مضينا قدمًا ووضعنا القطع في أماكنها، غير أن إيماننا الجوهري — ولم نكن في ذلك الوقت نملك سوى ما يقرب من ثلاثين مطورًا رئيسيًّا — كان أن هناك المئات، إن لم يكن الآلاف، من الأشخاص المستعدين للمساهمة بأوقاتهم في التطوير، وأنه من ثم سيكون مخالفًا لمبادئنا ألا نسمح لهم بالقيام بذلك. هذا هو ما كنا نسعى لعمله. والنتائج الأولى، ولعلك تعرفها، إيجابية للغاية. إننا نحصل على رقع من الأكواد كل يوم كي نضمها إلى البرنامج ... لا أظن أنه كان لدينا وقت كافٍ قبل موعد إطلاق كود المصدر لكي نحدد عدد المطورين الإضافيين الذين انضموا فعلًا، غير أنهم كانوا بالفعل عددًا لا بأس به.

إذن في نهاية الأمر، كان لا بد للحياة الثانية أن تتنازل عن حقوق التأليف والنشر لصالح الإبداع الذي هو صفة أصيلة في اللعبة، وكان لزامًا عليها أن تفتح الباب أمام العميل والحاسبات الخادمة نحو التشارك المجاني في مشروع برمجيات مرخص

باستعمالها لعموم الجمهور. بإيجاز، كان لا بد من أخذ كل أصولها وتحريرها للمجتمع. ومن تلك الهبات، فإنها تتوقع أن تحفز إبداعًا سوف يجعل المنصة ذات قيمة غير عادية.

مر حوالي سبعة عشر عامًا منذ صارت الشبكة العنكبوتية العالمية أكثر من مجرد حلم لتيم بيرنرز لي. وبينما هي تنساب داخل عروقنا، غيرت الأسلوب الذي نتعامل به بعضنا مع بعض. ازدادت أعداد من يقومون بأشياء من أجل غيرهم، حتى وإن كانوا يقومون بها للتسلية. وازدادت أعداد الشركات التي تبحث عن سبل لعمل الأشياء من أجلنا؛ لأن أداء الأشياء على هذا النحو أكثر ربحية لها. وزاد عدد من يجربون طرقًا لبناء القيمة عن طريق التعاون مع مجتمع ما، إن الاقتصادات التجارية تستفيد من الاقتصادات التشاركية في إنتاج الهجائن.

ما الذي دفع الشركات نحو خوض تجربة الاقتصاد الهجين؟ الإجابة هي نفسها لا تتغير، في نطاق الأسواق التنافسية على الأقل وهي: تقدير قيمة النجاح. فالشركات تعتبر النموذج الهجين نموذجًا للنجاح، وليس تهديدًا للربح. ويلخص تابسكوت وويليامز الدرس للشركات التي تبني هجينًا يتفق مع مبادئ «اقتصادات الويكي» (الانفتاح، والندية، والتشارك، والعمل على نطاق عالمي):[59]

> ما الفارق الذي كان [بين شركة ناجحة وأخرى غير ذلك]؟ لقد أطلق الفاشلون مواقع إنترنت، وأطلق الرابحون مجتمعات نابضة بالحياة. بنى الفاشلون حدائق مسورة، وبنى الرابحون ميادين عامة. انغلق الفاشلون على أنفسهم في عملية الابتكار، وابتكر الرابحون بالاشتراك مع مستخدميهم. وحمى الفاشلون بياناتهم وواجهات برمجياتهم مثل الزوج الذي يغار على زوجته، أما الرابحون فقد شاركوا فيها الجميع.[60]

النموذج الهجين يدفع الآخرين نحو الابتكار بأساليب تفيد الشركة. ويقتبس تابسكوت وويليامز مقولة لتانتك شيليك صاحب تكنوراتي: «يتلخص الأمر في مسألة محدودية الوقت، ومحدودية الإبداع. فمهما كانت درجة الذكاء التي تتمتع بها، ومهما كان مقدار المشقة التي تبذلها، حتى لو كنتم ثلاثة أو أربعة أشخاص في شركة ناشئة، أو حتى شركة صغيرة يعمل فيها ثلاثون فردًا، فلن يكون بالإمكان سوى الخروج بعدد محدود من الأفكار الرائعة.»[61]

إن الاعتراف بالأمر ليس كافيًا وحده؛ إذ تبقى مشكلة عويصة؛ ألا وهي بناء المجتمع الذي سيدعم الكيان الهجين. إذن كيف يُبنى المجتمع؟

والإجابة هي: بشكل صريح ومباشر. قال جيري يانج: «عليك أن تضع التصميم وفي ذهنك المجتمع، وهذا أمر يصعب تنفيذه ... عندما نفكر فيه بعد أن تم ... يجب أن يكون المجتمع جزءًا من المنتج.»

غير أن المجتمعات لا تنفخ فيها الروح بهذه البساطة. بل ظهرت المجتمعات إلى الوجود من خلال مراحل عدة. ظهر العنصران الأوليان، حسبما أخبرني يانج، عندما «خلق المستخدمون المحتوى، ووزع المستخدمون ذلك المحتوى.» غير أن هذا وحده لم يكن كافيًا لاستدامة المجتمع. فحسب قول يانج: «إن الأمر المصيري فعلًا كي تستديم المجتمعات، أن تكون المجتمعات ذاتها أشبه بالمحررين؛ سواء على مستوى الجودة أو حتى يستمر المجتمع محافظًا على هويته.» هذان الأمران معًا معناهما أن المجتمع كان يمثل ما هو أكثر من محطة للحافلات (أي مكان ملائم للناس كي يتوقفوا فيه أثناء رحلتهم للقيام بأشياء يودون القيام بها). وإنما كان مكانًا يشعر فيه الناس بنوع من التملك. وكان معنى ذلك الفخر بالتملك أنهم اتخذوا خطوات نحو تحسين ما وجدوه.

لكن التحدي الحقيقي يأتي الآن مع بدء تقديم تلك المجتمعات المتواصلة على الإنترنت في تقديم المزيد. فعلى حد تعبير يانج: «يبدأ الناس فعليًّا في وضع العنصر الاقتصادي في الحسبان ... [إنهم] يبدءون في جني المال من وراء هذا المجتمع، سواء كان من خلال طبع تقاويم العام أو عمل ألبومات أو أيًّا كان.»

أما عن كيفية صنع ذلك بشكل طيب فهو شيء لم يره يانج حتى الآن بصورة مكتملة: «الأمر ليس علمًا بحتًا ... فلا يزال هناك الكثير من الفن فيه»:

> كما تعلم، سوف يمنحك المجتمع نطاق عمل معين لتيسير تكوين نشاط تجاري، غير أن عليهم في نهاية الأمر أن يشعروا أنهم هم من يشكلون جزءًا من الاقتصاد وليس أنت. إذن عليك أن تبحث عن سبيل لإيجاد توازن بين القيمة التي تضيفها أنت كمنصة للمجتمع وبين قدرة المجتمع على الاستفادة من الاقتصاد.

يقول يانج: «الهدف هو أن نجعل الناس يشعرون وكأنهم يحققون منافع اجتماعية حقيقية، وأن هناك منافعَ اقتصادية تعود عليهم من وراء الاستثمار في تلك المنصة.»

وفي تشبيه سوف نعود إليه في نهاية الكتاب، واصل يانج حديثه قائلًا: «الأمر لا يختلف كثيرًا عن حكومة تدفع لها تكاليف خدمات أساسية معينة. فإذا أنت أفرطت في فرض رسوم باهظة عليهم، فسيشعر الناس بأنهم مرهقون ضريبيًّا، وإذا لم تفرض رسومًا بقدر كافٍ فإنك لن توفر لهم ما يكفي من خدمات. إذن المسألة دومًا عبارة عن تصرف متوازن.»

إن القول بأن المجتمع مهم — أو من النواحي التي كنت أشير إليها، أن نقول إن «الاقتصاد التشاركي» مهم — من الواضح أنه لا يساوي القول بأن المجتمع كافٍ وحده. ولا معناه حتى القول بأنه من بين كل عوامل النجاح، يعد المجتمع أكثرها أهمية. وعلى حد تعبير شخص لعله أشهر ناشر على الإنترنت، وهو تيم أوريلي:

> إنك تحصل على دفعة الحماس المبدئية من أناس متعاطفين، يشكلون اللب الداخلي. وأنت تريد بناء منظومة تجعلهم أكثر حماسًا، وأن يصيروا مرتبطين بك، وأن يكون هذا الارتباط الشخصي بك وبما تفعله. ولكن لكي تمضي لما هو أبعد من ذلك، عليك أن تبني منظومة يساهم فيها الناس دون أن يعلموا ما يساهمون فيه. وهنا يكون مصدر القوة.[62]

حسب تعبير أوريلي، فإن أقدر بنيان معماري وأقوى مساهمة لا يعتمدان على الروح التطوعية:

> إنهما لا يعتمدان على أناس يشكلون صراحةً جزءًا من مجتمع أو يعلمون هوية من بالمجتمع ... الشبكة العنكبوتية تشبه ذلك. إنه ذلك البنيان المعماري العبقري الذي ينضم فيه كل شخص لموقعه الخاص، كلٌّ لأسباب خاصة به، ويرتبطون بالآخرين لأسباب تخص كلًّا منهم، ومع ذلك، هناك خلق لقيمة مشتركة.

ويشير أوريلي إلى يوتيوب كمثال على ذلك. إن نجاح موقع يوتيوب، حسب زعمه (متفق من جديد مع تشين)، لم يجئ من صيحات وهتافات نشطاء المجتمع. وإنما جاء نجاحه من كود حاسوبي رائع؛ فنجاح يوتيوب، حسبما شرح لي أوريلي:

> لم يكن بسبب اعتقاد [الناس] أنه موقع خفيف الدم، وإنما كان بسبب توصل يوتيوب للسبيل الأفضل لجعله موقعًا تنتشر عدواه سريعًا كالفيروسات. إن

هذه السمة تتمثل في جعله يخدم المصالح الخاصة للناس، بحيث يساهمون فيه دون أن يخطر ببالهم أنهم يساهمون. لقد قالت جوجل: «حمل مقطع الفيديو الذي لديك هنا ونحن سنستضيفه»، وقالت يوتيوب عن طريق مشغل الفيديو الخاص بها «فلاش»: «ضع هذا المقطع على موقعك وسنستضيفه في أي الأحوال.» وهكذا تجد نفسك تشارك الغير في الفيديو دون أن تتحمل أية تكاليف وبدون عناء.

وواصل حديثه قائلًا: «الناس لا يخطر ببالهم أنهم يتبرعون ليوتيوب. إن كل ما يفكرون فيه هو: «يا له من شيء رائع! إنني أحصل على خدمة مجانية من يوتيوب».»

إن النقطة التي أثارها أوريلي نقطة طيبة. إنها تعتمد اعتمادًا مباشرًا على فكرة بريكلين. إنك تخلق القيمة بمنح الناس ما يريدون؛ إنك تصنع الخير عن طريق تصميم ما تقدمه؛ بحيث إن من يحصلون على ما يريدون يمنحون هم أيضًا شيئًا بالمقابل للمجتمع. فلا أحد يبني الهجائن استنادًا على تضحية المجتمع وحدها. إن قيمتها تأتي من منح أفراد المجتمع ما يريدون بطريقة تمنح المجتمع في الوقت نفسه شيئًا يحتاج إليه. الجزء القديم من القصة أنه داخل سوق تنافسية، يأتي النجاح من تلبية احتياجات العملاء. أما الجديد في الأمر فهو أن ندرك وجود نطاق أوسع من الرغبات، البعض مدفوع بالحافز الذاتي، والبعض مدفوع بالحافز الغيري، والتقنية المستخدمة في هذا الأسلوب يمكنها أن تساعد على خدمتهم.

الفصل الثامن

دروس في الاقتصاد

عندما يتفاعل الاقتصادان التجاري والتشاركي معًا، ينتجان الاقتصاد الهجين. أما مسألة الحفاظ بنجاح على استدامة الهجين الناتج فهي أصعب. ونحن لم نشهد بعد ما يكفي للقول بأي استنتاج قاطع في هذا الصدد، لكننا شهدنا ما يكفي لوصف بعض الدروس والعبر المهمة.

(١) الاقتصادات المتوازية ممكنة

أبسط استنتاج، ولعله أهم استنتاج، هو أن الاقتصادات المتوازية أمر ممكن. إن العمل الذي يرخص له بنجاح في اقتصاد تجاري يمكن أيضًا إتاحته مجانًا في اقتصاد تشاركي. ولو لم يكن هذا صحيحًا، فلن تكون هناك صناعة تسجيلات تجارية على الإطلاق، فبرغم الحرب التي شنت على تبادل الملفات، فإنه من الناحية العملية كانت كل قطعة موسيقية متاحة تجاريًّا متاحة أيضًا بشكل غير شرعي على شبكات الند للند؛ ولم يُقطع سبيل هذا التشارك لا بالحرب التي شنتها صناعة التسجيلات، ولا عن طريق المحكمة العليا بإعلانها أن هذه الممارسة غير مشروعة.[1]

غير أنه برغم هذا التشارك الهائل، حسب الإحصائيات الخاصة بصناعة التسجيلات، فإن مبيعات الموسيقى انخفضت بنسبة ٢١٪.[2] ولو لم تكن الاقتصادات المتوازية ممكنة، لكانت تلك الواحد والعشرون قد صارت مائة في المائة.

الاقتصادات المتوازية التطوعية ممكنة أيضًا وغالبًا ما تكون مربحة. عندما اكتشفت شركات التسجيلات الكبرى الفنانين في موقع سي سي ميكستر ثم وقعت معهم اتفاقات أو عقودًا لعمل ألبومات، ظل العمل الذي كان الفنان يرخص استخدامه مجانًا مجانيًّا كما هو. والحقيقة أنه في بعض الأحيان، كانت نفس الأغنية تُرخَص لكل من الأغراض

التجارية وغير التجارية. وساعد ذلك النواحي التجارية. وسوف يحذو المزيد من الفنانين وشركات الأسطوانات في المستقبل هذا الحذو.

(٢) أدوات تساعد على توجيه المبدع نحو الاقتصاد الذي يبدع من أجله

أثناء مفاضلة المبدعين للاختيار من بين هذين النوعين من الاقتصاد، طورت السوق — متحررةً من التدخل الحكومي — أدوات توجههم نحو نوع الاقتصاد الذي ينوون أن يكونوا جزءًا منه. فعندما رغبوا في أن يكونوا جزءًا من الاقتصاد التجاري حصريًّا، ارتبطوا بممثليه التقليديين. تتحدث «الرابطة الأمريكية لصناعة التسجيلات»، على سبيل المثال، بشكل طيب عن أولئك الفنانين الراغبين في أن يوزع فنهم وفق قواعد السوق التجارية وحدها. عبارة «جميع الحقوق محفوظة» حظر مألوف. أما عبارة «لا تشارك» فهي شعار غير مألوف للأسف. ولكن عندما يرغب الفنانون في الإبداع من أجل اقتصاد تشاركي، فإنهم يستخدمون بصورة متزايدة لافتات تميزهم باعتبارهم أعضاء في هذا الاقتصاد. هناك أدوات مثل ترخيص المشاع الإبداعي «غير التجاري» تمكن الفنان من أن يقول «خذ عملي وشارك فيه غيرك مجانًا. دعه يكن جزءًا من اقتصاد تشاركي. لكنك إذا أردت أن تنقل هذا العمل إلى الاقتصاد التجاري، فإن عليك أن تطلب مني ذلك أولًا. وحسب العرض المطروح، قد أوافق وقد أرفض.»[3]

يشجع هذا النوع من الإشارات الآخرين على المساهمة في الاقتصاد التشاركي؛ مما يمنحهم الثقة في أن هديتهم لن تستغل في أغراض غير متسقة مع طبيعة الهدية. وهي بذلك تشجع هذا النوع من اقتصاد التهادي؛ لا عن طريق التقليل من شأن الاقتصاد التجاري أو تشويه صورته، وإنما ببساطة عن طريق إدراك الحقيقة البديهية القائلة بأن البشر يتصرفون بدوافع متباينة، وأن الدافع للعطاء يستحق الاحترام بنفس القدر الذي يستحقه الدافع نحو الأخذ.

(٣) المتحولون في نمو

مثلما يشير الدرس الثاني، لا شيء يمنع عمليات التحول. لا يوجد خطأ، على سبيل المثال، في أن يأخذ فنان سبق له أن أبدع شيئًا وقدمه مجانًا في نطاق اقتصاد تشاركي، عمله الإبداعي هذا ويبيعه لمحطة إن بي سي أو لشركة وارنر براذرز. والحقيقة أن هذا الأمر

يحدث طوال الوقت في دنيا الأعمال المرخص بها من قبل منظمة المشاع الإبداعي. ولما كان من الممكن وجود اقتصادات متوازية، فإن الكثير من المساهمين اكتشفوا أن اللعب في نوع واحد من الاقتصاد لا يحرمهم من اللعب في النوع الثاني.

في عام ٢٠٠٥، على سبيل المثال، كانت إحدى الفرق الكوميدية التي تنتمي للوس أنجلوس واسمها لونلي آيلاند تسعى — مثلها مثل العديد من تلك الفرق — لأن يكتشفها أحد. فوضعت مادتها على الشبكة العنكبوتية بترخيص المشاع الإبداعي، بحيث تمكن الآخرين من التشارك في عملها ومزجه مع أعمال أخرى، طالما أنهم سيردون الفضل في النهاية لفرقة لونلي آيلاند. مثال ذلك أن الفرقة صورت عملًا قصيرًا دالًّا على موهبتها لتعرضه على شركة فوكس بعنوان «أوسمتاون». ورفضت فوكس العمل، غير أن لونلي آيلاند وضعت العمل الدعائي بأكمله على الشبكة العنكبوتية تحت ترخيص المشاع الإبداعي. واستخدمت الفرقة الترخيص سواء لترويج عملها، أو حسبما علق أعضاؤها في حوار أجري معهم، «لحماية أنفسهم وجماهيرهم. وهذا هو ما أقنعنا به. فهذا الأمر يتيح للجميع معرفة ما هو مجاني كي يتشاركوا فيه فيصنعوا توليفات من مادتنا، فجميع القواعد موجودة هناك، وهم ليسوا بحاجة لطلب تصريح.»[4]

وشاهد شخص ما من طاقم العمل في برنامج «ساترداي نايت لايف» عمل الفرقة وأعجب به. وفي خريف عام ٢٠٠٥، انضم أحد أعضاء الفرقة إلى طاقم عمل البرنامج كعضو طاقم، بينما انضم الآخران كمؤلفين. لا تزال أعمالهم متاحة بموجب رخصة المشاع الإبداعي، غير أن هذه الرخصة ساعدتهم أيضًا على التحول نحو الاقتصاد التجاري.

(٤) الحوافز القوية سوف توجه الكيانات التجارية نحو التهجين يومًا بعد يوم

برغم ما تطنطن به الكيانات الهجينة من بلاغة خطابية، فإنها تمارس عملها بالأساس من أجل المال. إن الكيانات التجارية التي تستفيد من الاقتصاد التشاركي تقوم بذلك لأنها تؤمن بأن منتجها أو الخدمة التي تقدمها سوف تصبح أعلى قيمة لو أن الناس استفادت منها. والاقتصادات التشاركية التي تجلب التجارة إلى الخليط تفعل ذلك لأنها تؤمن بأن عائداتها ستزداد. إن النموذج الهجين وسيلة لإنتاج القيمة. ولو لم يكن كذلك، لما اتبع أي كيان هذا النموذج الهجين.

من بين طرق إنتاج الكيان الهجين للقيمة الكشف عن المعلومات مجانًا. الكيان الهجين بطبيعته لا يمكنه التحكم تحكمًا حصريًّا في المعرفة أو الممارسة العملية للاقتصاد التشاركي الذي يعتمد عليه؛ ولهذا فإن تصميمه يترك الباب مواربًا للبحث أو للتطوير، والشركة ببساطة تتنازل عن ذلك الأصل المادي.

قد يتحير البعض من فكرة أن التنازل عن شيء ما قد يشكل استراتيجية لجلب المزيد من المال. والحقيقة أن انحيازنا الفكري بشأن مفاهيم معينة مثل الملكية يقودنا في الغالب، وبصورة غريزية، نحو الاعتقاد بأن أفضل استراتيجية لإنتاج الثروة أن تسعى لبلوغ أقصى قدر ممكن من التحكم في الأصول التي نمتلكها، بما فيها (وهو الأهم في حالتنا هذه) أصول الملكية الفكرية.

إذا وجدت نفسك منجذبًا إلى هذا الرأي، فحريٌّ بك أن تستطلع الكتابات المتزايدة يومًا بعد يوم عن الاستراتيجية المضادة، التي يستعين بها طواعية أولئك الساعون نحو نفس الغاية: الثروة. وعلى حد وصف إريك فون هيبل: «الابتكارات التي تم التوصل إليها بتكلفة تحَمَّلها قطاع خاص غالبًا ما يكشف عنها مجانًا، وهذا السلوك منطقي في نظر المشاركين الذين يواجهون ظروفًا مشتركة.»[5] على سبيل المثال، «عقب انتهاء سريان براءة اختراع واط، ابتكر مهندس يدعى ريتشارد تريفيثيك نوعًا جديدًا من المحركات التي تعمل بالضغط العالي عام ١٨١٢. وبدلًا من أن يسجل ابتكاره في براءات الاختراع، جعل تصميمه متاحًا للجميع كي يستخدموه دون مقابل.»[6] وانتشر العمل ليصبح أساسيًّا في ذلك الميدان. ويقدم فون هيبل مجموعة من الأمثلة المعاصرة التي تتبع نفس الاستراتيجية.

هؤلاء المبتكرون لا يتصرفون بناءً على وازع خيري، وإنما هي استراتيجية لتحقيق عائدات أفضل. «إن الجهود الإيجابية تجاه نشر المعلومات عن ابتكاراتهم تشير إلى وجود مكافآت إيجابية خاصة يحصلون عليها من وراء الكشف المجاني عن الابتكارات.»[7] أو لنقلها بشكل مختلف، «السكب» المتعمد للمعلومات ربما يفيد في الغالب كلًّا من الكيان العام والخاص الذي يمارس هذا السكب.

ومرة أخرى نؤكد أن هذا قد يبدو في نظر الكثيرين أمرًا غير منطقي. فالاقتصاد يعلمنا أن السكب (بما يعني إتاحة الموارد لكيانات لم تسهم في إنتاجها) هو نوع من التأثير الخارجي (وإن كان هذا تأثيرًا إيجابيًّا). ويمضي الدرس فيقول إن التأثير الخارجي ينبغي أن يتم «ترسيخه». سواء كان إيجابيًّا (كالموسيقى الجميلة) أم سلبيًّا

(كالتلوث مثلًا)، فإن الشخص المبدع للشيء المسكوب ينبغي أن يدفع ثمنه؛ سواء بطريقة إيجابية (عن طريق التخلص من التلوث)، أم بطريقة سلبية (بتحصيل شيء من المكافأة عن الخير الذي أنتجه لعموم الناس). ومثلما كتب هيبل:

> يفترض «نموذج الاستثمار الخاص» للابتكار أن الابتكار سوف يكون مدعومًا بالاستثمار الخاص إذا تمكن المبتكرون من تحقيق أرباح جذابة عن طريق ابتكارهم. وفي هذا النموذج، أي كشف مجاني أو «سكب» بدون مقابل أو معرفة مملوكة لجهة ما تُطور عن طريق استثمار خاص؛ سوف يقلل من أرباح المبتكر؛ لهذا من المفترض أن المبتكرين سوف يناضلون من أجل تجنب حالات سكب المعلومات المتعلقة بالابتكار؛ إذن من وجهة نظر هذا النموذج، الكشف المجاني عن المعلومات يعد مفاجأة كبرى؛ إنه يبدو من غير المنطقي أن يهب المبتكرون عمدًا المعلومات مجانًا، وهي التي استثمروا فيها المال كي يبتكروها.[8]

لكن في حقيقة الأمر، أنتجت عمليات السكب، تاريخيًّا، قيمة عظيمة للمجتمع. وطبقًا لتقديرات ويليام بومول، فإن «عمليات سكب الابتكارات، سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة، وفق التقديرات تشكل نسبة تفوق بكثير نصف إجمالي الناتج القومي الحالي، بل ويمكن الزعم بأن هذا الرقم متحفظ للغاية.»[9] والإنترنت أبسط مثال: فقد اقتنص «مبتكرو» الإنترنت نسبة ضئيلة للغاية من قيمته؛ كان السكب حاسمًا بالنسبة لأغلب النمو الاقتصادي في أمريكا على امتداد الخمس عشرة سنة الماضية.

فالمجتمع ليس وحده من يستمتع بالخير. وإنما يستمتع به أيضًا في كثير من الأحيان (وإن كان بالتأكيد ليس دومًا) الشخص الذي يكشف عن المعلومات. إن فون هيبل يكتب واصفًا مؤلفي البرمجيات المفتوحة المصدر، فيقول:

> [إذا] كشفوا عنها مجانًا، فإن باستطاعة آخرين التخلص من الفيروسات والتطوير فوق الجزئيات البرمجية التي أسهموا بها، لمنفعة الجميع. كما يحفزهم كذلك أن يتم إدماج التحسين الذي أدخلوه ضمن النسخة القياسية للبرنامج المفتوح المصدر التي توزع بصفة عامة بواسطة منظمة مستخدمي المصادر الحرة المتطوعين؛ لأنها سوف تُحدَّث ويتم الحفاظ عليها دون بذل مجهود إضافي من جانب المبتكر.[10]

قادت تلك الاعتبارات عديدين — ومن بينهم بومول — إلى أن يخلصوا إلى أنه «رغم عمليات السكب الكثيرة (التأثيرات الخارجية) للابتكار، فإن الإنفاق على البحث والتطوير في اقتصاد السوق الحرة ربما يكون مع ذلك أقل كفاءة بكثير.»[11] أو لنقلها بشكل مختلف، من بين جميع المشكلات التي نحتاج إلى حلها، فإن حذف التأثير الخارجي الإيجابي ربما يكون بالفعل أدناها في القائمة.

إذن متى يكون من المنطقي الكشف عن معلومات من أجل بناء مشروع هجين؟ من بين العوامل تباين نوعيات العملاء. يكتب فون هيبل قائلًا: «لا تزال البيانات قليلة للغاية، لكن التباين [أو التنوع] الشديد للحاجات تفسير مباشر للغاية بسبب وجود قدر كبير جدًّا من التوفيق مع الاحتياجات من قبل المستخدمين؛ فكثير من المستخدمين لديهم احتياجات «مفصلة» للمنتجات والخدمات.»[12] وهناك عامل آخر وهو الإفادة بالرأي التي تحصل عليها الشركات من هذا النوع من الابتكار التعاوني. ومرة أخرى نعود لفون هيبل الذي يقول: «زاد حجم الجاذبية التجارية للابتكارات التي يتوصل إليها المستخدمون جنبًا إلى جنب مع ارتفاع قوة مواصفات المستخدمين القادة.»[13] إذن تشجيع هؤلاء «المستخدمين القادة» على الابتكار يعد وسيلة قوية لدفع مسيرة الابتكار على مستوى الشركة.[14]

رغم ازدياد أعداد الهجائن مع انتشار الإنترنت، فإنني لا أصف قاعدة خاصة للاقتصاد لا تعيش إلا في العالم الافتراضي وحسب. فالحقيقة أنه بالتوازي مع نشر الهجين للحق في الابتكار، فإن هذا الحراك يتتبع من جديد المبدأ بالغ القدم الذي شرحته من قبل وهو: تحويل الابتكار بعيدًا عن لب المؤسسة كلما سمحت تكاليف المعاملات بذلك.

إن الاقتصاد الهجين يعلمنا أن هذه الاستراتيجية سوف تزداد انتشارًا كلما تكاثرت تقنيات خفض تكاليف المعاملات. وبالعكس، سوف يضيق الخناق عليها بسبب تلك التغيرات التي تزيد من تكاليف معاملات الاقتصاد الهجين.

(٥) إحساس الناس بالعدالة سوف يكون من أسباب قوة علاقة التهجين بين الاقتصادَين التشاركي والتجاري

ليس لتلك الاقتصادات الهجينة تاريخ طويل بعد. وما من شك أن الحماس المبدئي سوف يفسح الطريق في القريب العاجل لوجهة نظر محسوبة أكثر، وربما كانت متشككة. فأولئك المساهمون في الاقتصاد التشاركي في نطاق هجين ما، سوف يزداد تعجبهم يومًا

بعد يوم من ذلك العالم الذي يستغل فيه العمل المجاني من قبل شخص آخر. هل يجب أن يحصلوا بدورهم على مقابل؟ وما طول المدة التي ستعيشها تلك الكيانات الهجينة؟

البعض يتخوف من ألا تعيش طويلًا. في مؤتمر عقد في سان فرانسيسكو، أعرب ريتش جرين، نائب الرئيس التنفيذي لشئون البرمجيات بشركة صن، عن تشككه قائلًا: «إنها حقًّا إنتاج بشري اجتماعي يدعو للقلق، وأعتقد أنها على المدى الطويل ... ليست مستدامة. إننا ننظر عن كثب إلى إمكانية تعويض الناس عن العمل الذي يقومون به.»[15]

لكننا رأينا أن الاكتفاء بتعويض الناس ليس هو الحل بالضرورة. إن أخلاقيات الاقتصاد التشاركي تختلف عن تلك التي يتصف بها الاقتصاد التجاري. فلو كان عمَلُ أولئك المتطوعين بوضوح مجرد جزء من اقتصاد تجاري، لكانت الإجابة حينئذ بسيطة: بالطبع، يجب تعويضهم ماديًّا؛ وما لم يحصلوا على أجر، فإنهم لن يعملوا. ولو كان عمل المتطوعين هو مجرد جزء من الاقتصاد التشاركي، فإن الإجابة ستكون بسيطة كذلك: إنه لن يكون (لزامًا) عليك أن تدفع للمتطوعين أكثر مما تدفعه مقابل ممارسة الحب مع زوجتك.

أما لو كان عمل أولئك المتطوعين جزءًا من اقتصاد هجين، فإننا لا نملك بعدُ إجابةً واضحة على هذا السؤال. إذا شعر الكيان الهجين أنه مفرط في الاقتراب من التعامل التجاري، فإن هذا الأمر يمتص عصارة حماس المتطوعين نحو العمل. أسس بروستر كال أرشيفًا على الإنترنت لا يهدف للربح بعد أن حقق الربح من العديد من المشاريع التجارية، وحسبما أخبرني: «إذا شعرت وكأنك تعمل عند الرجل ولا تحصل منه على أجر، فإنك تشعر بالضيق ... إن الناس ليست لديهم مشكلة مع التواجد داخل اقتصاد الهبات، ولكن عندما يتعلق الأمر باقتصاد سلع تباع لقاء أجر ... فإن الناس يصدرون «رد فعل تلقائي». و«رد الفعل التلقائي» هنا هو الشعور بأنهم، أي المتطوعين، مجموعة حمقى؛ لأنهم يمنحون شيئًا ما «للرجل» مجانًا. ولا يوجد إحساس أكثر مرارة من ذلك الإحساس للاقتصاد الهجين، غير أنك سواء أحببت أم لا، فإن صيحات النقد تتعالى. يقول أوم ماليك، مؤسس «جيجاأومنيميديا»:

> لقد تساءلت بصوت عالٍ إن كانت هذه الثقافة التشاركية على ما يبدو تساعد على بناء نشاط تجاري على أكتافنا جميعًا. إذن لو أننا وضعنا بطاقات عنونة، أو سجلنا صفحاتنا المفضلة، أو تشاركنا، أو ساعدنا مواقع ديل.يش.اس أو تكنوراتي أو ياهو على أن تتحول إلى كيانات تجارية أفضل حالًا، ألسنا نبدو

> بذلك كمن يحول أنفس أصوله — ألا وهو الوقت — إلى سلعة؟ إننا نتحول إلى قوة عمل يعهد إليها العمل من جهة خارجية، رغم أنه لا يزال من غير الواضح ما سيكون العائد الذي سيعود علينا. فمع أننا من الجائز (وقد لا يكون من الجائز) أن نجني شيئًا ما من الجهود الجماعية، فالأغلب أنه، بغض النظر عن طبيعة هذا «الجهد الجماعي»، سيؤدي إلى تعزيز القيمة الاقتصادية لتلك الكيانات. فهل سنتشارك نحن في تلك القيمة المتزايدة؟ هذا غير مرجح![16]

طرح أنيل داش، نائب رئيس سيكس أبارت، هذا السؤال بصورة مباشرة أكثر: «هل ينبغي على فليكر أن تعوض المبدعين عن الصور التي تتمتع بأفضل شعبية على موقعها؟»[17] يصف تابسكوت وويليامز الإجابة على ذلك السؤال على لسان كاترينا فيك، الشريكة في تأسيس موقع فليكر:

> هناك نظم من القيمة غير المال، أو بالإضافة إلى المال، تشكل أهمية بالغة للناس: الارتباط بأناس آخرين، وإنشاء هوية على شبكة الإنترنت، والتعبير عن الذات، وأيضًا — وهو ليس أقلها أهمية — الاستحواذ على انتباه الآخرين. إن الشبكة العنكبوتية — والعالم في حقيقة الأمر — سوف تتحول إلى مكان أكثر فقرًا بكثير بدون السخاء الجماعي من المساهمين فيه. إن ثقافة السخاء تعد بالفعل العمود الفقري للإنترنت.[18]

من الصعب على كثيرين أن يفهموا كيف يمكن «لثقافة السخاء» أن تتعايش مع أخلاقيات الربح. إن شعار «كن كريمًا، كي أجني أنا المال» يبدو أشبه بفكرة لا يمكن لعقل أن يقبلها. وهكذا، وبصورة متزايدة، علينا أن نسأل كيف يمكن لتلك المعايير المتباينة أن تُرغم على التعايش سويًّا. يقترح جِف جارفيس، وهو صحفي ومدون، أن على الشركات أن «ترد أرباح الأسهم إلى الجمهور»، وأن تتفادى بَذْل جهد شاق في «السيطرة على الحكمة [المجمعة]، وأن تحد من استخدامها والتشارك فيها.»[19] ويتقدم تابسكوت وويليامز بنفس التوصية «فمنصات المشاركة لن تظل على قيد الحياة إلا ما دام جميع من لهم مصلحة فيها ينالون المقابل العادل على نحو ملائم وكافٍ عن إسهاماتهم، فلا تتوقع أن تتربح على حسابهم إلى الأبد.»[20]

إن كلمة السر هنا هي «على نحو ملائم». من الواضح أنه لا بد هناك من تعويض مناسب. ولكن نوع التعويض هو الأمر المحير. ومرة أخرى، نقول إن «الاقتصاد

التشاركي» لعاشقَين هو ذلك الاقتصاد الذي ينبغي أن يكون فيه كلٌّ منهما حريصًا على حصول الطرف الآخر على تعويض «كافٍ وملائم عن إسهامه». غير أن كتابة شيك بمبلغ كبير كطريقة للتعبير عن «الشكر عن الوقت الذي قضيتماه سويًّا» على الأرجح لن يكون بالفعل الصائب.

وبالمثل، هناك غموض آخر مهم يكتنف فكرة «التربح» هذه؛ إذ مرة أخرى نقول، لو أن بريكلين محق — أي إذا حقق الكيان النجاح عندما صمم كي يمنح المستخدم ما يريده، في نفس الوقت الذي يسهم فيه المستخدم بالمقابل بشيء ما لصالح الكيان التجاري، أو الاقتصاد التشاركي، أو للهجين — حينها نسأل هل يتربح الكيان من وراء المستخدم حقًّا؟ لننظر في هذين المثالين:

- إنك تتقدم لجوجل بطلب استعلام بحثي ثم تنقر على واحدة من الروابط التي ترسلها جوجل إليك. لقد قدمت لجوجل شيئًا ذا قيمة؛ معلومة تقول أنك حكمت على الرابط بأنه يمثل الإجابة الملائمة على البحث الذي اخترته. لقد شيدت جوجل شركتها على مثل تلك الهدايا القيمة. فهل جوجل بذلك تستغلك كي تتربح من ورائك؟ أم أنت الذي تستفيد من وراء جوجل؟
- إنك تضع مقطع فيديو على يوتيوب ثم تضمنه داخل مدونتك. لقد قدمت ليوتيوب شيئًا ذا قيمة؛ سلسلة أخرى من العملاء يزيدون من قوة حصتها السوقية، جاذبين بذلك مزيدًا من المشاهدين من خلال قناة تساعد يوتيوب على فهم ماهيتهم، ومن ثم تعرض عليهم الإعلانات الملائمة لهم فتجني المزيد من الأرباح. فهل يوتيوب بذلك تستغلك كي تتربح من ورائك؟ أم أنت الذي تستفيد من وراء يوتيوب؟

لا بد أن النقطة قد صارت واضحة: فكل من المستخدم والشركة يستفيدان من التعامل. وعندما يستفيد كلاهما، فكيف يمكننا أن نعرف من الذي يتربح على حساب الآخر؟

إلا أن تلك التساؤلات، مثلها مثل أي تساؤلات عن العدالة كما يراها الناس، لا يمكن البت فيها على أساس المنطق وحده، وإنما سوف يكون البت على أساس من التطبيقات العملية والمفاهيم. هناك حدود لا يمكن للشركات تخطيها. وتلك الحدود رسمها الفهم الخاص بأولئك الذين ينتمون لمجتمع ما. إن الهجائن سوف تحاول أن تبين لمجتمعاتها أنها تتمتع بالفضيلة، أو بعدالة المقابل الذي تقدمه. كريج نيومارك على سبيل المثال،

يشدد على الاعتدال باعتباره مفتاح نجاح شركته الهجين. («إن الناس يرون أننا لا نتحين الفرصة لجني المال الوفير، ويستطيع الناس أن يروا أننا تنازلنا عن الكثير من سيطرتنا على الموقع من خلال آلية العنونة، وكيف أننا نسعى بحق للاستماع للناس من خلال مقترحاتهم ثم متابعة تنفيذها.») ويطرح تيم أوريلي نقطة مماثلة، وإن كانت لا تتعلق بالأرباح المعتدلة. فهو يؤكد على بذل جهود معتدلة في التحكم:

> هناك اندماج اجتماعي ... [و] الناس بمفهوم أو بآخر سوف ينظرون إلى آخرين بعينهم بوصفهم أناسًا أخيارًا؛ ولهذا سوف يواصلون العمل في صالحهم أكثر مما كانوا ليفعلوا من أجل شخص ما يعتبرونه معاديًا لهم. ولعل من الأمثلة الطيبة على ذلك حقًّا ... سفاري، وهي خدمتنا لتقديم الكتب على شبكة الإنترنت. إن لدينا تكنولوجيا إدارة حقوق رقمية بالغة الخفة [لتلك الكتب، مما يجعلها] عصية على الرصد. لكنها ليست بالغة الصعوبة ... فنحن نتلقى الآلاف من الرسائل الإلكترونية التي ترد إلينا من أناس يذكرون لنا ذلك. إنها عبارات على شاكلة: «مرحبًا، لقد عثرت على كتبكم على موقع في روسيا»، «لقد عثرت على كتبكم على موقع في رومانيا». أراهن أن اتحاد صناع التسجيلات الأمريكي لم يحصل على تلك الرسائل الإلكترونية.

ويؤكد فيليب روزدال صاحب «الحياة الثانية» على قيمة مختلفة؛ ألا وهي: الشفافية. شرح لي روزدال ذلك بقوله: «إنني من المؤمنين إيمانًا عظيمًا بفكرة وجود منوال جديد يمكن للنشاط التجاري من خلاله أن يتفاعل، وهو يقوم على الشفافية الكاملة»، وأضاف:

> هناك ممارسة بانية للثقة لا تقع في الأحوال التقليدية؛ لأن الشركات بالفطرة شركات خاصة، ولأنه من الناحية التاريخية كانت المنافسة تقع في المرتبة الأولى في الأهمية للشركات؛ لهذا فإن الخصوصية [أو السرية]، بغرض منحك فرصة للتفوق على منافسيك، ظلت دومًا نوعًا من حجر الأساس المحوري للسلوك التجاري. ووسط عالم من المحتمل فيه أن يقرر الانفتاح وتأثيرات الشبكة من المنتصر، فإن عليك الآن أن تحطم ذلك الاعتقاد. أنت تريد بناء شركة لا تأتي قيمتها في المقام الأول من الخصوصية، وإنما من المكاشفة.

بل إن بعض الشركات تمضي لما هو أبعد من ذلك. يتحدث بروستر كال عن قرار شركة البحث أليكسا:

> لقد أردنا أن نبني جيلًا جديدًا من محركات البحث، وهو نوع ناضلت كل من أليكسا وأرشيف الإنترنت من أجل القيام به عام ١٩٩٦. وتبين لنا أننا كنا على خطأ، وأن العالم لم يكن بحاجة لنوع مختلف اختلافًا جذريًّا من محركات البحث؛ لأن محركات البحث كانت تسير بصورة لا بأس بها. غير أنه كان على أليكسا أن تجمع أطراف الشبكة العنكبوتية العالمية وأن تجعل البحث مبنيًّا عليها. وهكذا كانت بمنزلة شركة تهدف للربح تستفيد من عمل الآخرين — الذي هو محتوى الشبكة العنكبوتية — كي تنتج خدمة.
>
> غير أننا باستغلال المادة لحد يتجاوز كونها مرتبطة ارتباطًا مباشرًا بإنتاج تلك الخدمة، لم نشعر في أليكسا أن هذا شيء سليم. وهكذا تبرعت أليكسا بنسخة مما جمعته لجهة لا تهدف للربح وحذفت النسخة التي لديها. وهكذا بعد ستة أشهر، استخدمت أليكسا المادة كي تؤدي الخدمة التي كان الناس، بشكل أو بآخر، يتعاونون [مع] أليكسا أو يسمحون لها ببنائها. لقد تبرعت بنسخة، وحذفت نسخهم. ... لقد نظرنا لهذا بوصفه جانبًا شديد الأهمية من التوازن بين مصلحة الملكية في شركة تجارية، وبين الصالح العام الذي يمكن تقديمه بصورة أفضل داخل جهة لا تهدف للربح.

كل شركة تبني نموذجًا هجينًا سوف تواجه بالضبط نفس هذا التحدي: كيف تضع إطارًا لعملك، وللربح الذي تتوقعه، بأسلوب لا يفزع مجتمعك فيبعده عنك. عبارة «التربح المتبادل» لن نفتأ نرددها مرارًا وتكرارًا، على الأقل إذا كان من الممكن جعل القيمة العائدة على الجانبين أكثر وضوحًا.

هناك بالطبع أمثلة شهيرة على اتخاذ هذا التربح المتبادل منحًى سيئًا، كان من بينها قاعدة البيانات التي أنشأها متطوعون؛ قاعدة بيانات الأقراص المدمجة.

كما شرحت من قبل، كانت قاعدة بيانات الأقراص المدمجة قاعدة بيانات على شبكة الإنترنت احتوت معلومات مسار عن الأقراص المدمجة. لم تكن تلك المعلومات مدرجة على القرص المدمج ذاته، وإنما كان المستخدمون هم الذين يضيفونها. وقد قال تي كان، مبتكر قاعدة بيانات الأقراص المدمجة، لنفسه: «[إذا] كتبتُ جميع هذه المعلومات عن

قرص مدمج معين، فما الذي سيدفع جو الذي يقطن بجواري لكتابة نفس المعلومات»، حسبما شرح لي ديفيد مارجلين، المستشار العام للشركة الذي استحوذت في نهاية المطاف على قاعدة بيانات الأقراص المدمجة، وهي شركة جريسنوت. وهكذا بدأ كان ومعاونه ستيف شيرف «في تبين شكل الأسلوب الذي سيتبعانه في جمع مختلف التجميعات التي كتبها الآخرون. ومن ثم صار ذلك المستودع قاعدة بيانات الأقراص المدمجة.»

كانت كل هذه الطباعة تتم بصورة تطوعية. لقد أراد الناس من آلاتهم أن تتعرف على المسارات؛ وكانوا سعداء وهم يشاركون آخرين تلك المعلومات التي كتبوها على آلاتهم. وبنى كان وشيرف أدوات تستطيع تجميع نتائج هذا العمل التطوعي «بأخلص النوايا في العالم. فلم يكونوا بصدد السعي لجني أي أموال من ورائها. كان ما يريدونه بالفعل مجرد تكوين شبكة اجتماعية والحصول على كل التأثيرات التي تصنعها الشبكة.» لقد شيدوا مشاعًا للآخرين كي يضيفوا إليه؛ وقد أظهر المتطوعون «مزايا المشاع» من خلال الإسهامات التي قدموها.

لكن مارجلين شرح لي أنه مع شروع المزيد والمزيد من الناس في الاعتماد على تلك القاعدة من البيانات في التعرف على أقراصهم المدمجة، بدأ كان وشيرف يدركان «سريعًا أنهما امتلكا وحشًا بين أيديهما؛ لأنه؛ أولًا: حتى تأتي البرمجيات بأي نفع، كان عليها أن تؤدي قدرًا من التوفيق أكبر مما كان متوقعًا في بادئ الأمر ... وثانيًا: إن حجم المساحة على الحاسب الخادم التي كانا في حاجة إليها حتى يستوعبا، ليس فقط جميع عمليات البحث، وإنما ... جميع الطلبات، كانت على وشك أن تخرج عن سيطرتهما.»[21]

وهكذا بدأ مؤسسا قاعدة بيانات الأقراص المدمجة البحث عن أسلوب للتأكد من أن إبداعهما يمكنه البقاء.

كانت جريسنوت هي منقذتهما؛ فبمساعدة رائد أعمال صاحب سلسلة من المشروعات، وهو سكوت جونز، أطلق تان وشيرف مؤسسة جريسنوت الهادفة للربح، لتحقيق عائدات كان وجودها ضروريًّا لإعالة قاعدة البيانات، ولجني الربح من وراء فكرة بثَّا فيها الحياة. بدأت جريسنوت في منح رخص باستخدام قاعدة البيانات لكل من يسدد الثمن. وسرعان ما بدأ كثيرون في التساؤل عن السبب وراء السهولة الشديدة التي يباع بها هذا الشيء ذو القيمة، الذي أُبدِع من خلال عمل المتطوعين. وشكا كثيرون من أن جريسنوت أخذت «ما [كان] في الأصل قاعدة بيانات مفتوحة المصدر ومنعتها عن الناس لمصلحتها.»[22] وتفجرت عاصفة من الانتقادات داخل مجتمع الإنترنت.

لم تكن جريسنوت مستعدة للنقد. أخبرني مارجلين أنه كان هناك الكثير من «السخط في الأجواء صادرًا عن أناس لم يفهموا مسألة التحول من عبارة: «ما هما إلا رجلان يعملان من مرآب المنزل» إلى: «إنها خدمة عالمية الطراز لا بد أنها قادرة على تشغيل برمجيات أبل».» كان من شأن المزيد من الشفافية أن يفيد هنا، مثلما كان سيفعل إيجاد أسلوب أوضح للمتعاونين كي يستفيدوا. ومرة أخرى يقول مارجلين: «قد لا يكون التعويض ماديًّا، غير أنه قد يكون في صورة امتنان أو تحية على شيء له قيمة بحيث يكون هناك تبادل للقيمة بين القنوات المختلفة.»

لقد كان التحول في القواعد، على خلفية من التوقعات المتباينة، هو الذي أنتج تفاعلًا قويًّا إلى حد ما ضد جريسنوت، برغم أنه حتى يومنا هذا لا تزال جريسنوت تملك «برنامجًا لو أنك كنت مبرمجًا وأردت أن تطور تطبيقًا غير إعلاني ولا تريد أن تحصل على أي عائد منه، فإنك حر في الحصول على برمجيات جريسنوت واستخدامها.»

يؤمن كثيرون بأن هذا التحول نحو الناحية التجارية لمشروع مجاني يضعف الحافز لدى المتطوعين ويبعدهم عن المساهمة فيه. بروستر كال، على سبيل المثال، يعتنق هذا الرأي. وقد صارت جريسنوت أقل شأنًا بعد أن جنى مؤسسوها مالًا أكثر. ويصدق نفس الشيء على قاعدة بيانات موازية، وكانت هي أيضًا في بادئ الأمر مشيدة من أجل المستخدمين مجانًا، وهي قاعدة بيانات الأفلام على الإنترنت. وحسبما شرح لي بروستر:

> كلٌّ من [قاعدة بيانات الأقراص المدمجة وقاعدة بيانات الأفلام على الإنترنت] تحولت إلى شكل المنظمات التجارية. وكان هناك شعور بالخيانة من جانب أولئك الذين أسهموا بجهودهم مجانًا؛ لأن شخصًا آخر بدا وكأنه يستفيد من ورائهم ولا يعيده لعموم الناس مرة أخرى.
>
> الآن في ظل وجود قاعدة بيانات الأفلام على الإنترنت، تشعر أمازون بالحبور؛ لأنها تسدد فواتيرها بناء على منتجاتها القيمة من الدعاية القائمة على الاشتراكات ... ولكن هل انتهى الأمر بقاعدة بيانات الأفلام على الإنترنت إلى ما كانت يمكن أن تكون عليه؟ لا أظن ذلك.

إن الصراع هنا أعمق من الإنترنت. ولن تحل مشكلته في الاقتصاد الهجين إلا عندما يمنح كل اقتصاد منهما — أي التجاري والتشاركي — التصديق بصلاحية الآخر. لو أن أولئك الذين ينتمون لاقتصاد تشاركي يمقتون التجارة — إذا كانوا يشمئزون من

فكرة حصول أي شخص على ربح، في أي مكان — فإن إمكانية ظهور كيانات هجينة ليست قوية. وبالمثل، لو أن أولئك الذين ينتمون للاقتصاد التجاري يتجاهلون أخلاقيات التشارك — إذا كانوا يعاملون أعضاء الاقتصاد التشاركي على أنهم زبائن، أو أطفال — فإن هذا لا يبشر بقيام اقتصاد هجين سليم.

فلا غرابة إذن أن حقوق التأليف والنشر أداة مهمة في التوسط في تلك التوقعات. حسبما يزعم تقرير رائع للمحللين بايك وفيشر:

> التطبيق الصارم لحقوق التأليف والنشر على المحتوى المقدم/المنتج بواسطة المستخدم ربما يؤدي كذلك إلى تحول سلبي في الموقف داخل المجتمعات التي تبنى حول تلك المواقع. إن الجاذبية واسعة الانتشار للمحتوى المقدم/المنتج بواسطة المستخدم، لا سيما داخل إطار مواقع الشبكات الاجتماعية، تعتمد اعتمادًا قويًّا على حرية التعبير، التي كثيرًا ما تلتف حول قانون حقوق التأليف والنشر. وأي قدر إضافي من التقييد لهذا التعبير من الجائز أن يؤدي إلى تقليص لنموذج النشاط التجاري القائم على نشاط المستخدم، هو شريان حياة العائد من الإعلانات. وفي النهاية، ربما يضطر حائزو حقوق التأليف والنشر ومواقع الشبكات الاجتماعية إلى محاولة تحقيق التوازن من أجل المحافظة على مصلحة المستخدم.[23]

إن أكبر معيار كفيل بتشجيع قيام اقتصاد هجين هو العرف الذي يتبعه كثيرون داخل مجتمع جي إن يو/لينُكس: أن أي استخدام، بما فيه الاستخدام التجاري، هو استخدام عادل. والمشكلة في ذلك العرف في مجال الثقافة (على عكس الحال في البرمجيات) أن المنتجات الثقافية لا تكون تعاونية بمثل هذا القدر من الوضوح. ومن ثم فإن الشعور باستغلال الفرد يكون أقرب كثيرًا جدًّا إلى أن يكون واقعيًّا. عندما تأخذ جوجل عمالة مجانية من مجتمع جي إن يو/لينُكس وتستغلها لتحقيق أنجح نشاط تجاري على شبكة الإنترنت على مستوى العالم، فلن يكون من المنطقي أن تجد فردًا في ذلك المجتمع يقول «جوجل استغلتني!» ولكن إذا أخذت سوني أغنية ما مرخصة بطريقة مجانية مشابهة وباعت منها مليون قرص مدمج دون أن تعطي المبدع مليمًا (مرة أخرى، هذا ممكن تمامًا بموجب ترخيص التغاضي عن حق التأليف والنشر)، فمن شبه المؤكد أن شخصًا ما ستكون لديه ذريعة قوية للادعاء بأنه تعرض للاستغلال.

هناك أمر ينطوي على مشكلة أكبر؛ أن البرمجيات المجانية تقوم في نهاية المطاف على أساس اقتصادي مرتعش. يشرح روبرت يونج على سبيل المثال، في أعقاب بيان رسمي صدر عن جي إن يو،[24] أخلاقيات البرمجيات المجانية باعتبارها نسخة من القاعدة الذهبية: «لا توجد أيديولوجية. لا يوجد تعقيد. إنه مبدأ عامِل الآخرين مثلما تحب أن يعاملوك. وإذا كانوا يعاملونك بمثل ما تعاملهم به، فإنهم يكونون محل ترحاب لكي يستخدموا تقنيتك في أي غرض يشاءون لأنك تحصل على منفعة منهم.» إن هذا الأمر يقرر مبدأً أخلاقيًّا جميلًا. غير أنه لا يشكل حافزًا اقتصاديًّا تمامًا. لا شك أنك «تحصل على منفعة من ورائهم». غير أنه كان بإمكانك الحصول على تلك المنفعة سواء أسهمت بتقنيتك مرة أخرى أم لا. ربما أمكننا القول بملء فينا أن من «العدالة» أن ترد مقابلًا طالما أنك أخذت. من المؤكد أنني آمل أن يفكر أطفالي على هذا النحو. الجزء الصعب هو الاعتقاد بأنه، بمرور الوقت، سوف يستمر كثيرون في الاعتقاد بأن رد المقابل أمر منطقي.

بل والأمر الأكثر إثارة للشكوك أن هناك الكثير من الأسباب للاعتقاد بأن شخصية البرنامج المجاني بعينها تجعل من المعقول الحفاظ على مجانيته، عادة ما تفوق تكاليف مزامنة النسخة الخاصة أي منفعة تعود من وراء الحفاظ على خصوصية البرنامج.[25] آي بي إم، على سبيل المثال، كانت لديها الحرية في أخذ خادم أباتشي وبناء نسخة ذات عنوان خاص يمكنها أن تبيعها، بدون أن تترك للغير حرية الانتفاع بأي تحسين أضافته على البرنامج. غير أن هذا الانتفاع لا يمكن شراؤه إلا إذا واصلت آي بي إم تحديث برنامجها كي يعكس التغيرات التي صنعت في النسخة العامة من أباتشي. في البداية (عندما كانت قواعد الأكواد متقاربة)، كان تحديثًا كهذا أمرًا غير عسير. ولكن بمرور الوقت (ومع تباعد القواعد بعضها عن بعض)، يصير الاحتفاظ بالبرنامج الخاص أمرًا باهظ التكلفة يومًا بعد يوم. وهكذا فإن الاستراتيجية العقلانية المحضة التي يجب اتباعها في هذا النوع من الإبداع أن تبتكر من أجل المشاع؛ إذ إن تكلفة الابتكار للصالح الخاص تفوق ما يأتي من ورائها من نفع.

غير أن الأمر يعتمد على السمات المادية لمشاريع البرمجة المعقدة. فالسمات نفسها لا توجد، مثلًا، في أغنية أو رواية. وأيًّا كان الحافز الذي يدفعك نحو البقاء في عالم المشاع بسلع تعاونية معقدة، فإن نفس هذا الحافز لا ينسحب تلقائيًّا على جميع الأعمال الإبداعية. ففي حالة تلك الأعمال، لا يوجد شيء أكثر من العرف ليدعم الاستمرار في

ترك المورد حرًّا. أما مسألة إن كان هذا العرف سيظل على قيد الحياة أم لا — أو كيف سيكون ذلك — فإنها غير واضحة، لي أنا على الأقل.

إلا أنه من الواضح لي، مع ذلك، أنه ينبغي علينا أن نتحاشى نوعًا من الإمبريالية الفكرية. علينا أن نكون منفتحين على الفوارق بين السلع الثقافية المختلفة؛ البرمجيات مقارنةً بالأفلام، الموسيقى مقارنةً بالمقالات العلمية. إن الأعراف التي تساند الإنتاج المجاني في واحدة ليست هي بالضرورة الأعراف التي تسانده في الأخرى. وعلى حد قول بريان بيليندورف، وهو من مؤسسي مشروع أباتشي:

> لا أعلم إن كان هناك عقد اجتماعي أوحد في أوساط الأعمال الثقافية أم لا. أعتقد أنه يختلف في حالة منسقي الموسيقى المسجلة والموسيقى الإلكترونية عنه في حالة الموسيقى الشعبية أو حتى الأنواع المختلفة من الموسيقى الراقصة. [مثال على ذلك] استولى مجتمع آر آند بي دون إذن على الكثير من المسارات والكثير من عينات الأغاني، ومع ذلك ربما يخوض حربًا شرسة ضد اتحاد صناعة التسجيلات الأمريكي في مسألة تنزيل أعمالهم من على الإنترنت وما شابه.

كما يشير إلى فارق آخر مهم:

> إن الكثير من البرمجيات، بطبيعتها، عبارة عن جهد جماعي به الكثير من الإعادات التي تتم بمرور الوقت. وكثير من الوسائط الثقافية — الأغنيات أو المسرحيات أو الأفلام — عبارة عن فرق أصغر حجمًا بكثير، هذا لو كانت هناك فرق من الأساس؛ حيث غالبًا ما تكون الرؤية خاصة بفرد أو اثنين. وهم يصلون إلى جسم مكتمل أو شبه مكتمل للعمل ثم يوضع فيما يشبه كبسولة زمنية ... [ربما] تكون هذه هي نفس الطبيعة التطورية للبرمجيات؛ أي إن المساهمين يغدون ويروحون مع مرور الوقت، وإنك، بالتأكيد، لديك نسخ معينة ذات شهرة وما إلى ذلك، لكنها ليست كالأفلام التي تكون عملًا مكتملًا يشق طريقه نحو دار العرض ويدفع الناس المال من أجل مشاهدته.

إننا بحاجة لفهم تلك الاختلافات حتى نتخيل الخطوط التي سترسمها المجتمعات.

(٦) ليس من المحتمل أن يصير «التشارك المجاني» مصطلحًا مقبولًا

برغم عدم يقيني من الكيفية التي ستتطور بها تلك الأعراف بصفة عامة، فإنه توجد استنتاجات معينة يمكننا التوصل إليها في ثقة، وإليكم إحداها: لن يستمر التشارك المجاني الرقمي طويلًا في هذا العالم. فمن بين جميع الشروط التي سيطالب بها المبدعون المنتمون للاقتصاد التشاركي، سوف يكون الحق في تملك إبداعاتهم محوريًّا بالنسبة لهم.

«التشارك المجاني»؟

في أبريل ٢٠٠٧، أجرت إحدى المعاونات البحثيات المتميزات دراسة مسحية لكل موقع استطاعت العثور عليه يدعو المبدعين إلى «مزج» أو «خلط» المحتوى الذي يقدمه الموقع. غطت دراستها خمسة وعشرين موقعًا. لكنها بينما كانت تتصفح شروط تلك المسابقات المزجية العديدة، صار الفارق الجوهري فيما بينها واضحًا. ففي ٥٦٪ من المواقع، امتلك الفنان أو المؤلف حقوق المزيج الذي صنعه، ليس المحتوى الأصلي الذي مزج بينه، وإنما المزيج نفسه. وكانت نسبة ١٦٪ من تلك المواقع تشترط ترخيص استخدام ذلك المزيج بموجب شكل ما من أشكال الترخيص العام (لا بأس، كل أولئك الذين اشترطوا ترخيصًا طلبوا أن يكون ترخيص مشاع إبداعي). ولكن في ٢٨٪ من تلك المواقع، لم تكن لدى الفنان أو المازج أية حقوق في عمله على الإطلاق. فالفنانة مثلًا هي المبدعة لكنها لا تمتلك إبداعها هذا. كانت حسب المصطلح المحايد تمامًا وغير الاستفزازي الذي انتقيته هنا، مشاركة مجانية.

كانت مسابقات ديفيد بوِي نمطية. فقد اشترط تعاقد بوِي أن المازج بموجبه «يهب، ويبيع، وينقل ملكية، ويتنازل ويتخلى عن ... كافة الحقوق الحالية والمستقبلية، أيًّا كان نوعها أو طبيعتها» من وراء المزيج. كذلك يتخلى المازج عن أية حقوق أدبية قد «يشعر» أنه يمتلكها في المزيج. وكان المازج يمنح للعلامة التجارية لبوِي، وهي سوني، «ترخيصًا غير حصري، غير قابل للرجوع فيه، خاليًا من أي رسوم امتياز، عالميًّا» لأي محتوى يضاف إلى محتوى بوِي لعمل المزيج.[26] وهكذا، إذا ألفت أنت مقطعًا موسيقيًّا وحملته على موقع بوِي كي تمزجه بشيء أبدعه بوِي، فإن بوِي يكون له حرية أخذ هذا المقطع وبيعه، أو استخدامه في موسيقى خاصة به، دون أن يسدد لك، أنت أيها الفنان، أي شيء.

هذا الاتجاه المبتعد عن امتلاك الفنانين لإبداعاتهم ليس بالأمر المستحدث. فلطالما كان يشكل جزءًا من الإبداع التجاري. في أمريكا على سبيل المثال، ينزع مبدأ «العمل

لصالح جهة التعيين» من المبدع أية حقوق في العمل الإبداعي الذي ينجزه لحساب شركة مساهمة، ليصبح حق التأليف والنشر بذلك مملوكًا لتلك الشركة وليس له.

وهذا اتجاه مفزع، يشوه جذريًّا منظومة حقوق التأليف والنشر بتصديره حق التأليف والنشر لكيانات تعيش فعليًّا إلى الأبد. (لهذا السبب، يمنح حق التأليف والنشر الممنوح للبشر طيلة العمر مضافًا إليه سبعون عامًا، ولكن للمؤسسات التجارية، هو مدة ثابتة قدرها خمسة وتسعون عامًا. وللأسف، على عكس السبعين عامًا التي تمنح للبشر بعد الممات، فإنه بعد مرور خمسة وتسعين عامًا لا يزال هناك «فنان» يتوسل باكيًا للكونجرس طالبًا المزيد.)

لكن سواء كان من الممكن أم لا لمبدأ العمل لصالح جهة التعيين أن يزدهر في الاقتصاد التجاري، فإن إحساسي — ودون شك، انحيازي — أن مبدعي الاقتصاد التشاركي سوف تتعالى أصواتهم يومًا بعد يوم مطالبين على الأقل بأن تظل حقوقهم مملوكة لهم.

لقد شهدنا من قبل إحباطًا مماثلًا تختمر أحداثه في سياق «خيال الجماهير»، لا سيما في شأن امتياز فيلم «حرب النجوم». مثلما حدث في قصة هاري بوتر، وعت لوكاس فيلم الدرس مبكرًا، وأدركت أن هناك ملايين يريدون بناء إبداعات على فيلم حرب النجوم، وقليل هم من اعتقدوا أن قواعد حقوق التأليف والنشر تُقَيِّدهم. ومثلما فعلت وارنر، أدركت لوكاس فيلم أن هذه الجماهير يمكنها تقديم قيمة حقيقية للامتياز. وهكذا أسفل لافتة تشجع تلك الثقافة الجماهيرية، عرضت لوكاس فيلم مساحة حرة على فضاء الشبكة العنكبوتية لأي شخص يرغب في إنشاء صفحة للجمهور.

غير أن البنط بالغ الصغر الذي ورد بهذا العرض اعتُبِرَ من قبل الكثيرين غير عادل، وكانت صيغة العقد على النحو التالي:

> ممتلكات حرب النجوم، بما فيها، على سبيل المثال لا الحصر، المنتجات والخدمات والخطوط، والأيقونات، وأزرار الربط، وورق الحائط، ولوحات سطح المكتب، والبطاقات البريدية التي ترسل عن طريق الإنترنت، وبطاقات المعايدة، والسلع التجارية غير المرخص بها (سواء كانت تُباع أو تقايض أو يتم التنازل عنها) محظورة صراحةً. إذا قمت برغم وجود شروط الخدمة هذه بإنشاء أي أعمال مشتقة مأخوذة عن ممتلكات حرب النجوم أو مشتقة منها، فإن هذا العمل المشتق سوف يُعد ويظل من ممتلكات لوكاس فيلم المحدودة. على الدوام.

وترجمة ذلك: «اعملوا بجد هنا، يا جمهور عشاق فيلم حرب النجوم، كي تجعلوا امتيازنا يزدهر، ولكن لا تتوقعوا أن أي شيء ستصنعونه سيكون مملوكًا لكم فعليًّا. إنكم يا جماهير حرب النجوم، مشاركونا المجانيون. فكونوا سعداء بالاهتمام الذي نوليكم إياه. ولكن لا تغتروا كثيرًا.»

أغرت تلك الشروط المعجبين بإثارة شيء من الشغب. وعلى حد قول واحد من كبار المتحدثين باسم المعجبين: «القصة الحقيقية أكثر قبحًا بكثير من ذلك، وليس لها علاقة تقريبًا بتشجيع الإبداع وإنما هي أقرب إلى الإحباط؛ فلا يوجد شيء بريء في عرض لوكاس فيلم على الجماهير أن تخصص لهم مساحة على الشبكة.»[27]

«لا يوجد شيء بريء» من جديد لأن الملكية بأكملها ذهبت إلى لوكاس فيلم. ربما يتفق الجمهور تمامًا على ألا يتربح من وراء عمله؛ وربما يتفقون بالفعل على أنه من العدل أن تكون أية فرصة تجارية تنشأ عن حرب النجوم في نهاية المطاف في متناول جورج لوكاس. (تذكر، كان هذا هو الحس المنطقي الطيب الذي عبرت عنه هيذر لوفر، قائدة حروب بوتر.) غير أن التنازل لا يعني أن الجماهير تؤمن بأن عملها أيضًا يجب أن يكون مملوكًا لجورج لوكاس. وهكذا عندما هجمت لوكاس فيلم نحو النقيض، ردت الجماهير الهجوم.

لكن يبدو أن لوكاس فيلم، لم ترتدع. ففي عام ٢٠٠٧، أطلقت الشركة موقعًا للمزج لتشجيع المبدعين على مزج مشاهد من سلسلة أفلام حرب النجوم بموسيقى من عندهم أو بصور تم تحميلها على خادم لوكاس فيلم. من الذي كان يملك تلك الخلطات؟ لا يجب أن تندهش: لوكاس فيلم. لكنْ هناك بالفعل جزءٌ يستفزني، مثلما كان الحال مع موقع ديفيد بوِي، إذا قمت بتحميل، وليكن، موسيقى كتبتها كي تُدمج ضمن المزيج الذي صنعته، فإنك لا تفقد فقط حقوقك في المزيج، وإنما تفقد كذلك الحقوق الحصرية في موسيقاك أنت. إن لوكاس فيلم تملك الحق الدائم والمجاني في محتواك، سواء لاستخدامه في أغراض تجارية أو غير تجارية. ومرة أخرى: هذا تشارك مجاني.

لست أعني بذلك أن هذا التشارك المجاني الافتراضي يجب أن يكون محظورًا، وإنما أطرح سؤالًا عن أي أنواع الكيانات الهجينة التي من المحتمل أن تزدهر. إن الكيان الهجين الذي يحترم حقوق المبدع — سواء المبدع الأصلي أو المازج — هو الأقرب إلى النجاة من ذلك الذي لا يحترمها. وهذا ليس بسبب أن الجميع سوف يُعنى بحقوق الملكية التي يقدمها موقع معين. فهم لن يفعلوا. غير أن الفوز في المنافسة تحدده دومًا

فروقات ضئيلة. واليد الغليظة المبالغة في ادعاء الحق التي يتمتع بها محامي هوليوود النمطي ليست سوى نوعٍ من الحماقة الكفيلة على الأرجح بإفساد نجاح الكيان الهجين التي لولاها لحقق النجاح.

فكر مرة أخرى فيما يقوله موقع لوكاس فيلم للأطفال الذين يدعوهم للمزج باستخدام عمل لوكاس. لا يشك امرؤ في أن إسهام لوكاس في هذا الموقع مميز. فامتياز حرب النجوم واحد من أثمن الامتيازات على مر التاريخ، وهو مبدع ويدفعك دفعًا للإبداع، ليس فقط بالنسبة لجيلي، وإنما لأي شخص. ما من أحد قد يظن أن لوكاس ملزم أدبيًّا بالتنازل عن ملكية ذلك العمل (على الأقل خلال الفترة «الزمنية المحدودة» التي يسري خلالها حق التأليف والنشر). فهذا الإبداع من حق لوكاس تمامًا.

ولكن عندما يدعو لوكاس الآخرين للمزج اعتمادًا على ذلك الإبداع، فإنه يفعل ذلك لسبب ما، سبب مالي؛ إنه يرغب في الاستفادة من عمل آلاف الأطفال كي يجعل محتواه الأصلي أكثر ترغيبًا في مشاهدته. وهذا بدوره، يجعل الامتياز أعلى قيمة.

من الممكن لهذا الهدف ألا تشوبه شائبة، على الأقل من وجهة نظري أنا. فهذا بالتحديد هو الأسلوب الذي يتبعه كل كيان هجين، ولا يجب عليك أن تشعر بالتقزز عندما تعلم أن من بين أهداف أولئك الذين داخل نطاق الكيان الهجين، تحقيق الربح.

ولكن مع أن هدف الربح في حد ذاته لا يمثل مشكلة، فإن الأسلوب الذي يتحقق به هذا الربح هو الذي من الممكن أن يكون مشكلة. إن إبداء الاحترام، أو الاستهانة، الذي تعبر عنه الشروط التي يتم بموجبها صنع هذا المزيج تقول شيئًا للمازج عن القيمة التي يُثمَّن بها عمله. إذن مرة أخرى، عندما يدعي لوكاس لنفسه كافة حقوق الربح من وراء مزيج ما، أو عندما يدعي لنفسه حقًّا مستديمًا في تحقيق الربح من المزيج، فإنه بذلك يعرب عن وجهة نظر في إبداعه مقارنةً بإبداع الآخرين: فيما هو أهم، فيما يستحق الاحترام.

إن نقدي هذا موجه للمحامين الذين صاغوا نصوص تلك الاتفاقيات (إذ إنني على يقين من أن جورج لوكاس، وهو من أهم المساهمين في المجال التربوي، ليست له علاقة البتة بانتقاء تلك الشروط)، ولسوف تبدو مخاوفي عجيبة. لقد أمضوا حياتهم المهنية بأكملها يبرمون اتفاقيات أشبه بتلك. فالاتفاقيات التي تتم بين شركات الوسائط، أو بين شركات وسائط وفنانين، ليست خطابات غرامية. إنها لا تعرب عن احترام متبادل. فوظيفة المحامي (الذي يعمل في الاقتصاد التجاري على الأقل) أن يحصل على أقصى

ما يمكنه الحصول عليه. إن عليه أن يحصل لموكله على أقصى ما يستطيع. فالعدالة الاجتماعية لا تقع ضمن نطاق عمله.

غير أن أولئك المحامين هم الأقرب إلى الإخفاق داخل هذه البيئة الجديدة. فلم تتطور لديهم أية غرائز أو مدارك عقلية من الضروري توافرها من أجل بناء الولاء والاحترام حيال أولئك المندرجين تحت لواء الاقتصاد التشاركي، والذين يعتمد عليهم موكلوهم. وشأن المحامين الذين كانوا يعملون لحساب أعداء النقابات العمالية في مطلع القرن العشرين، فهم يتباهون تحديدًا بالسلوك الذي سيتسبب في أكبر أذى يلحق بموكليهم.

لكن سوف يعلمهم الآخرون، ليس من خلال المحاضرات أو الامتحانات، وإنما من خلال النجاح الذي سيحققه آخرون في السوق، والذي لن يستطيعوا هم (أو بالأحرى موكلوهم) تحقيق مثله. فسوف تكافئ الأسواق التنافسية السلوك السليم. وهذا أمر بالغ السوء لموكليهم، لكنَّ المحامين لا يعلمون إلا القليل عن الأسواق التنافسية. (بل إن أساتذة القانون الذين يدرسون بالجامعات يعلمون أقل منهم.)

(٧) يمكن للنظام الهجين أن يساعدنا على الحيلولة دون تجريم الشباب

مع تطور الهجائن في مجال الثقافة، تعلمت أنجحها أن التشجيع على الإبداع القانوني هو مفتاح تشجيع قيام نشاط ناجح ومتعافي البدن. إن المعاناة التي واجهتها شركات من أمثال يوتيوب عند تعاملها مع كل من الدعاوى المشروعة وغير المشروعة من قبل حائزي حقوق التأليف والنشر؛ جعلت الآخرين يخططون مسبقًا لتلك التعقيدات. إن بليب دوت تي في، على سبيل المثال، تمكن المستخدمين دون مواربة من تمييز عملهم الإبداعي بعلامة دالة على الحريات التي ينوون لتلك الأعمال أن تتسم بها. وتشترط نسخةُ سوني من يوتيوب في اليابان، وهي آيفيو، على محمِّلي المقاطع على الشبكة؛ التحققَ من حرية التشارك في المحتوى الذي ينوون تحميله.

ومع تحول هذا النموذج ليصبح هو العرف السائد، فإنه سوف يغير العالم الذي يحدث في إطاره هذا الإبداع المزجي. سوف يتحول التركيز نحو الإبداع وحده؛ ولن تعود الشروط التي يحدث ذلك الإبداع في ظلها — و«القرصنة» المستخدمة في صنعه — أمرًا مشوقًا. إن باستطاعة الهجين تمهيد الطريق نحو إبداع مزجي مشروع، ومن الممكن للحافز الذي تقدمه السوق أن يوجه عملية إصلاح سوقي لجعل هذا الشكل من أشكال التعبير أمرًا مسموحًا به.

لا أعتقد أن هذا الحافز السوقي وحده سوف يكون كافيًا. سوف يكون من الضروري أيضًا إجراء تغييرات سياسية، لكن هناك أمرًا رائعًا بعينه في مسألة الديمقراطية في أمريكا؛ ألا وهو أنه عندما تبين السوق الحكمة من منح درجة ما من الحرية، فإن السياسيين ينصتون لها أحيانًا على الأقل. ومع تَبَوُّءِ سوق الهجائن أهمية أكبر، فإن الحريات التي ستعتمد عليها الهجائن سوف تصير أكثر وضوحًا يومًا بعد يوم لواضعي السياسات.

الجزء الثالث

تمكين المستقبل

في القرن العشرين، ازدهرت ثقافة القراءة فقط. ومن الممكن أن تحقق نجاحًا أكبر خلال القرن الحادي والعشرين. ومن الممكن أن تصير مجموعة غير عادية من الثقافات المتنوعة متاحة، وبسعر رخيص في أي زمان ومكان، سوف تكون الإتاحة هي العرف السائد، لا الاستثناء.

قبل مقدم القرن العشرين، ازدهرت ثقافة القراءة والكتابة، وكان من الممكن للقرن العشرين أيضًا أن يجعلها أفضل. لقد عملت التقنيات الرقمية على إضفاء صبغة الديمقراطية على القدرة على الإبداع وتجديد الإبداع في الثقافة من حولنا. لقد بدأ أطفالنا لتوِّهم يبينوا لنا كيف يبدعون وهم ينشرون الثقافة، ولقد بدأنا لتونا نشهد كيف ينمو فهمهم بالتواكب مع انتشار أسلوب المزج، ولا سيما وهو يصير جزءًا من اقتصاد هجين.

لم يسبق من قبل أن أتيحت الفرصة الحقيقية للاقتصاد الهجين ليكون حقيقة واقعة، ولم يحدث من قبل أن كانت هناك فرصة بمثل هذه القوة للكيانات التجارية الداعمة للاقتصادات التشاركية، أو للاقتصاديات التشاركية أن تستغل الفرص التجارية. إن الفرصة السانحة للاقتصاد الهجين تَعِد بتحقيق قيمة غير عادية. أما الكيفية فهي غير واضحة. بالتأكيد لن يأتي هذا بصورة تلقائية، ولا بسهولة. غير أن التكنولوجيا منحتنا الآن الفرصة لدفع الجهد الإنساني في اتجاه خير غير عادي. يمكن لرواد الأعمال أصحاب الرؤية المستنيرة والدهاء أن يحولوا تلك الفرصة إلى ثروة حقيقية.

وهكذا يمكن أن يكون المستقبل الذي ينتظرنا على الشكل التالي: ثقافة قراءة فقط أفضل حالًا، وثقافة قراءة وكتابة أكثر حيوية وتألقًا، وعالم مزدهر من الكيانات الهجينة.

وهذه الصورة تناقض تمامًا التوازنات المظلمة التي تقدمها الحرب الدائرة الآن. إنها ترفض فكرة أن تحرير القدرة على الإبداع في تقاليد القراءة والكتابة معناها التنازل عن أي خير من جانب ثقافة القراءة فقط. إنها ترفض فكرة أن ثقافة الإنترنت يجب أن تتناقض مع الربح، أو أن على الربح أن يدمر ثقافة الإنترنت. إنها صورة تنبئنا بمستقبل ملؤه التفاؤل، وهو تفاؤل علينا جميعًا أن نحتضنه.

غير أن التفاؤل ليس وعدًا، ولا هو خطة؛ إنه على أقصى تقدير سبب لوضع خطة، إنه حافز لتقديم وعود واقعية، وفي مواجهة ذلك الحافز، نحن بحاجة لخطة لجعل هذا المستقبل واقعًا ملموسًا. وكي يتحقق هذا المستقبل، علينا القيام بتغييرات حقيقية: تغييرات في القانون، وتغييرات فينا نحن.

الفصل التاسع

إصلاح القانون

ينظم قانون حقوق التأليف والنشر شئون الثقافة في أمريكا. ويجب تعديل قانون حقوق التأليف والنشر؛ تعديله، لا إلغاؤه. إني أرفض الدعاوى الصادرة من كثيرين (من أصدقائي) المطالبة بإنهاء العمل بقانون حقوق التأليف والنشر. فلا ثقافة القراءة والكتابة ولا ثقافة القراءة فقط يمكنهما الازدهار بحق بدون وجود حقوق تأليف ونشر. غير أن هيئة قانون حقوق التأليف والنشر اليوم ومداه صارا بحق شيئًا من الماضي. لقد حان الوقت كي يبدأ الكونجرس في إجراء تَحَرٍّ جاد للأسلوب الذي يمكن بواسطته نقل تلك المنظومة الهائلة من التشريعات المتصفة بقدر هائل من انعدام الفعالية إلى القرن الحادي والعشرين.

إن تقديم تلك الخطة الشاملة ليس هو الغرض من هذا الكتاب، وإنما سأرسم في هذا الفصل رسمًا ارتجاليًّا، أحدد فيه ملامح خمسة تعديلات في القانون من شأنها أن تحسن جذريًّا من علاقته بإبداع القراءة والكتابة، وهذه بدورها سوف تحسن بصورة مؤثرة من حالة سوق الشركات الهجينة. ليس من شأن أي من تلك التعديلات أن تهدد، ولا بمقدار مليم واحد، السوق القائمة للعمل الإبداعي الذي تدافع عنه اليوم بكل ما أوتيت من شراسة صناعة المحتوى. وتلك التعديلات معًا سوف تسهل كثيرًا من جعل المنظومة أكثر تفهمًا للإمكانات الإبداعية للتكنولوجيا الرقمية.

(١) تحرير إبداع الهواة من سيطرة التشريعات

التغيير الأول هو أكثرها بديهية: إننا بحاجة لاستعادة قانون حقوق تأليف ونشر يترك «إبداع الهواة» حرًّا غير خاضع للتنظيم التشريعي، أو بعبارة أخرى، نحن بحاجة إلى إعادة إحياء ذلك النوع من الغضب، الذي شعر به سوزا جراء نفس فكرة أن يقوم

القانون بتنظيم سلوك «شبان يغنون سويًّا أغنيات من الحاضر والماضي.» كان هذا هو تاريخنا. شجع هذا التاريخ نطاقًا واسعًا من إبداع القراءة والكتابة، وحتى لو أغرانا القرن العشرون بالدخول في غيبوبة «الاسترخاء على الأريكة مع كيس البطاطس»، فلا يوجد مبرر أبدًا لتلك الغيبوبة بمهادنة ذلك التغيير الجذري الذي يفرضه القانون الآن في سياق التكنولوجيا الرقمية؛ ذلك التنظيم التشريعي المفروض، مرة أخرى، على ثقافة الهواة.

كان من الممكن بمنتهى البساطة تحاشي ذلك التنظيم القانوني عن طريق استثناء الاستخدامات «غير التجارية» من مجال الحقوق الممنوحة لقانون حقوق التأليف والنشر. لا شك أنه من العسير رسم هذا الحد الفاصل، لكن القانون رسمه بالفعل في العديد من السياقات المختلفة لحقوق التأليف والنشر، فهناك ثماني فقرات من قانون حقوق التأليف والنشر تميز صراحةً ودون مواربة بين تطبيقاته بناء على الفارق بين الاستخدام التجاري وغير التجاري.[1] ومن الممكن أن تتطور الحصافة التشريعية كي تساعد على توجيه ذلك الفصل هنا أيضًا.

يجب عمل هذا الاستثناء على الأقل من أجل المزج غير التجاري، أو مزج الهواة. لنأخذ على سبيل المثال، الجدول التالي:

	«النُّسخ»	المزج
احترافي	©	©/مجاني
هواة	©/مجاني	مجاني

تميز الصفوف بين إبداع المحترفين وإبداع الهواة. ففيديو اليوتيوب الذي عرض لطفل ستيفاني لينز ابن الثلاثة عشر شهرًا إبداع هواة؛ ومزيج دي جيه دينجر ماوس الذي يجمع بين ألبوم البيتلز «وايت» وألبوم جاي زي «بلاك» إبداع محترفين. أما الأعمدة فتفرق بين ما هو مزيج وما ليس مزيجًا، أو ما أسميه «النُّسخ». والمزيج هنا يعني العمل التحويلي، أما «النُّسخ» فتعني جهود لا تبذل بهدف تغيير العمل الأصلي، وإنما تعني ببساطة جعله متاحًا بصورة أكبر.

إذن مع وجود تلك المصفوفة الشبكية، يمكننا الآن أن نرى على الأقل مثالًا واحدًا واضحًا على الموضع الذي ينبغي تحرير الثقافة عنده؛ ألا وهو المزج الذي يقوم به الهواة. فلا يوجد مبرر مقنع لأن يفرض قانون حقوق التأليف والنشر سطوته التنظيمية على هذا النوع من الإبداع. هناك أسباب كثيرة — سواء من حيث التكاليف أو الإبداع — تدعو القانون لترك هذه الجزئية حرة. على أقل تقدير، يجب على الكونجرس أن يستثني تلك الفئة من العمل الإبداعي من اشتراطات إبراء الحقوق اللازمة للإبداع.

على النقيض، فإن نُسخ العمل الاحترافي ينبغي أن تستمر تحت مظلة التنظيم بالقانون بالأسلوب المعتاد. ويبقى الحق في توزيع تلك النسخ، وفق ذلك النموذج، في نطاق السيطرة الحصرية لحائز حقوق التأليف والنشر، ويمكن أن يظل الحق في توزيع تلك النسخ، في ظل هذا النموذج، في نطاق السيطرة الحصرية لحائز حقوق التأليف والنشر.

أما المزج الاحترافي وتوزيع الهواة فهما حالتان أكثر تعقيدًا. ينبغي أن يكون هناك مساحة عريضة من الحرية للمحترفين كي يستخدموا عملًا متمتعًا حاليًّا بحماية حقوق التأليف والنشر في عمل المزيج، ولا توجد مبررات قوية لإبداء قلق عظيم من توزيع الهواة للعمل الإبداعي أو توزيعه لأغراض غير تجارية؛ على الأقل في حالة اتباع خطة التعويض الذي سأصفها لاحقًا. ومن ثم يمكن لهاتين الفئتين أيضًا أن تخضعا لتنظيم تشريعي جزئي. ولكن لا ينبغي تحرير أي منهما بالقدر الذي يمارس مع مزج الهواة.

ماذا عن «الاستخدام العادل»؟ إنني لا أقصد مبدأ الاستخدام العادل، وإنما أعني الاستخدام الحر. الاستخدام العادل يتمتع بأهمية حاسمة كصمام أمان داخل نطاق قانون حقوق التأليف والنشر. غير أنه يظل — وربما كان هذا من الضروري — عملية موازنة بالغةَ التعقيد، وعبئًا غير لائق على الإطلاق على معظم المبدعين الهواة. وتوصيتي هي أن يستثني الكونجرس مجال العمل الإبداعي من اشتراطات الاستخدام العادل أو تقييد حقوق التأليف والنشر. المسألة ليست أن على المحاكم أن تعثر على سبل لموازنة النظام وضبطه على الاستخدام العادل. على العكس، على الاستخدام العادل أن يظل جزءًا مصيريًّا من أي إبداع احترافي.

ولكن ماذا يحدث عندما يرغب كيان تجاري ما في استخدام هذا الإبداع الذي صنعه الهواة؟ وماذا يحدث عندما تبدأ يوتيوب في وضعه على موقعها؟ أو عندما ترغب محطة إن بي سي في إذاعته؟

في تلك الأحوال، يكون الحد الفاصل غير التجاري قد اجتيز، ويكون من الواجب سداد مقابل للفنانين دون مواربة، على الأقل كلما كان السداد ممكنًا. فلو أن وليًّا لأمر طفل قام بعمل مزيج بين صور ذلك الطفل وبين أغنية لجيلبرتو جيل (وهو ما فعلته أنا مرارًا)، حينئذ عندما تجعل يوتيوب مزيج الهواة متاحًا لعموم الجمهور، فإن شيئًا من التعويض لجيل يكون أمرًا لائقًا؛ تمامًا مثلما يحدث، على سبيل المثال، عندما يسمح مسرح شعبي مملوك للمجتمع للجيران بأداء عرض يتكون من سلسلة من الأغاني التي يؤديها الجيران، في هذه الحالة يفرض الأداء العلني لتلك الأغنيات التزامًا تجاه حقوق التأليف والنشر (يكون مغطى عادةً بترخيص شامل يصدره مسرح المجتمع). هناك الكثير من النماذج في إطار قانون حقوق التأليف والنشر لضمان هذا السداد. لطالما كانت جمعيات التحصيل تقدم حلولًا لتلك المشكلات المعقدة المتعلقة بالحقوق. إن أنظمة منح الترخيص الإجبارية — والتي فيها إما يحدد القانون سعرًا معينًا، أو يحدد عملية لتحديد السعر تحكم استخدامًا بعينه للعمل المتمتع بحقوق التأليف والنشر — تؤدي الدور نفسه.[2] والهدف في كلتا الحالتين إيجاد وسيلة بسيطة وزهيدة التكلفة لضمان السداد مقابل الاستخدام التجاري. ولا بد أن يكون الهدف أيضًا — حسب زعمي — تفاديَ حظر الاستخدام غير التجاري أثناء عملية حماية الاستخدام التجاري.

ليس هذا هو التوازن الذي يحققه القانون في الوقت الراهن. على العكس من ذلك، فإن القانون اليوم ينص على أن عمل الهواة غير قانوني، غير أنه يمنح يوتيوب حصانة تيسر لها التربح بصورة غير مباشرة من عمل قام أحد الهواة بمزجه. هذه مجرد ردة للخلف، ومن الملائم إجراء إصلاح تشريعي لإعادة الأمر إلى نصابه السليم.

معظم هؤلاء الذين من الممكن أن يقاوموا هذا النوع من المقترحات لا يقاومونه من أجل المال. إن هوليوود لا تتوقع تحقيق الثراء على حساب مزيج صنعه طفلك، ولا هي تملك نموذج عمل يتم بموجبه الترخيص للأطفال الفقراء باستخدام العمل نظير مقابل زهيد. فما يقلقها مسألة سُمعتها. ماذا لو أسيء استخدام أحد المقاطع؟ وماذا لو أن النازيين أداروه على موقعهم على الشبكة العنكبوتية؟ ألن يتساءل الناس عن السبب الذي دفع كيت وينسلِت لتأييد الرابطة الوطنية للبنادق؟ (لا تقلق، فهي لم تفعل.)

من قبيل المفارقة أن مصدر هذه المشكلة لا يعود إلى غياب السيطرة. بل إن منبعها فرْض قدر مفرط من السيطرة. لما كان القانون يسمح لحائز حقوق التأليف والنشر بالاعتراض على الاستخدام، فإن على مالك تلك الحقوق أن يساوره القلق من سوء

الاستخدام. والحل لمشكلة هذا القلق فرض قدر أقل من الهيمنة. فلو أن المالك لا يمكنه السيطرة على الاستخدام، فإن سوء الاستخدام حينئذ لن يقع ضمن مسئولية المالك.

فكر في هذا المثال الموازي الذي سيجعل تلك النقطة أكثر وضوحًا. مثلما يعلم كل أمريكي بكل تأكيد، فإنه طيلة ما يقرب من قرن منذ أن وضعت الحرب الأهلية أوزارها، استمر التمييز العنصري يعكر صفو مثالية المساواة التي ندعيها. واتخذت المحكمة العليا خطوة مهمة نحو تغيير تلك الحقيقة تغييرًا جذريًّا في عام ١٩٥٤، عندما أصدرت حكمها بأن التمييز العنصري الذي ترعاه الولايات غير دستوري. لكن المساواة لم تحقق أي تقدم حقيقي على الإطلاق إلا بعد أن بدأ الكونجرس في سن تشريع الحقوق المدنية خلال الستينيات.

كان يقع في مركز القلب من ذلك التشريع الجديد قانون الحقوق المدنية لعام ١٩٦٤، الذي حظر — ضمن أشياء أخرى حظرها — التمييز بين السود والبيض في الأماكن العامة، ومن بينها المطاعم، والحانات، والفنادق. وكان من بين الشهود الكثيرين الذين تم استدعاؤهم لجلسات الاستماع بالكونجرس كمؤيدين لهذا التشريع الفيدرالي الخاص بالأماكن «العامة»؛ مالكو المطاعم والفنادق في ولايات الجنوب.[3]

تبدو تلك الحقيقة محيرة للوهلة الأولى. فما السبب الذي يجعل الشريحة المستهدفة من مجموعة موسعة من القوانين الفيدرالية تأتي لتشهد لصالح فرض تلك التشريعات؟ تفسير هذا لا يكمن في الأيديولوجية: فهؤلاء الشهود لم يتبنوا مبدأ الاندماجية لأسباب تتعلق بالمبادئ أو العدالة. وإنما كانوا راغبين في أن ترغمهم الحكومة على القيام بشيء يخدم دوافعهم الاقتصادية.

حسبما شرح الشهود من حيث المبدأ، فإنهم كانوا راغبين في تقديم الخدمة للأمريكيين المنتمين للأصول الأفريقية. لقد قيد الفصل العنصري أسواقهم. غير أنهم لو فتحوا الأبواب ببساطة طواعية أمام الأمريكيين المنتمين لأصول أفريقية، فإن البيض سوف يقاطعون مطاعمهم. إن دعوة السود للدخول سوف ينظر إليها حينئذ باعتبارها مناصرة لقضية السود. وكانت مناصرة قضايا السود في الجنوب الأمريكي تُعد أمرًا يستوجب توقيع العقاب على مرتكبه. غير أنه لو ألغت الحكومة أي خيار متاح أمام المطاعم، فإن ساعتها يكون فتح الأبواب أمام الأمريكان السود أمرًا مبهمًا؛ فقد يعود لكونهم مناصرين للسود، وربما كان بكل بساطة بسبب اتباعهم للقانون. ووفق هؤلاء الشهود، كان من شأن ذلك الغموض أن يمنع حدوث أية ردود أفعال انتقامية. وكان من الممكن إنهاء التمييز العنصري بدون الاضطرار لدفع ثمن من أجل إنهائه.

لأسباب مشابهة للجدل الذي دار حول الحقوق المدنية، يمنح قانون حقوق التأليف والنشر مالكي حقوق التأليف والنشر سلطة تفوق في حجمها ما كانوا راغبين فيه. أو بعبارة أخرى، مثلما كان حال مالكي المطاعم الجنوبيين، ينبغي عليهم أن يطالبوا القانون بإزالة بعض من الحقوق التي يمنحهم إياها حاليًّا.

لماذا؟ حسنًا، فكر مرة أخرى في موضوع وارنر وعلاقتها بثقافة جماهيرها. لقد تبين لوارنر ما صار كثيرون الآن يتفهمونه: هذا الاهتمام المسيطر على عقول الجماهير يجعل امتيازها أكثر قيمة. إن «القرصنة» التي تقع عندما يأخذ واحد من الجمهور مقطعًا من فيلم هاري بوتر ليضعه على موقعه قرصنة منتجة. إنها تزيد من قيمة هاري بوتر. ووارنر هي التي تجني النفع من وراء ارتفاع تلك القيمة.

لكن على حد قول مارك براندون فيما أبداه من ملاحظة هو على حق فيها، فإن قانون العلامات التجارية يفرض بعض الالتزامات على مالك العلامة التجارية. وهو ما يعني أنه من الناحية التقنية، يجب أن يساور وارنر القلق من مسألة أي محتوى سترخص باستخدامه وأيها لن تفعل. بعض تلك المخاوف ذات هدف طيب: فالمواقع التي تحول محتوى وارنر لعمل تجاري تلتهم جزءًا من أرباح وارنر. غير أن بعضًا من تلك المخاوف ببساطة مخاوف سياسية، مثل محتوى يوضع على موقع يروج للثقافة الجنسية، أو يناهض الإجهاض.

على وارنر أن تلاحق تلك الاستخدامات؛ لأن عدم قيامها بذلك قد ينظر إليه باعتباره تأييدًا لاستخدامات معينة. إن كون هذا من حقوق وارنر يعني أيضًا أن المسئولية ملقاة على عاتق وارنر. إن أي أُم تعارض أسلوبًا معينًا لاستخدام مادة وارنر قد يحق لها أن تقول لشركة وارنر: «هذا خطؤك أنتِ لأنك كنتِ قادرة تمامًا على أن تقولي «لا» لهذا الأمر.»

تمامًا مثلما كان صاحب المطعم الجنوبي حرًّا في منع زبائنه السود من دخوله، كانت تلك الحرية تعني المسئولية، حتى ولو لم تكن لتلك المسئولية أية علاقة بالهدف النهائي أو الربح الذي سيحققه المطعم.

فلو كان القانون ينص على تقليص حقوق وارنر بأن يستثني من الخضوع لقانون حقوق التأليف والنشر أي استخدام غير تجاري للعمل الإبداعي، فإن وارنر ساعتها لن تعد مسئولة. وعندما يعترض أحد الآباء على استخدام هاري بوتر على موقع يروج في الوقت نفسه لمثاليات جمهورية/ديمقراطية، فسوف يكون الرد العادل تمامًا ساعتها من

قبل وارنر: «لا يمكنني عمل أي شيء حيال ذلك. لا نملك الحق في تنظيم الاستخدام غير التجاري. هذا الموقع يستخدم المحتوى بصورة محضة استخدامًا غير تجاري.» وهكذا ستنتهي مسئولية وارنر عند الموضع الذي لا تملك فيه وارنر حقوقًا. ويكون التزامها تجاه الحفاظ على نقاء منتجاتها مقصورًا على السياقات التي تؤثر فيها التجارة على استخدام منتجاتها.

لن يلغي هذا الحد مسئولية وارنر وحسب، بل إنه سيزيد كذلك حجم أرباح وارنر، على الأقل في حالة الأعمال الملهمة لمجتمع من المعجبين؛ إذ إنه مع إزالة العائق القانوني أمام عمل الجمهور ستزداد أعداد الجماهير التي ستسهم بأعمالها، وكلما زاد عدد من يكرسون جهودهم نحو المنتجات الإبداعية لوارنر كان هذا أفضل لها.

فخفض حجم السيطرة هنا معناه المزيد من الربح، وإلغاء الحق في جزء من السيطرة سوف يكون بذلك تغيرًا أوليًّا وقيمًا، يمكن للكونجرس تحقيقه باتجاه تمكين هجائن القراءة والكتابة من الازدهار.

(٢) إبراء الحقوق

عندما أعلنت جوجل عن خططها الرامية لوضع ١٨ مليون كتاب في صيغة رقمية، استشاط محررو وول ستريت جورنال غضبًا. كتبت الجريدة تقول: «هناك نغمة استسهال للأمور في سلوك جوجل، تسهم في تكوين «صورة ذهنية» تروج لإبداء الاحترام لمشاريع من عينة جوجل برِنت واعتبارها مشاريع خيرية.» وتعود الجريدة لتحذر: «ولكن، نفس نشاط تحويل ملايين الكتب إلى الصيغة الرقمية وتخزينها ... يثير قضية قانونية خطيرة.» كانت جوجل متجاهلة لتلك القضايا، وحسبما اتهمتها الجريدة: «كانت الملكية الفكرية من الأهمية بمكان للآباء المؤسسين بحيث ذكرت صراحةً في الدستور. وإننا لنفترض أنه عندما تقول جوجل «لا تكن شريرًا» فإن هذه العبارة تحوي في طياتها وصية «لا تسرق».»[4] (واقع الأمر، لا يذكر الدستور صراحةً في نصوصه «الملكية الفكرية»، بل يتحدث عن «الحقوق الحصرية» في «المؤلفات والاكتشافات» المعروفة باسم الاحتكارات. والقول بأن هذا يعني أن واضعي الدستور آزروا الملكية الفكرية، يشبه القول بأنهم آزروا «الحرب»؛ لأن الدستور يذكرها أيضًا.)

في هذه الحالة، أغفل المحررون حقيقة أصيلة خاصة بحق الملكية؛ وهي جوهر حقوق التأليف والنشر. حقوق التأليف والنشر عبارة عن ملكية، ولكنها وفق ما هو

مذكور بالدستور حاليًّا تعد أكثر نظم الملكية التي عرفها الإنسان انعدامًا في كفاءتها. هذا الانعدام في الكفاءة يعد هو المبرر الجوهري وراء ادعاء جوجل بأن من المسموح لها استخدام هذا المحتوى مجانًا. «الاستخدام العادل» بعبارة أخرى، يعتمد في عمله على هذه «الكفاءة المعدومة».

ولنبحث في أمر بعض الإحصاءات. من بين الثمانية عشر مليون كتاب التي عمدت جوجل إلى مسحها ضوئيًّا، يوجد ١٦٪ متاحة لعموم الناس و٩٪ لا تزال تصدر منها طبعات وتتمتع بحقوق التأليف والنشر؛ بما يعني أن هناك ٧٥٪ لم تعد تطبع غير أنه من المفترض أنها تتمتع بحقوق التأليف والنشر.[5]

ما معنى كلمة أنها لم تعد تطبع؟ أهم نتيجة عملية لهذا أنه من المستحيل واقعيًّا تحديد مالكي حقوق التأليف والنشر للأعمال التي لم تعد تطبع. مستحيل تحديدًا لأن الحكومة أخفقت بهذا إخفاقًا تامًّا في المحافظة على حقوق ملكية تلك الحقوق؛ فلا يوجد سجل لتحديد مالكي الأعمال المتمتعة بحماية حقوق التأليف والنشر، ولا يوجد حتى قائمة بأي الأعمال منها تتمتع بحقوق التأليف والنشر. وبالنسبة لأي جهة تسعى لإتاحة الثقافة بنفس الطريقة التي اتبعتها جوجل تمامًا، فإن النظام القائم يجعل من هذا الأمر مستحيلًا، على الأقل لو كان التصريح مطلوبًا لأي استخدام بعينه.

هذه المشكلة ليست قاصرة على جوجل وحدها. تدبر مثلًا مشروع رواية القصص الرقمي التابع لجامعة هيوستن. كما شرحت من قبل، فإن الغالبية من طلاب جامعة هيوستن ليسوا من الناطقين بالإنجليزية كلغة أم؛ فكثير منهم من المهاجرين. وقد نشأ معظمهم في أسر لم تكن الإنجليزية فيها هي اللغة الأم. ويخلق هذا الخليط فجوة لغوية مهمة: فبعض الطلاب يتحدث الإنجليزية بصورة أفضل كثيرًا من غيره، بما يعني أن أية مهمة تعتمد حصريًّا على استخدام الكلمات سوف تكون عبئًا على البعض أكثر من غيره.

وفي استجابة منها لذلك الاختلاف، بدأت هيوستن مشروع رواية القصة رقميًّا. ودُعي الطلاب لصنع مقاطع فيديو قصيرة تحكي كل منها قصة حقبة ما من التاريخ الأمريكي. وكان على القصص أن تمزج بين الصور والأصوات المنتمية للحقبة، بأسلوب يعيد بعث التاريخ من جديد. ولكن بينما كان هؤلاء الطلاب يستكشفون تسجيلات يعود تاريخها إلى فترة الكساد، أو صورًا فوتوغرافية من الحرب الكورية، ما المسموح لهم بصنعه بها؟ إنني لا أتحدث هنا عن أفلام ديزني، أو عن أعمال مجمَّعة من أعظم موسيقيي الجاز الأمريكيين. وإنما أتحدث عن أعمال مغمورة لا يمكن العثور على مالكيها.

كان لدى محامي الجامعة حل بسيط: لم يكونوا سعداء بالاستخدام دون تصريح، غير أنه كان في استطاعتهم تجاهله طالما أن المشروع لا يتيح لأي شخص مشاهدة العمل. كان من المسموح لهؤلاء الصغار أن يبدعوا، ولكن ما أبدعوه لم يكن باستطاعة أي شخص بخلاف معلمهم أن يشاهده.

ومرة أخرى نقول إن هذا أمر غير منطقي؛ فلا يوجد خاسر من جراء استخدام هؤلاء الشباب، فالقانون عليه ألا يمنع ذلك على الإطلاق. غير أن الغموض المسيطر حاليًّا على قانون حقوق التأليف والنشر يجعل مصير هذا المشروع، وآلاف المشاريع غيره، غامضًا. وذلك دون سبب وجيه يتعلق بحقوق التأليف والنشر.

إن التقنيات الرقمية تجعل من الممكن — للمرة الأولى في التاريخ — تنفيذ ما ظل جيفرسون يحلم به عندما أسس مكتبة الكونجرس: «استدامة مجموعة عالمية من المعرفة والإبداع والمحافظة عليها من أجل الأجيال القادمة.» وتقل شيئًا فشيئًا تكلفة تحويل كل قطعة من ماضينا إلى الصيغة الرقمية وجعلها متاحة حتى تكاد تلك التكلفة لا تذكر. على أقل تقدير، النفقات التقنية لا تذكر. أما التكاليف القانونية، على الجانب الآخر، فإنها تزيد من قدر الإحباط يومًا بعد يوم. إن الغموض يدمر مستقبل العديد من تلك المشاريع. ولا يستطيع تنفيذ أي مشاريع إلا الشركات القادرة على تحمل وطأة ذلك الغموض غير العادي.

هذا الواقع سخيف. فالمهمة الأساسية لقانون حقوق التأليف والنشر هي حماية حياة الإبداع التجارية. وبرغم وجود استثناءات من ذلك، فإنه في الغالبية العظمى من الحالات، تنتهي تلك الحياة التجارية عقب فترة بالغة القصر.[6] ولا يوجد مبرر وجيه متعلق بحقوق التأليف والنشر لكي يتدخل القانون في المحفوظات أو في عمل الجامعات التي تسعى نحو تحويل ماضينا الإبداعي للصيغة الرقمية وجعله متاحًا. ومع ذلك فإن القانون يفعل هذا.

يمكن حل تلك المشكلة بسهولة نسبية عن طريق تطبيق ابتكار قديم قِدَم قانون حقوق التأليف والنشر الأمريكي.

طيلة أغلب حِقَب تاريخ حقوق التأليف والنشر في أمريكا (١٨٦ عامًا من ٢٢٠ عامًا، إذا شئنا الدقة)، كانت حقوق التأليف والنشر منظومة تشريعية تعمل وفق مبدأ الحق في الاشتراك. فأنت لا تحصل على استفادة من حماية حقوق التأليف والنشر إلا إذا طلبت الحصول عليها. أما إذا لم تطلبها بالأسلوب الملائم — أي إذا لم تسجل عملك،

وتميزه برمز حقوق التأليف والنشر، وتودعه في مكتبة الكونجرس، وتجدد حق التأليف والنشر بعد مرور الفترة المبدئية — فإن عملك ينتقل إلى المنفعة العامة. ولم تزعج تلك الحقيقة أغلب من نشروا أعمالًا إبداعية في أمريكا. طيلة فترات طويلة من ذلك التاريخ، لم تحصل معظم الأعمال المنشورة مطلقًا على حماية حقوق التأليف والنشر. إن الغالبية العظمى من الأعمال التي لها حقوق تأليف ونشر لم تجدد حقها بعد مرور الفترة المبدئية.

كان هذا النظام بطيئًا وباهظ التكلفة. وكان يؤدي في بعض الأحيان إلى مصادرة غير عادلة للحقوق. لكن كانت له ميزة مهمة، سواء للمبدعين الآخرين، أو لانتشار الإبداع بصفة عامة. كان النظام يصحح نفسه تلقائيًّا. فكان يقصر حمايته بصورة تلقائية على الأعمال التي — من وجهة نظر مؤلفيها — تحتاج إلى تلك الحماية. وكان يترك ما تبقى من عالم الإبداع المنشور متحررًا من العملية التنظيمية لقانون حقوق التأليف والنشر.

أُلغي هذا النظام القائم على الاشتراك في حقوق التأليف والنشر اعتبارًا من ١٩٧٦. فربما بدافع من الرغبة في التوافق مع المعاهدات الدولية، وربما أيضًا لمجرد الرغبة في جعل النظام أكثر سلاسة، عَكَسَ الكونجرس النظام القديم. فصار حق التأليف والنشر الآن نظامًا يعمل وفق مبدأ الحق في الخروج منه؛ إذ إن قانون الحقوق ينسحب تلقائيًّا على جميع الأعمال الإبداعية بمجرد إبداعها. ولا توجد إجراءات رسمية مطلوبة للاستفادة من تلك الحماية. وصارت المدة الآن المدة القصوى، تلقائيًّا. وعندما أجرى الكونجرس هذا التعديل، لعله لم يكن مؤثرًا بقدر كبير. لقد كان عام ألف وتسعمائة وستة وسبعين يمثل أوج ثقافة القراءة فقط. وقد استفاد أولئك الذين ينتجون تلك الثقافة من هذا التعبير التلقائي عن حقهم في السيطرة.

غير أنه في عهد ثقافة القراءة والكتابة، يلقي هذا النظام التلقائي والغامض في مفاهيمه الجذرية لقانون الملكية بعبء لا داعي له على كاهل الإبداع. وهناك سبل واضحة وميسورة لتغيير هذه المنظومة من أجل إزاحة هذا العبء. وأقل التغييرات تدميرًا، من وجهة نظري، من شأنه أن يخلق التزامًا مستديمًا من مالكي حقوق التأليف والنشر عقب انتهاء مدة الحماية المبدئية التلقائية. وبموجب واحد من المقترحات، أنه بعد مرور أربعة عشر عامًا من نشر العمل، سيكون على مالك حق التأليف والنشر أن يسجل العمل. فإذا امتنع عن ذلك، فإن باستطاعة الغير استخدامه سواء مجانًا أو بعد سداد رسم امتياز محدود القيمة. يحرر النظام الحقوق بعد مرور أربعة عشر عامًا، والعمل الوحيد الذي يظل متمتعًا بالحماية الكاملة هو ذلك الذي اتخذ مؤلفه خطوات لحمايته.

ومن ثم يعمل هذا التعديل على تحرير الحق في استخدام العمل الإبداعي، وبذلك يتمكن السوق من تنظيم إتاحة هذا العمل بصورة أكثر كفاءة. وبهذا المفهوم، نجد أن هذه الأطروحة لها ما يوازيها في كل مجال آخر يغطيه قانون الملكية. إن قانون حقوق التأليف والنشر فريد في امتناعه عن فرض إجراءات شكلية على أصحاب الملكية. ففي مجالات كثيرة، لا يتسامح قانون الملكية مع أولئك الذين يتقاعسون عن تحمل نصيبهم العادل من عبء المحافظة على كفاءة المنظومة. وهذا المبدأ يجب أن يعاد إلى قانون حقوق التأليف والنشر. فإذا لم يكن الأمر يستحق أن يتخذ حائز حق التأليف والنشر بعد أربعة عشر عامًا الحد الأدنى من الخطوات نحو تسجيل عمله، فلا بد أن الأمر لا يستحق كذلك بالنسبة لحكومة الولايات المتحدة أن تهدد باتخاذ إجراءات جنائية لحماية نفس الملكية.

هذا التعديل من شأنه أن يجعل منظومة حقوق التأليف والنشر أكثر كفاءة. إن حق التأليف والنشر يمنح مالكي حق التأليف والنشر حق الملكية، تمامًا مثلما يمنح قانون الملكية العقارية لملاك المساكن الحق في تملك الأرض التي بنيت عليها مساكنهم. من الناحية النظرية، هذا أمر طيب؛ إذ بحماية المورد بحق الملكية، يمكِّن القانون المورد من الانتقال إلى المستخدم الذي يوليه القيمة الأعلى. ومن ثم يكمل السوق منظومة الملكية تلك بتشجيع عمليات التجارة للتأكد من أن الحق يحوزه الشخص أو الكيان الذي يقدره بأعلى قيمة له.

غير أنه لكي يؤدي هذا النظام وظيفته، يجب أن تكون الحقوق واضحة. ينبغي أن يكون ممكنًا معرفة من يملك ماذا. ولهذا السبب مثلًا، يجب على ملاك الأراضي إعداد ملف به صك نقل الملكية الذي يصف أبعاد أراضيهم وحدودها. أو يجب على مالك السيارة إعداد ملف لتسجيل المركبة. تلك النظم صممت بهدف جعل السوق تؤدي وظيفتها بكفاءة. عن طريق جعل ادعاءات الملكية واضحة — أو بعبارة أخرى، بجعل حق الملكية واضحًا («إبراء الحق») — يضمن النظام إمكان تخصيص الملكية بأسلوب يجعل الجميع أفضل حالًا. وتقدم التكنولوجيا فرصة استثنائية لجعل التسجيل يعمل بكفاءة. وهناك شركات مثل يوتيوب تجرب بالفعل تقنية يمكنها التعرف آليًّا على مقطع الفيديو أو الموسيقى داخل المحتوى الذي يحمل على الشبكة. كان باستطاعتنا أن نتخيل بسهولة نظامًا يمكن بموجبه لحائزي حقوق التأليف والنشر، مع تطور تلك التقنيات، أن «يسجلوا» أعمالهم لا بالطريقة القديمة الطراز (أي كتابة نموذج خاص بذلك في مكتب حقوق التأليف والنشر)، وإنما عن طريق تحميل الأعمال بحيث يمكن للحاسبات

الخادمة الحصول على توقيع للعمل، ثم إضافة هذا العمل إلى قائمة الأعمال الإبداعية التي تخضع للمراقبة من حيث مخالفتها للقانون. الأعمال التي أضيفت لهذا النوع من «نظام التسجيل» يمكنها التمتع بالحماية القانونية الكاملة. أما الأعمال التي لم تُضف، فإنها بعد فترة من الوقت، ترفع إلى مصاف المنفعة العامة.

هناك الكثير من الأمور التي ينبغي التساؤل بشأنها حول تلك النظرية. لكنني سأجملها هنا بدون تصنيف. إذا افترضنا أن شخصًا ما يؤمن بأن السوق كفيلة بأن تشكِّل على نحو متقن منظومة ملكية طيبة الأداء، فما الذي ستكون عليه تلك المنظومة؟ أو بعبارة أخرى، لو افترضنا أننا نريد للسوق أن تعمل جيدًا، فهل صممت منظومة حقوق التأليف والنشر بحيث تمكنها من ذلك؟

حسب طريقة بنائها الحالية، الإجابة هي لا. فحسبما هو منصوص عليه بالدستور حاليًّا، فإن حقوق التأليف والنشر منظومة ملكية تتمتع بانعدام كفاءة غير عادي. وحتى جريدة وول ستريت جورنال ينبغي أن ترى ذلك. أو في الحقيقة، يجب على جريدة وول ستريت جورنال «على الأخص» أن ترى ذلك. فمن وجهة نظرها، لماذا نندهش عندما نجد نظامًا صاغته الحكومة للاحتكار يدار بصورة منعدمة الكفاءة؟

(٣) التبسيط

التغيير الثالث يتبع الثاني مباشرةً. فعلى الكونجرس أن يعمل على جعل القانون أكثر بساطة.

لو كان قانون حقوق التأليف والنشر قاصرًا على كبريات استوديوهات الأفلام وشركات التسجيلات، فإن تعقيده وانعدام كفاءته يعدان أمرًا — وإن كان يؤسف له — ليس بالبشع. فما المشكلة لو اضطرت فوكس لتكليف عدد أكبر من المحامين ببحث المشكلات المعقدة المحيطة بتراخيص حقوق التأليف والنشر؟ (بالنسبة لمن يمتهنون من بيننا مهنة المحاماة كوسيلة لكسب الرزق [أساتذة القانون]، سيكون ذلك الاحتياج أمرًا إيجابيًّا!)

لكن عندما يكون معنى قانون حقوق التأليف والنشر فرض السيطرة على كل مَن لديه حاسب آلي — بدءًا من الأطفال الذين يتصفحون الإنترنت وحتى الجدات اللاتي يسمحن لأطفالهن بالدخول على الشبكة — فلا بد من التزام محدد تجاه التأكد من وضوح ذلك التشريع. ويكون ذلك الالتزام أقوى عندما يكون التنظيم تنظيمًا للتعبير، وهو الحال بالفعل.

إن قانون حقوق التأليف والنشر يفشل فشلًا ذريعًا في الوفاء بهذا المعيار. فبموجب القانون الحالي، لو أن طفلًا أراد أن يضع مقطع فيديو بصورة قانونية على موقع يوتيوب، مازجًا فيه بين موسيقى أحب الفِرَق إلى قلبه وبين لقطات من أفلامه المفضلة، فإن عليه أن يحصل على إبراء ذمة من تلك الحقوق. وحتى ولو كان حائزو الحقوق على الأرجح مستعدين لإبرائها، فإن من الصعوبة بمكان اقتفاء أثرهم. وبطبيعة الحال، لو أننا وضعنا في الحسبان الاتجاهات الحالية السائدة لكبار حائزي الحقوق، فإنه من المستحيل أن نتخيل أنهم سيبتهجون من فكرة الترخيص باستخدام هذا المزيج.

إذن نحن لدينا منظومة من التكنولوجيا تدعو أطفالنا كي يكونوا مبدعين. غير أن المنظومة القانونية تحظر عليهم الإبداع على نحو قانوني. ومن ثم يخفق تنظيم ذلك الإبداع في اتباع كل معيار مهم من معايير الكفاءة والعدالة. وعلى الكونجرس أن يبدأ فورًا في تناول وبحث كيفية تغيير هذا الوضع حتى يعمل التشريع بصورة أفضل.

هناك منطقة بعينها من مناطق فشل القانون؛ ألا وهي مبدأ يطلق عليه «الاستخدام العادل». إن الاستخدام العادل مصمم أصلًا كي يحد من مجال التنظيم التشريعي الذي يفرضه قانون حقوق التأليف والنشر. فاستخدام الشيء الخاضع لحق احتكار حقوق التأليف والنشر يسمح به عن طريق الاستخدام العادل، وذلك من أجل تحقيق غاية اجتماعية تتسم بالأهمية. وهكذا على غرار ما حدث مع كتبي السابقة، سوف ينسخ الكثيرون نصوصًا من هذا الكتاب في مراجعاتهم النقدية الشديدة اللهجة. إن هذا «النسخ» يقع من الناحية الفنية تحت طائلة قانون حقوق التأليف والنشر. غير أن مبدأ الاستخدام العادل يحمي عملية النسخ هذه، طالما كان مجال النسخ والغرض منه يقعان داخل حدود النقد المعتادة.

والمشكلة في الاستخدام العادل ليست في المستهدف منه. المشكلة في كيفية تحقيقه للهدف منه. ومرة أخرى نقول، ابتُكِر هذا المبدأ وفي مخيلة الناس أن المحامين هم من سيديرون شئونه. ووسط عالم لا ينظم فيه قانون حقوق التأليف والنشر (بفاعلية) سوى العلاقة بين فوكس وسوني، لم يكن هذا الأمر ليشكل افتراضًا مروعًا. ولكن من جديد، عندما يكون المقصود من قانون حقوق التأليف والنشر تنظيم العلاقة بين سوني وطفلك البالغ من العمر ١٥ عامًا، فإن المنظومة التي تتخيل أن حفنة من المحامين سوف تراجع كل استخدام تصير غير ملائمة من الناحية القانونية. فإذا كان من الضروري للقانون أن ينظم عمل أطفالنا، فإن عليه أن يقوم بذلك بطريقة يمكن لطفلك استيعابها وتفهمها.

ويمكن للاستخدام العادل أن يؤدي عمله بصورة أفضل لو أن الكونجرس اتبع جزئيًّا أساليب نظم حقوق التأليف والنشر الأوروبية. وتحديدًا، يمكن للكونجرس أن يحدد استخدامات بعينها كانت تقع خارج سلطة قانون حقوق التأليف والنشر. لا يشترط أن يتبع الكونجرس الأوروبيين في كل شيء، فمرونة قانون الاستخدام العادل الحالي تشجع بالفعل على تطوير القانون. وينبغي عليه أن يبقى على هذا النحو بحيث يمكن لأولئك الذين في استطاعتهم سداد أتعاب المحامين أن يدفعوا القانون نحو التطور بأساليب تجعله منطقيًّا، لكن هذه المنظومة يجب أن تكون مقترنة بمنظومة أوضح وأكثر بساطة تنظم أحوال كل ما عدا ذلك.

والواجب على أنصار الاتجاه المحافظ ألا يقاوموا تلك النقطة. كما علَّمَنا واحد من كبار الباحثين الليبرتاريين في أمريكا، فإن القضية بالنسبة لواضعي القوانين ليست في أي القواعد ستحقق على نحو مثالي الأهداف السياسية، بل القضية هي هل يستحق العائد الآتي من قاعدة معقدة تحقق بعض الأهداف السياسية كل هذا العناء.[7] من الناحية النظرية، فإن المقومات والحدود الصارمة لقانون حقوق التأليف والنشر ربما تحقق على نحو مثالي التوازن بين الحماية والحوافز. والسؤال الحقيقي الذي ينبغي علينا طرحه هو هل يمكننا أن نكون قريبين للغاية من ذلك التوازن الأمثل عن طريق اتباع منظومة أكثر بساطة (أو بمعنى آخر أرخص سعرًا)؟

(٤) إلغاء تجريم النسخ

لعل التغيير الرابع أكثر التغييرات صعوبة، لكنه ربما كان أكثرها أهمية في نهاية الأمر. فعلى قانون حقوق التأليف والنشر أن يتنازل عن هاجسه بشأن «النسخة». على القانون ألا يكون منظمًا للنسخ أو عمليات النسخ الحديثة في حد ذاتها، وإنما عليه بدلًا من ذلك أن ينظم الاستخدامات — على غرار التوزيعات العامة لنسخ من عمل متمتع بحماية قانون حقوق التأليف والنشر — المرتبطة مباشرةً بالحافز الاقتصادي الذي قُصِد من وراء إصدار القانون بالأساس تقويته.

بالنسبة لمعظم الناس، قد تبدو فكرة أنه من الواجب على قانون حقوق التأليف والنشر أن ينظم شيئًا آخر غير النسخ فكرة غريبة. كيف يمكن أن يكون لديك قانون حقوق تأليف ونشر لو أن هذا القانون لم ينظم مسألة النُّسخ؟ غير أنه في الحقيقة، لم ينظم قانون حقوق التأليف والنشر في معظم فترات تاريخنا مسألة النُّسَخ. فمن عام

١٧٩٠ حتى عام ١٩٠٩، ظل القانون ينظم استخدامات متنوعة ترتبط ارتباطًا مباشرًا، أو من المحتمل أن ترتبط، بالاستغلال التجاري للعمل الإبداعي. ومن هنا، نظم القانون «نشر» و«إعادة نشر» الكتب والمؤلفات، وكذلك «بيعها»؛ أي كل الأنشطة المرجح أن تكون تجارية.[8]

في عام ١٩٠٩، تم تعديل القانون كي يشير إلى «النُّسَخ».[9] غير أنه كما شرحت من قبل، حتى هذا التعديل لم يكن مقصودًا منه توسيع النطاق الفعلي لسلطة القانون. وعلى أي حال، وكما زعم لايمان راي باترسون، كان ذلك التعديل على الأرجح عبارة عن خطأ في صياغة عبارته[10]. ومع ذلك، فإنه بعد عام ١٩٠٩، تجاوزت سلطة القانون حدود تشريعات معينة أقرها الكونجرس من قبل. كان من شأن القانون أن يصل بسلطانه إلى أبعد ما يمكن لتكنولوجيا «النَّسْخ» أن تصل إليه.

كان من تأثير هذا التغير في التكنولوجيا وقوع تغيير جذري آخر في مجال عمل قانون حقوق التأليف والنشر. وفي عام ١٩٠٩ كتبت جِسيكا ليتمان تقول:

> كان القانون الأمريكي لحقوق التأليف والنشر مغرقًا في التفاصيل الفنية، وغير متسق، ويتعذر فهمه، غير أنه لم يكن يسري على كثيرين من الناس أو على أشياء كثيرة. فلو أن امرأً ما كان مؤلفًا أو ناشرَ كتب أو خرائط أو رسوم بيانية أو لوحات فنية أو أعمال نحت، أو صور فوتوغرافية أو نوت موسيقية، أو كاتبًا مسرحيًّا أو منتجًا مسرحيًّا، أو طباعًا؛ فإن قانون حقوق التأليف والنشر يُعنى بنشاط الفرد التجاري. وكان باستطاعة باعة الكتب وناشري أسطوانات البيانولا والفونوغراف، ومنتجي الأفلام السينمائية، والموسيقيين، والدارسين وأعضاء الكونجرس، والمستهلكين العاديين أن يمارسوا أنشطتهم دون أن يواجهوا أية مشكلة مع حقوق التأليف والنشر.
>
> وبعدها بتسعين عامًا، زاد إغراق قانون حقوق التأليف والنشر الأمريكي في التفاصيل الفنية، وعدم الاتساق، وتعذر الفهم، والأهم من ذلك أنه صار يمس كل فرد وأي شيء. فخلال السنوات التي انقضت منذ ذلك الحين وصل قانون حقوق التأليف والنشر إلى أن صار يغطي قدرًا كبيرًا من المناحي الشخصية للمجتمع المعاصر ... لقد طورت التكنولوجيا، متغافلةً عن القانون، أنماطًا تغرس العديد من سلوكيات النسخ والنقل — وهي وقائع من الممكن أن تقع تحت طائلة تشريع حقوق التأليف والنشر — ضمن المعاملات اليومية

العادية. ولم يعد في استطاعة معظمنا قضاء ولو ساعة دون أن يصطدم بقانون حقوق التأليف والنشر.[11]

بما أن قانون حقوق التأليف والنشر ينظم مسألة صنع النسخ، وبما أن عملية النسخ أمرًا شائعًا كالتنفس، فإن القانون الذي يستحث تنظيمًا فيدراليًّا للنسخ يكون قانونًا متماديًا في فرض سطوته التشريعية.

بدلًا من ذلك، على الكونجرس أن يتبنى من جديد أسلوبه التاريخي في التحديد الدقيق لأنواع استخدامات العمل الإبداعي الذي يقع تحت طائلة قانون حقوق التأليف والنشر.[12] يجب على القانون أن يختص فقط بالاستخدامات التي من المفترض، أو من المحتمل، أن تكون استخدامات تجارية تنافس استخدام مالك حقوق التأليف والنشر. وعلى القانون أن يترك الاستخدامات غير الخاضعة للتنظيم التي ليست لها علاقة بأنواع الاستخدامات التي يحتاج مالك حق التأليف والنشر للسيطرة عليها. فالنسخ في عالمنا هذا لا يستدعي في حد ذاته وضع تشريع فيدرالي. بل إن حفلات الأداء العلني أو التوزيع للجمهور أو التوزيع التجاري هو الذي يستدعي ذلك.

ما سبب أهمية ذلك؟ بموجب القانون الحالي، من السهل الوقوع في أحبولة تشريع حقوق التأليف والنشر، ومن الصعب بمكان الإفلات منها. وكما شرحت من قبل، بما أن كل استخدام للثقافة في السياق الرقمي ينتج نسخة، فإن كل نشاط يستدعي استخدام الثقافة في سياق رقمي يصير معرضًا للوقوع تحت طائلة تشريع حقوق التأليف والنشر.

في بعض الحالات، لا يمثل هذا الأمر أية مشكلة. فمن السهل تحديد من سنحتاج لإذن منه، ومن السهل الحصول على ذلك التصريح من مالكي حقوق التأليف والنشر. لكن في حالات كثيرة أخرى، يتحدى الاستخدام الحديث أو المبتكر حائزي حقوق التأليف والنشر. فالاستخدام قد يخلق منافسة، على سبيل المثال، لا يريدها حائز حق التأليف والنشر. وهكذا يصبح التهديد برفع دعوى قضائية ضد المبتكر واتهامه بمخالفة حقوق التأليف والنشر؛ وسيلةً فعالة للسيطرة على ذلك الابتكار. وبمجرد صنع تلك النسخة الأولى، لا بد من استدعاء المحامين إلى معمل الأبحاث، ويهيمن الغموض حول المشروع، وتطلق عبارات الشعوذة، كما لو كانوا مجموعة من السحرة المعالجين يحاولون علاج مرض قاتل.

أعرف تلك العملية جيدًا. ورغم أنه لم يسبق لي مطلقًا أن استُشِرت مقابل أتعاب في هذا السياق، فإنني كنت من قبل مستشارًا خاصًّا في العديد من تلك المحاورات التي

دارت في أوساط التقنيين وأصحاب رءوس الأموال من مؤسسي المشاريع، وهم يحاولون أن يفهموا ما إن كانت فكرتهم الرائعة التالية سوف تنتهي بهم إلى السجن المالي (أي التقاضي) أم لا. وشاهدت أحد الأطراف وهو ينبري بنغمة تبدو مقنعة للجميع بنسبة مائة بالمائة، ثم يخرج الطرف الآخر بنغمة مضادة تبدو هي الأخرى مقنعة بنسبة مائة بالمائة، فتكون المحصلة النهائية مقامرة. ولما كانت المسئولية القانونية في موضوع حقوق التأليف والنشر بالغة الحدة، فإنه في الغالب تكون مقامرة «بالشركة بأكملها».

هذا إهدار غير عادي للموارد الاقتصادية. فالنشاط التجاري ينبغي ألا يكون بحاجة لساحر كي يخبره إنْ كانت خطته قانونية أم لا، لا سيما ذلك الساحر الذي يتقاضى ما بين ٤٠٠ و٨٠٠ دولار في الساعة كأتعاب. بدلًا من ذلك يحتاج القانون إلى أن يتمتع بقدر أكبر من الوضوح. والتعقيدات الناجمة عن تطبيق القانون عند مجرد صنع نسخة وحيدة تعد ضريبة لا لزوم لها تُفرض على عملية الإبداع.

(٥) إلغاء تجريم التشارك في الملفات

آخر تغيير أود طرحه هو ذلك الذي سأشرحه بأقل قدر من الاستفاضة؛ لأن كثيرين استفاضوا في شرحه بفعالية.[13] غير أن وجهة نظري أن على الكونجرس أن يلغي تجريم تشارك الملفات، سواء بترخيص تشارك الملفات غير التجاري مع فرض رسوم ضريبية تغطي قيمة رسم امتياز معقول للفنانين الذين يتم التشارك في أعمالهم، أو بمنح ترخيص غطاء بسيط، يتمكن المستخدمون بواسطته مقابل رسم زهيد من شراء الحق في التشارك المجاني في الملفات. وُصِف الحل الأول وصفًا مستفيضًا على يد نيل دبليو نيتانل ووِيليام فيشر. أما الحل الثاني فكان مقترحًا لمؤسسة الحدود الإلكترونية.

رغم مميزات وعيوب كلا النوعين من الحلول، فإن من الأمور المصيرية أن يتخذ الكونجرس خطوات نحو صياغة عملية لأحدهما أو للآخر. ويأتي المبرر لذلك من حقيقة واقعة بسيطة: مر عقد كامل منذ بدأت مكافحة التشارك في الملفات بين الأنداد، فلا هي أوقفت التشارك غير القانوني، ولا أوجدت وسيلة للتأكد من حصول الفنانين على تعويض عن التشارك غير المرخص به. باختصار، أخفقت استراتيجية هذا العقد في تحقيق الأهداف التي يرمي إليها قانون حقوق التأليف والنشر؛ ألا وهي تقديم تعويض للمبدعين عن عملهم الإبداعي.

لا شك أنه لا تزال توجد الآلاف من الأفكار التي تدور حول الأسلوب الذي نتمكن به من تنظيم تكنولوجيا الإنترنت كي نقضي على التشارك في الملفات بين الأنداد. وما من شك أن هناك جحافل من المحامين الذين يهوون العمل السهل المتمثل في مقاضاة الأطفال وآبائهم لتشاركهم غير المشروع في الملفات. غير أن السؤال الذي ينبغي على الكونجرس أن يطرحه هو: أي استراتيجية على الأرجح سوف تضمن التعويض للفنانين، وتقلل قدر الإمكان من تجريم شبابنا؟

إن نزع الصفة الجنائية عن التشارك في الملفات هو تلك الاستراتيجية، فكما يشرح عمل فيشر، هناك الكثير والكثير من السبل التي يمكننا بها عنونة وتتبع استخدامات محددة للمادة المتمتعة بحماية حقوق التأليف والنشر، تلك الوسيلة توفر الخط الأساسي لتعويض الفنانين عن استخدام عملهم الإبداعي، ومع أني لا أومن بأننا في حاجة لتبني هذا النظام من الآن وعلى الدوام، فإنني أومن بأن وجود تشريع انتقالي — مصمم بحيث يعوض ويلغي التجريم — من شأنه أن يقلل بدرجة ملحوظة من الدمار المصاحب للحرب الجارية حاليًّا.

جميع التغيرات الخمسة السابق ذكرها من شأنها أن تقطع شوطًا طويلًا نحو تخفيف الضغوط التي لا داعي لها من فوق كاهل منظومة حقوق التأليف والنشر. كما أن من شأنها أن تقطع شوطًا طويلًا للغاية نحو تقنين معظم استخدامات العمل الإبداعي على شبكة الإنترنت اليوم. ولن تحد بأي صورة من الصور من أرباح الصناعات التي تقاتل بضراوة ضد تلك الاستخدامات. هذا هو الاختبار النهائي الذي على قانون حقوق التأليف والنشر أن يفرضه: هل تتسبب تلك الاستخدامات بالفعل في أي ضرر؟ لقد أوضح أولئك الذين تناقشت معهم وأنا أعد كتابي هذا تلك النقطة مرارًا وتكرارًا. وحسبما شرح دون جويس:

> جميع الدعاوى القضائية المرفوعة في هذا الميدان دائمًا ما تكون مرفوعة من زوايا اقتصادية: «عن طريق اقتطاع هذا الأمر، عن طريق سرقة هذا الشيء، تكون قد هددت الحيوية الاقتصادية للأصل بشكل أو بآخر.» إنهم يقولون ذلك بالفعل دون وجود أي دليل على صحته على الإطلاق. فلم أر من قبل مطلقًا أي شخص يبرهن في الحقيقة على أن عملًا ما تضاءلت قدرته على جني المال بسبب وجود عينة منه صنعها شخص ما. في رأيي، العمل الذي

> يعيد استخدامه ليس في حالة منافسة مع الأصل؛ فأنت لم تحذف الأصل، إنه لا يزال موجودًا، وسيظل موجودًا، كما هو، وكما كان، باعتباره الأصل. وإذا أخذت منه عينة، فلقد صنعت شيئًا آخر. لعلك وضعت عينات من عشرة أعمال أخرى داخل هذا الشيء، وكان هذا مجرد عنصر واحد ضئيل، وتشكل الأجزاء معًا شيئًا لا يعتمد إلا بقدر طفيف للغاية على ذلك الشيء الذي أخذت منه عينة. ولا أعتقد البتة أن هناك دفعًا بوجود ضرر ما. فإذا لم يكن هناك ضرر، وكان الأمر به الكثير من البهجة، أرى أن علينا فعله. فلم يبين لي أحد أن الضرر حقيقي.

هذا القدر صحيح تمامًا. يتجادل الاقتصاديون بضراوة بالغة بشأن ما إن كان التشارك في الملفات بين ند وند لنسخ رقمية كاملة من أعمال متوفرة تجاريًّا سوف يضر بمالك حق التأليف والنشر أم لا، وإن كان هذا صحيحًا فلأي مدى؟ ولكن لا أحد تنبأ لمجرد التنبؤ بالضرر الآتي من خلط الأعمال والمزج بينها، والكثير من نواتج عملية المزج هذه ليس متوفرًا بالأساس على المستوى التجاري.

بطبيعة الحال، لا يعني هذا القول بأنه لا «ضرر» هنا البتة. فعلى حد قول يوهان سودربرج لي: «لا أعتقد أنني أوذي أي شخص. وأقصد، بالطبع، أنني أوذي [بوش وبلير]. إنه شيء موجه ضد جورج بوش وتوني بلير. وهكذا فإنني ألحق بهما الضرر.» ولكن هل مهمة حقوق التأليف والنشر حماية بلير وبوش من النقد؟ هل هذا هو المبرر الذي جعل واضعي القانون يمنحون الكونجرس الحق في تأمين الحقوق الحصرية؟ حتى إن كنت مترددًا في الإجابة على ذلك السؤال، فدعني إذن أشير أنك لا تعلم إلا أقل القليل عن الدوافع التي كانت تحرك صائغي قوانيننا. إن إعطاء الحكومة السلطة لإخراس النقاد من خلال منح الترخيص كان أسوأ ما صدر عن واضعي القوانين (انظر على سبيل المثال قانون الغرباء والفتن لعام ١٧٩٨). إنه لم يكن من بين المثل التي حفزت واضعي دستور تأسيس دولتنا.

الفصل العاشر

إصلاح أنفسنا

لا يمثل القانون سوى جزءٍ واحد فقط من المشكلة؛ فنحن الجزء الأكبر. إن أعرافنا وتوقعاتنا بشأن السيطرة على الثقافة وضعت خلال قرن كان مختلفًا اختلافًا جذريًّا عن القرن الذي نعيشه الآن. إننا بحاجة لصياغة مجموعة من الأعراف التي توجهنا ونحن نخوض تجربة ثقافة القراءة والكتابة ونبني اقتصادات هجينة. إننا بحاجة لوضع مجموعة من الأحكام التي تتعلق بأسلوب التعامل المناسب مع التعبير الذي يتصادف أنه لا يستهوينا. إننا، كمجتمع، في حاجة لوضع تلك المعايير ونشرها.

(١) تهدئة مهووسي السيطرة

إننا على علم بالأعراف التي يفرضها القرن الحالي. ويمكننا العثور عليها إذا فكرنا مرة أخرى في حرية الكتابة. لقد تعلمنا الكتابة ونحن أطفال، ونقيس مستوى التعليم بمستوى جودة تعلمنا للكتابة. وكما أشرت من قبل، هذه سمة شديدة الديمقراطية تميز ثقافتنا الإبداعية: إننا نقول للجميع إن عليهم أن يتعلموا كيف يتحدثون وكذلك كيف ينصتون.

تجلب تلك الخبرة الجوهرية معها توقعات معينة، لا تتعلق فحسب بما يتمتع كل امرئ بحرية القيام به، وإنما تتعلق أيضًا برد الفعل الملائم تجاه ما يكتبه أي امرئ. ببساطة، رد الفعل هذا في جوهره واقعي وقائم على مبدأ عدم التدخل. فعندما يكتب أحدهم رأيًا أحمقَ، فإن الرد اللائق عليه يتمثل في التشكيك في صحة الرأي، لا في حق ذلك الشخص في أن يكتبه. ومع أن القول الزور من الممكن أن يحض على رد فعل قانوني (دعوى تشهير وقذف)، فإن هناك (على الأقل في إطار التقاليد الأمريكية) افتراضًا قويًّا مسلمًا به يقف ضد تدخل الحكومة، إلا إذا كان هذا التدخل ذا ضرورة مطلقة. فالدستور

يقيد سلطة الشخصية العامة في رفع قضايا التشهير. والشخص الذي يرد على خطأ ما برفع دعوى قضائية يفقد على الفور تعاطف معظمنا. هذا هو الموضع الذي لا تزال فيه نصيحة والدة الرئيس أندرو جاكسون قوية إلى الآن: «لا تكذب، ولا تأخذ ما ليس لك، ولا تقاضِ أي امرئ افترى عليك الكذب، أو أهانك، أو ضربك. وسوِّ دومًا بنفسك تلك المسائل.»[1] على الأقل فيما يتعلق بافتراء الكذب، لا بد أن هذا صحيح.

كما قلت من قبل، تلك الأعراف المتعلقة بمسألة الكتابة تختلف عن الأعراف التي تحكم كثيرًا من الفنون. إن مدى الاستعداد لاستنفار النظام القضائي كي يتعامل مع مسألة الاستغلال السيئ للأفلام أو الموسيقى مذهل حقًّا. وهذا الأمر آخذ في الازدياد، وذلك حسب قول ديفيز جوجنهايم المخرج الحائز على جائزة الأوسكار لي منذ ثماني سنوات مضت:

> منذ عشر سنوات ... لو أن عملًا فنيًّا عارضًا ... تعرف عليه شخص عادي، فإنك ملزم في هذه الحالة بإبراء حق التأليف والنشر الخاص به. واليوم صار الأمر جد مختلف. فالآن أي جزء من عمل فني يكون ممكنًا التعرف عليه من قبل أي شخص ... فإنك ساعتها تكون مطالبًا بالحصول على ترخيص به، وأن تسدد مقابل استخدام العمل. الغالبية العظمى من الأعمال الفنية — أي قطعة أثاث، أو عمل نحتي — يجب الحصول على ترخيص قبل استخدامها.[2]

إننا بحاجة إلى أن تكون الأعراف الحاكمة للنصوص حاكمة للثقافة بشكل عام، ويجب على ذلك التغيير أن يبدأ بالشركات التي لديها الآن هيمنة قانونية على قدر هائل من ثقافتنا، عليها أن تظهر زعامتها. يقسم هنري جنكنز تلك الشركات إلى نوعين:

> بداية بالمعارك القانونية حول نابستر، اعتمدت صناعات الوسائط بصورة متزايدة سياسة الأرض المحروقة تجاه مستهلكيها، ساعية نحو تنظيم وتجريم العديد من أشكال إسهام الجماهير التي لم يكن لها من قبل وجود ملحوظ. دعونا نسميهم دعاة الحظر. وحتى تاريخه، لا يزال الموقف الداعي للحظر مهيمنًا على نطاق شركات الوسائط القديمة (السينما، والتلفزيون، وصناعة التسجيلات الصوتية)، رغم أن تلك الجماعات في حالة شروع بدرجات متفاوتة في إعادة فحص بعض من تلك الافتراضات ... وفي الوقت نفسه، على الهوامش، تجرب شركات الوسائط الجديدة ... أساليب جديدة تعتبر الجماهير مساهمين

في إنتاج المحتوى، وأيضًا قواعد وساطة شعبية تساعد في ترويج الامتيازات التجارية. سوف نسميهم نحن دعاة التعاون.[3]

إن دعاة التعاون هؤلاء يرغمون «شركات الوسائط على إعادة التفكير في الافتراضات القديمة بشأن معنى كلمة استهلاك الوسائط.»[4] وبينا هم يكثرون من تجاربهم في الحرية، فسوف يشجعون أيضًا الأعراف التي تؤازر الحرية.

(٢) إظهار التشارك

كما شرحت من قبل، قانون حقوق التأليف والنشر آلي. إنه يبسط سيطرته على ما تبدعه، سواء قصدت إبداعه أم لا، وسواء استفدت منه أم لا. إن الأستاذة الجامعية التي تنشر بحثًا لا تريد أكثر من أن ينسخ الناس بحثها ويقرءوه، غير أن القانون ينص على ألا يكون هناك نسخ إلا بتصريح. والمعلم الذي لديه خطة تدريس مبتكرة لتاريخ الحرب الأهلية لن يحب شيئًا أكثر من أن يستعين آخرون بعمله، وينص القانون على أن الآخرين لا يمكنهم ذلك دون الحصول على تنازل مباشر عن تلك الحقوق. إن جوهر قانون حقوق التأليف والنشر عبارة عن كلمة واحدة جاهزة وبسيطة: ممنوع. أما بالنسبة للعديد من المبدعين، فإن جوهر الإبداع كلمة: لا مانع.

لا حاجة بأحد للتساؤل عن الدافع أو الضرورة التي تلح على أولئك الذين يصرون على وجوب احتفاظهم بكافة الحقوق لأنفسهم. ربما هناك ضرورة تدفعهم إلى هذا. من أنا لأقول كلامًا مختلفًا؟ لكن التسليم بوجود الضرورة أحيانًا ليس معناه مطلقًا التسليم بوجودها طوال الوقت. وكون لوكاس فيلم في حاجة للسيطرة على كافة حقوقها كي تربح من وراء فيلمها العبقري ليس معناه أن أستاذ القانون الذي يكتب مقالًا عن الإفلاس المالي في حاجة لنفس الحماية. وكون محطة إن بي سي في حاجة للسيطرة على الاستغلال التجاري لحلقات إي آر لا يعني بالضرورة أَنَّ لإنْ بي سي الحق في السيطرة على الاستغلال التجاري للمناظرات الرئاسية. فنموذج حق التأليف والنشر ينجح في بعض المواضع، لكن «بعض» المواضع ليس معناها «في كل مكان».

ولدت حركات من أمثال المشاع الإبداعي لمساعدة الناس على رؤية الفارق بين «في موضع ما» و«في كل مكان». تمنح منظمة المشاع الإبداعي للمؤلفين أدوات مجانية — أدوات قانونية (تراخيص حقوق تأليف ونشر) وأدوات تقنية (بيانات وصفية وتقنية

تمييز بسيطة) — كي يميزوا إبداعهم وفق درجة الحرية التي يريدون أن يمنحوها في التعامل مع المنتج الإبداعي. وهكذا إن كنت معلمًا، وأردت من الناس أن يتشاركوا معك في عملك، فإن منظمة المشاع الإبداعي تمنحك أداة كي تعلن عن ذلك للآخرين؛ أو كنت مصورًا فوتوغرافيًّا ولا تمانع أن يجمع آخرون أعمالك، لكنك لا تريد أن تأخذ مجلة تايم عملك دون إذنك، فإن منظمة المشاع الإبداعي تعطيك رخصةً بالإعلان عن ذلك. جميع الرخص تعلن صراحةً عن الحريات ذات الصلة في ثلاث طبقات منفصلة؛ الأولى: «صك لعموم الناس» يعبر عن الحريات المرتبطة بالمحتوى في صيغة مقروءة للبشر. والثانية: «الكود القانوني»، وهو الرخص الفعلية لحق التأليف والنشر. والثالثة: البيانات الوصفية المحيطة بالمحتوى التي تعبر عن الحريات التي يحتوي عليها ترخيص حقوق التأليف والنشر بمصطلحات يستطيع الحاسب أن يفهمها، تتعاون تلك الطبقات الثلاث معًا كي تجعل الحريات المرتبطة بالعمل الإبداعي واضحة، ليست جميع الحريات وإنما بعضها، ليست «جميع الحقوق محفوظة» وإنما «بعض الحقوق محفوظة».

خلال السنوات الخمس التي مضت منذ انطلاقة هذا المشروع، مُيزت ملايين الأعمال الرقمية للإشارة إلى هذه الحرية كبديل عن السيطرة. وقد استخدمها البعض لمعاونة أعمالهم على الانتشار، بينما اكتفى البعض باستخدامها كي يقول: «هذه هي صورة الإبداع التي أومن بها.» ومع بدء استخدام الأدوات، بدأت في ترسم ملامح نظام حقوق تأليف ونشر بديل مبني في خصوصية: فما يقرب من ثلثي الرخص تحظر الاستخدام التجاري غير أنها تسمح بالاستخدام غير التجاري، والغالبية العظمى تسمح بعمل المشتقات مجانًا، إلا أن نصف تلك الرخص تشترط أن تطرح تلك المشتقات مجانًا هي الأخرى. هذه صورة لنظام أكثر توازنًا بكثير، بناه متطوعون، بترخيص تلو الآخر، وهو يشير بشيء ما للفنانين الآخرين أيضًا.

هذه الإشارة بالغة الأهمية؛ إذ إنها توضح وجود بديل اختاره المؤلفون والفنانون، لكن يحتاج المزيد إلى إظهار نفس الإشارة، فهناك ميادين بأكملها في حاجة لترسيخ عرف مختلف لحقوق التأليف والنشر، ليس بالضرورة أن يتم هذا عن طريق تعديل تشريعي — أو على الأقل ليس بعد — وإنما عن طريق إجراء تطوعي من أولئك الذين يؤمنون بأن المنحى القانوني يجب أن يكون مختلفًا.

الحقيقة، أنك إذا نظرت إلى التغييرات الخمسة التي اقترحت ضرورة أن يقوم قانون حقوق التأليف والنشر بإجرائها، لوجدت أن منظمة المشاع الإبداعي تمكن بالفعل أربعة من تلك التغييرات من خلال العمل التطوعي لمالكي حقوق التأليف والنشر.

أولًا: إن كل ترخيص مشاع إبداعي يرخص على الأقل للتوزيع غير التجاري. وهذا يمثل شوطًا كبيرًا نحو تحرير إبداع الهواة.

ثانيًا: إن رخص المشاع الإبداعي تبسط عملية التعرف على من يمتلك حق التأليف والنشر. والأهم من ذلك، أن منظمة المشاع الإبداعي تحتل الآن موقع الصدارة في بناء سجل دولي لحقوق التأليف والنشر، وكلا التغييريْنِ يساعد على إبراء الحقوق في الأعمال المتمتعة بحقوق التأليف والنشر، ومن ثم يساعدان على تحسن أداء سوق تلك الأعمال.

ثالثًا: إن رخص المشاع الإبداعي مصممة بهدف التبسيط قدر الاستطاعة من منظومة حقوق التأليف والنشر التي تُبنى عليها. انظر لمنظومة حقوق التأليف والنشر باعتبارها واجهة سطر الأوامر للحاسبات قبل أن يصبح ويندوز أو ماك ذائعي الصيت. إن منظمة المشاع الإبداعي، مثلها مثل ويندوز أو واجهات المستخدمين المعتمدة على الجرافيكس بصفة عامة، تحاول أن تيسر على المستخدم العادي استخدام منظومة حقوق التأليف والنشر. إنها لا تفعل كل شيء، لكنها تفعل نوعيات الأشياء التي من المحتمل أن يحتاج الناس العاديون إلى أن تُنجَز من أجلهم.

وأخيرًا: لما كان كل ترخيص مشاع إبداعي يصرح على الأقل بالنسخ للأغراض غير التجارية، فقد ألغينا بذلك تجريم النَّسْخ. فلم يعد السؤال «هل صُنِعت نسخة؟» وإنما صار السؤال، «لأي غرض صُنِعت تلك النسخة؟» وهذا الأمر يقطع شوطًا طويلًا في تبسيط حقوق التأليف والنشر في سياقات الاستخدامات غير المتوقعة أو التي لا يمكن التنبؤ بها، ويجب أن يكون هذا التبسيط هدفًا للكونجرس كذلك.

رغم أنني كنت واحدًا من بين أولئك الذين ساعدوا على تدشين منظمة المشاع الإبداعي، فإنني أول من أزعم أن المشاع الإبداعي ما هو إلا خطوة نحو إصلاح عقلاني لحقوق التأليف والنشر، وليس في حد ذاته الحل النهائي. غير أن ميزته الرئيسية أنه يعمل مع المبدعين على بناء منظومة أفضل لحقوق التأليف والنشر. فعلى النقيض من الجدل المعتاد، الذي يقف فيه المستخدمون في مواجهة مع المبدعين، فإن المشاع الإبداعي إصلاحٌ يتقدم به المؤلفون والفنانون أنفسهم. إننا نقول أي نوع من السيطرة نريد، وخلال ذلك الحوار، نتفاوض حول مقدار السيطرة الذي يعد صحيًّا أو ضروريًّا لكل ثقافة.

يحتاج الأمر اشتراك المزيد من المبدعين في هذا الحوار. يجب أن يطرح المزيد منهم أسئلة على أولئك الذين لا يشاركون عن سبب عدم مشاركتهم. جميعنا في حاجة للعمل من أجل معيار لا يدين حقوق التأليف والنشر، وإنما يدين التطبيق غير الحصيف لحقوق التأليف والنشر. يمكنك أن تؤيد امتلاك المواطنين للأسلحة لكنك تعارض في الوقت نفسه إعطاء السلاح للأطفال. وحالتنا لا تختلف عن هذا.

(٣) إعادة اكتشاف حدود التشريع التنظيمي

لعل التغيير الأخير هو الأكثر أهمية. إنه بالتأكيد الأكثر عمومية. فنحن باعتبارنا ثقافة في حاجة لإعادة اكتشاف فكرة كانت هي المسيطرة عندما كان سوزا يتعلم في بادئ الأمر كيف يصل بصوته للناس: علينا أن نقر بحدود التشريع.

لقد تركنا للتو قرنًا بلغت فيه السلطة الحكومية في جميع أنحاء العالم حدًّا لم تبلغه في أي وقت مضى من تاريخ الإنسانية، وكذلك أيضًا كانت توقعات الناس التي ينتظرونها من الحكومات. فعند نقطة ما في مسار القرن، صار من الطبيعي إلى حد بعيد أن نتخيل أن باستطاعة الحكومة أن تفعل أي شيء، وعند نقطة ما، بدا من البديهي أن العائق الأوحد أمام سلطة الحكومة هو عدم الكفاءة الحكومية.

كثيرون في القرن التاسع عشر كان لهم رأي مختلف تمامًا في الحكومة. فقد اعتقد كثيرون أن الحكومة لا يمكنها أن تفعل سوى القليل، وربما ليس في مقدورها عمل أي شيء، كي تغير من سلوكيات الناس. وعلى حد قول المنظِّر القانوني بالقرن التاسع عشر جيمس سي كارتر:

> المعاملات الإنسانية، لا سيما المعاملات الخاصة، لا يمكن أن يحكمها سوى مبادئ العدالة ... وهذه المبادئ وجودها مطلق، ولا يمكن أن تكون من نتاج قوانين سنها البشر ... إنها مغلفة بالمعاملات التي تعمل على تنظيمها، وتُكتَشف عن طريق تعريض تلك المعاملات للاختبار. والقانون بالتالي علم يعتمد على مشاهدة الحقائق وليس ابتكارًا نرسخه بتشريع، فهذه الوسيلة تتعارض مباشرةً مع كونه علمًا.[5]

إذا كان للمجتمع أن يتغير أو يتحسن، حسب اعتقاد كارتر، فإن عليه أن يقوم بذلك عن طريق تحسين الفرد. فلا يمكن لتشريع أن «ينشئ» ذلك التغيير، حسبما يعتقد كارتر،

إلا أنه «ربما يساعد عليه». وقد صرح كارتر بأن «الرجال لا يمكن أن يصيروا أفضل من خلال أمر قضائي.»[6]

من أوجه عديدة، كان من الممكن بسهولة وصف أعمالي بأنها دفاع عن التشريعات التنظيمية، فقد ناصر كتابي الأول «الكود المنظِّم وغيره من قوانين الفضاء الإلكتروني» بشدة فكرةَ أنه رغم تشككي، شأن أي فرد في حكومتنا الحالية، فمن المهم بمكان أن تساعد الحكومة على ضمان أن تكون قيم فضاء الإنترنت هي قيمنا نحن، وقد انتقد الليبرتاريون حجتي؛ إذ كانوا مؤمنين بأن أفضل دور للحكومة هو ألا تقوم بأي دور على الإطلاق. وكان زعمهم أن الفضاء الإلكتروني سوف يكون في أفضل حال لو أبعدت الحكومة يدها عنه.

ما زلت أعتقد أن هناك أساليبَ استراتيجية مهمة يمكن من خلالها للحكومة أن تفعل الخير؛ غير أن السنوات القليلة الماضية أقنعتني بأن علينا جميعًا أن نكون أقل تفاؤلًا بشأن قدرة الحكومة على فعل الخير.

عرفت تلك الفكرة (البديهية) طريقها لأول مرة إلى ذهني وأنا أقرأ عن تفاصيل الحرب الأمريكية في العراق. مكتبات كاملة من الكتب نُشرت عن إخفاقات تلك الحرب.[7] وفي كتاب تلو آخر، حتى أولئك المتعاطفين مع أهداف الحرب لم يتمكنوا تقريبًا من العثور على أي شيء طيب ليقولوه عن الكيفية التي نفذت بها. غير أنني كلما قرأت المزيد والمزيد من تلك الكتب، كان أكثر ما أذهلني سؤال بدا وكأنه ببساطة لم يُطرح قبل شن تلك الحرب: ما السبب الذي دعا للاعتقاد بأن القدرة الحكومية في استطاعتها تحقيق النجاح في احتلال المجتمع العراقي وإعادة تشكيله من جديد؟

إنني لا أتكلم عن الغزو، فهذا أمر ميسور للغاية؛ فعمليات الغزو يتحقق الانتصار فيها بالدبابات القوية والقنابل الموجهة بدقة، وإنما أتكلم عن كل شيء كان من البديهي أنه لا بد من عمله بعد الغزو؛ بدءًا بالأمن، ومرورًا بالطاقة الكهربائية، والموارد الغذائية، وحتى التعليم. بدا الأمر كما لو كان أولئك الذين يجلسون على قمم القيادة العليا قد افترضوا ببساطة أن باستطاعة الحكومة القيام بكل تلك الأشياء، دون أن يسألوا أنفسهم، ولو مرة واحدة، ما إن كان افتراضهم هذا به أي منطق من عدمه.

والأمر الذي جعل كل هذا يبدو أكثر غرابة، أن ذات الأشخاص الذين كانوا يعملون وفق تلك الرؤية للقدرة التنظيمية الشاملة، كانوا هم أنفسهم الأكثر انتقادًا لقدرة الحكومة على القيام بأي شيء في العديد من السياقات الأخرى. إننا لا نتحدث هنا عن

فرانكلين روزفلت، ولا حتى عن العضو الاشتراكي بمجلس شيوخ الولايات المتحدة، بيرني ساندرز، إننا نتكلم عن أناس لا يعتقدون بأن الحكومة قادرة على إدارة خطوط السكك الحديدية، ولكن إذا كانت الحكومة لا يمكنها إدارة خطوط السكك الحديدية، فكيف لها أن تدير شئون مجتمع بأسره؟ وما السبب المحتمل وراء الاعتقاد بأننا نملك ولو قدرًا يسيرًا من القدرة اللازمة على القيام بذلك؟

بالرغم من أن كثيرين تنبئوا بوجود مقاومة، كان الافتراض المسبق وراء الإجراءات الحكومية أن القوة دائمًا يمكنها قهر المقاومة، فإذا قاوم العدو، سوف نشدد نحن هجومنا، وعند نقطة ما، يمكننا أن نقاتل في ضراوة إلى الحد الذي يمكننا من التغلب على العدو، كل ما يلزمنا إرادة قوية وشخصية طيبة.

هناك خلل خطير في هذا الأسلوب في التفكير؛ ففي بلد ديمقراطي، لا يعني المزيد من السلطة المزيد من النجاح، وإنما مثل سيارة تحاول تحرير نفسها من حفرة جليدية، في الديمقراطيات، غالبًا ما يعني المزيد من السلطة هزيمة الذات، فهناك حد لما تستطيع الحكومات عمله لا يمكن ببساطة التغلب عليه بإضافة المزيد من السلطة أو الموارد إلى المشكلة، فعند نقطة ما، إضافة المزيد من التحكم التنظيمي بالتشريعات يقلل من السيطرة الفعلية على الهدف.

هذا ليس كتابًا عن العراق، ولكنني أقترح أن باستطاعتنا تطبيق تلك النقطة الخاصة بالحرب على الحروب الأخرى التي نشنها، هناك الكثير من مثل تلك الحروب التي من الممكن أن تستفيد من اعتبارات كهذه، لكن ما أود العودة إليه هي الحرب التي نشنها على أطفالنا بسبب الطريقة التي يستخدمون بها التكنولوجيا الرقمية.

من جديد، وكما شرحت آنفًا، عندما انطلق التشارك في الملفات بين الأنداد، كان رد فعل الحكومة (وأولئك الذين يحثون الحكومة) أن هذا سلوك سيئ ويجب إخضاعه للتنظيم، وافترضنا أنه إذا حشدت الحكومة من وراء هذا التنظيم قوة كافية — أحكامًا رادعة، وحالات توقيف كافية في الجامعات — فإن هذا السلوك السيئ، في نهاية الأمر، سوف يتوقف.

في حقيقة الأمر، برهنت الأحداث على عكس ذلك؛ فقد مررت الحكومة القانون تلو القانون، وهددت وتوعدت بإجراءات عقابية استثنائية، وتعهدت أطرافًا تنتمي للقطاع الخاص، مثل رابطة صناعة التسجيلات، بتحقيق تلك العقوبات في صورة الآلاف من القضايا المرفوعة أمام المحاكم، بلغت أكثر من سبعة عشر ألف قضية بحلول عام ٢٠٠٦.

ولكن حتى الآن، حقق هذا الجهد فشلًا ذريعًا، ليس بسبب إخفاقه في حماية أرباح شركات التسجيلات، فما من شك أنه حقق ذلك بدرجة ما، غير أن فشله الحقيقي في هذه الحرب كان في التأثير الذي أحدثه هذا التشريع الهائل على السلامة الأخلاقية الأساسية لدى أبنائنا. أبناؤنا «قراصنة»، هذا ما نقوله لهم، وهم يصدقونه. ومثل أي إنسان، هم يتأقلمون بطريقة تفكيرهم استجابة لتلك التهمة، فينتهي الأمر بهم إلى أن يعتادوا حياة القراصنة، بعدها تخرج الأمور عن السيطرة. ومثل تجار السوق السوداء في روسيا السوفييتية، يبدأ أبناؤنا يومًا بعد يوم في أقلمة سلوكياتهم مع الإجابة على سؤال بسيط: كيف يمكنني الإفلات من قبضة القانون؟

هذه المخاوف ليست مجرد تكهنات؛ فهناك أدلة مهمة على الصعيدين القانوني والاجتماعي، تؤيد المخاوف من أن الإفراط في التجريم في هذا المجال (المحوري) بعينه من حياة أبنائنا، من الممكن أن تكون له آثاره السلبية على مناحٍ أخرى من حياتهم، وعلى مواقفهم من القانون بصفة عامة. فكلما نظر الأبناء إلى القانون المنظم للثقافة على أنه لا عقل له، أو الأسوأ من ذلك أنه قانون فاسد، فإن ذلك يجعلهم أقل ميلًا لإطاعة تلك القوانين. وكلما نظروا إلى تلك القوانين الخالية من المنطق باعتبارها مؤشرًا دالًا على المنظومة القانونية إجمالًا، صاروا أقل ميلًا لإطاعة تلك القوانين بشكل عام. ونمو تلك العادة في الأذهان، لا سيما أذهان الشباب، والمتمثلة في تحاشي القوانين لأنهم يعتبرونها خطأً أو سخيفة أو ببساطة غيرَ منصفة؛ يُنمي أسلوبًا في التفكير يمكن أن ينسحب على مواضع أخرى غير الموضع الأصلي. بطبيعة الحال، لا يمكن لامرئ أن يزعم أن القوانين المضادة للقرصنة تزيد من معدل وقوع جرائم الاغتصاب أو القتل. ولكن هناك أدلة على أنه إذا اعتُبِرت القوانين المنظمة للثقافة غير منصفة معنويًّا، فإن هذا يعمل على تآكل الظروف الداعمة للقانون داخل نطاق الثقافة بصورة أعم.[8]

لكنني لا أشعر بتلك المخاوف بسبب إحصائيات تائية داخل انحدار متعدد. وإنما مصدر قلقي هو المئات من الأشخاص دون الثلاثين الذين تحدثوا معي بحرارة حول تلك القضية. فمثلًا بينما كنت أُتم نصَّ كتابي هذا، أرسل لي أحد المراهقين مقالًا كتبه عن «القرصنة». وفي مقاله هذا، بعنوان «من يمرر وجبة الغداء المجانية»، يشرح الأمر بقوله:

> يمكنك الحصول على أي أغنية تشاء، وأي لون من ألوان الموسيقى، من أي عهد شئت، وجميعها «مجانية»! فما الذي يمكن أن يكون أفضل من ذلك؟ التاريخ الموسيقي بأكمله بين يديك مقابل سعر شهري مخفض هو صفر! ...

إنني أنزل الأغاني دائمًا لهذه الأسباب بعينها. إن الأمر يتم سريعًا، وهو سهل ميسور وأفضل شيء فيه أنه مجاني! الجانب الآخر من الأمر هو الفنانون الذين يخسرون عائدات كان من الممكن أن يحصلوا عليها لو كان أولئك الناس اشتروا الأقراص المدمجة. من الواضح أنه لم يكن بوسع الجميع شراء الأقراص المدمجة، لكن هذا يخلق معضلة أخلاقية بين دعم الفنانين وبين مجرد تناول وجبة غداء مجانية. تقول رابطة صناعة التسجيلات الأمريكية إن هذا غير قانوني، ويقول الفنانون إنها سرقة لأموالهم، بينما يقول أغلب المنتمين للمجتمع المتعلم إنه أمر خطأ تمامًا، ولكن هنا تكمن المشكلة: إنني أتفق تمامًا مع كلا الطرفين.

«قرصنة» الموسيقى، حسبما تسميها الرابطة، شيء أفعله كلما أردت أن أستمع إلى موسيقى جديدة. كل ما أفعله أنني أكتب اسم الفنان أو الأغنية، ثم أنقر على مربع «تنزيل»، وها هي، تظهر الأغنية أمامي وأبدأ في الاستماع إليها. إن الأمر غاية في السهولة. ولكنني الآن أناقش فكرة أعتبرها نوعًا ما أمرًا مسلمًا به، بل إنني لا أفكر مطلقًا فيما كنت سأفعله لو أنني وجدتها قد اختفت ولم تعد متاحة في يوم من الأيام. ففي وقتنا هذا الذي به خيارات كثيرة للغاية لعمل مجموعة موسيقية، أتبع السبيل الأكثر ملاءمة لي والأكثر تدميرًا للفنانين. قيل الكثير في منظومة العدالة، في وسائل الإعلام وعلى الإنترنت، عن مشروعية تلك الشبكات التي تنشأ بين الأنداد، لكن الواقع أن ملايين من الناس يفعلونه ولم يتوقف عن ذلك إلا قلة قليلة. إنني أقر بهذا الأمر والخزي يملؤني، برغم تعاطفي مع الفنانين وغيرهم ممن يخسرون المال نتيجة تشارك الملفات، فإنني أسهم فيه وأنا مدرك وواعٍ به، ولا أنتوي مطلقًا الكف عنه في المستقبل القريب.

البعض يمكنه تبرير سرقة الموسيقى لأنهم لا يدركون العواقب؛ وهذا ليس هو الحال معي لأنني مدرك تمامًا لها. فأنا أعيش في مدينة نيويورك، وهو مكان تجد فيه آراءً سياسية ليبرالية، مكان كان موطنًا للعديد من مشاهير الموسيقيين طيلة سنوات. وكليتي، ترينيتي، مكان يعج بأناس لديهم ما يكفي من المال لشراء أقراصهم المدمجة، وهناك أيضًا نادٍ يسعى لحض الناس على التجارة في الأقراص المدمجة. غير أنه برغم تأييد الكثيرين لفلسفة تلك

المجموعة، فإنه في هذا العصر الرقمي، من الأيسر تمامًا التشارك في الموسيقى على الإنترنت. بل إن لديَّ معلمة جيتار تكتب الأغاني كوسيلة لكسب عيشها، وهي تعتمد على المال الذي يسرقه الناس منها عندما ينزلون الأغنيات من على الإنترنت. إنني أشعر بالذنب من داخلي حيال ذلك، حتى إنني أخفي البرنامج على جهازي الحاسب حتى لا تراه كلما جاءت. وأقول لها إنني أحصل على الأغنيات من أصدقائي؛ لأنني أعلم أنها حتى لو لم تقلها لي مباشرةً، فإنها ستشعر بقدر هائل من خيبة الأمل فيَّ لو علمت بالحقيقة. كل واحدة من تلك الفئات الثلاث التي أنا أشكل جزءًا منها — أبناء نيويورك، وأبناء ترينيتي، وعازفي الجيتار — يعارضون قرصنة الموسيقى أخلاقيًّا، إلا أنني بشكل أو بآخر — باعتباري عضوًا في مجتمع متعلم — قادر على إسكات صوت تلك المعارضة داخلي من أجل الحصول على «وجبة غداء مجانية».

إذن لماذا أواصل أنا، ومعي الملايين من الناس، سرقة الموسيقى من الفنانين كل يوم؟ بالنسبة للبعض، ربما كانت المسألة تتلخص في عدم توقير قوانين حقوق التأليف والنشر، أو هي ببساطة مسألة مادية يستعملها المرء في تبرير «القرصنة» الموسيقية. هناك آخرون ربما لا يعلمون عواقب ذلك على الفنانين، أو يختارون عدم وضع تلك العواقب في الاعتبار. غير أنه لا يزال هناك سبب أكثر تعلقًا بالاستمتاع بذلك وهو سبب أستطيع أن أجد نفسي فيه، يبرر استمرار الناس في تنزيل الموسيقى من الإنترنت. الأمر بشكل ما، نتاج أخلاق مجتمعنا الرأسمالي، ويمكن تلخيصه في عبارة «خذ ما في استطاعتك أخذه»، لكن في الوقت نفسه نظامنا القضائي قال إنه شيء غير مشروع …

المطرب ويرد آل يانكوفيتش يتناول هو أيضًا قضية الأخلاقيات في واحدة من أغانيه، وعنوانها الذي صيغ في إبداع «لا تنزل هذه الأغنية». إنه يستخدم كلمات الأغنية الموحية لإقناع الناس بشراء الأقراص المدمجة، لكنه في الوقت ذاته لا يقف في صف الفنانين أو رابطة التسجيلات تمامًا. إنه يتحدث عن «الذنب» و«الخزي» الذي سيظل ملازمًا لك بعد أن تنزل الموسيقى، لكنه يتحدث بعد ذلك عن رابطة شركات التسجيلات على أنها إمبراطورية الشر التي تحكم على الأطفال والجدات شاءوا أم أَبَوْا. وهو يذكر كذلك جزءًا آخر كان في خلفيتي الذهنية: لماذا يحتاج الفنانون إلى المال أكثر مني وهم في الأصل

شديدو الثراء؟ إن وجهة نظره كفنان مشوقة للغاية؛ لأن المرء قد يعتقد أن أغنيته ليست سوى تأييد للفنانين ورابطة صناع التسجيلات، ولكنه بدلًا من ذلك، يرفض أن ينسب الفضيلة لأي من الطرفين، مما يزيد من غموض هذه المسألة.

حسنًا، ها هو الموضوع مطروح أمامك: في الوقت الذي أعارض فيه أخلاقيًّا قرصنة الموسيقى، فإن طرح الموسيقى المجانية يجعل من تلك المعارضة أمرًا فلسفيًّا محضًا. كل ما تبقى لي أن آمل أن يكون ويرد آل في أغنيته قد أخطأ حين وصف في هدوء تطور الأحداث الممكن الوحيد لقرصنة الموسيقى: «سوف تبدأ بسرقة الأغاني، ثم ستسطو على متاجر المشروبات، وتبيع المخدرات، ثم تدهس أطفال المدارس بسيارتك.» وأيضًا ألا أصير بارعًا في العزف على الجيتار بالقدر الذي يجعل موسيقاي تتعرض للسرقة على موقع لايموايز.[9]

لم يسبق لي أن التقيت بكاتب هذا المقال. غير أنني ألتقي بهذا النوع من الكتاب في كل الأوقات. إنهم طلابي، إنهم يملئون حرم ستانفورد الجامعي، ويكشف موقفهم عن التكلفة المرتبطة بالحرب التي نشنها الآن.

لم يشرح أي سياسي كيف يمكن للفوائد التي نسعى إلى جنْيها من وراء تلك الحرب ضد القرصنة أن تبرر تكلفتها. لم يضع أي سياسي مؤيد لتلك الحرب في اعتباره على الإطلاق البدائل الممكنة لهذه الحرب، ولا تكلفتها. عندما يتعلق الأمر بشن «الحرب» فإننا نصاب بالعمى التام، إننا لا نفكر في التكاليف، وإنما نفكر في أخلاقيات قضيتنا، ولكن كما علمنا التاريخ مرارًا وتكرارًا، فإن الدوافع الأخلاقية لا تضمن تحقيق نتائج أخلاقية. النوايا الطيبة مجرد خطوة أولى، والمسئولية تتطلب أن نضع في الاعتبار، ثم نعيد النظر، في كل خطوة نخطوها بعد ذلك.

إننا كشعب في حاجة لأن نتذكر أن سلطة الحكومة محدودة، وهي ليست محدودة بسبب محدودية تمويلها، أو محدودية ما تملكه من رصاص وذخيرة؛ بل إنها محدودة لأنها تعمل على خلفية من الأخلاقيات الأساسية، وتلك الأخلاقيات تصر على النسبية، فالأب الذي يضرب ابنه بعصا غليظة لأن الطفل لم ينظف غرفته ليس على خطأ في إصراره على أن ينظف الطفل غرفته. إنه مخطئ لأنه مهما كانت صحة الدافع وراء العقاب، فإن وسيلته لا بد دائمًا أن تتناسب مع حجم الخطأ. الأب، والجيش، والحكومة: جميعهم لا بد أن يكونوا على يقين من ألا يعميهم توجههم نحو الحقيقة عن العواقب

التي قد تنجم عن أفعالهم، ثمة الكثير والكثير مما يمكن للحكومة أن تفعله. وعندما نجد ذلك الحد، علينا حينئذ أن نعثر على وسائل أخرى لتحقيق الغاية المشروعة.

خاتمة

إن النظرية الاقتصادية التي تقف وراء حقوق التأليف والنشر تبرر هذه الحقوق باعتبارها أداة للتعامل مع ما يسميه الاقتصاديون «مشكلة التأثير الخارجي الإيجابي».[1] و«التأثير الخارجي» هنا هو ذلك التأثير الذي يمارسه سلوكك على شخص آخر، فإذا أدرت موسيقاك في صوت شديد الصخب بحيث أيقظت جيرانك، فإن موسيقاك بذلك تحدث تأثيرًا خارجيًّا (ضوضاء)، وإذا جددت منزلك فأضفت صفًّا من أشجار البلوط الجديدة، فإن تجديدك هذا يحدث تأثيرًا خارجيًّا (جمالًا). والجمال تأثير خارجي إيجابي؛ فالناس بصفة عامة يحبون استقباله، أما الضوضاء فهي تأثير خارجي سلبي؛ لا يحب الناس استقباله (وبخاصة الساعة الثالثة صباحًا).

يتعامل قانون حق التأليف والنشر مع التأثير الخارجي الإيجابي الذي تنتجه طبيعة العمل الإبداعي. والعمل الإبداعي «سلعة عامة»؛ بما يعني أنه: (١) بمجرد تبادله، يمكن لأي شخص أن يستهلكه دون أن يقلل من المقدار المتاح لأي شخص آخر. و(٢) من الصعب منع أي شخص من استهلاكه بمجرد إتاحته للجميع؛ فأنت إذا رسمت على باب جراجك لوحة جدارية جميلة، فإن مشاهدتي لها لن تقلل من الفرصة المتاحة أمامك كي تشاهدها أنت أيضًا، وبدون بناء جدار حول جراجك (ليس بالتصميم العملي كثيرًا، بالنسبة للجراج على الأقل)، فإن من الصعوبة بمكان أن تحجب الرؤية عمن يريد مشاهدة لوحتك الجدارية.

يطرح جيفرسون الفكرة ذاتها بأسلوب شاعري في خطاب كتبه عام ١٨١٣:

> إذا كان هناك شيء أقل عرضة من غيره للملكية الحصرية فهو ثمرة قوة التفكير التي نسميها «الأفكار»، والتي يمكن للمرء أن يمتلكها امتلاكًا حصريًّا

طالما أنه يحتفظ بها لنفسه ولم يُطلع أحدًا عليها؛ ولكن ما إن يُكشَف عنها حتى تفرض نفسها على الجميع؛ حيث لا يستطيع متلقيها أن يقصي نفسه عنها. ومن الخصائص المميزة للفكرة أيضًا ألا يمتلك أي فرد قدرًا أقل منها عن الآخرين؛ حيث يمتلك الجميع الفكرة بكاملها، أيًّا كان من يتلقى عني فكرة، فإنه يتلقى معلومات محددة دون أن يقلل ذلك من فكرتي، مثلما أن أيًّا كان من يضئ شمعة من خلال شمعتي، يحصل على الضوء دون أن يطفئ ذلك ضوء شمعتي. تبدو الأفكار في انتقالها الحر من شخص إلى آخر عبر العالم، لأغراض أخلاقية وتبادلية بين البشر ولتحسين أوضاعهم، شيئًا صُمِّم بصورة فريدة وخيِّرة عن طريق الطبيعة، عندما قامت بصنعها، تمامًا مثل النار، التي تنتشر في كل مكان، دون أن يقلل ذلك من كثافتها في أي لحظة، ومثل الهواء الذي نتنفسه ونتحرك فيه وتتواجد فيه أجسادنا، الذي هو غير قابل لحصره في مكان محدد أو امتلاكه بصورة حصرية. لا يمكن إذن أن تصير الاختراعات، في الطبيعة، موضوعًا للملكية.[2]

كان جيفرسون هنا يتحدث عن الأفكار، وحقوق التأليف والنشر تنظم مسألة التعبير، غير أن ملاحظاته عن طبيعة الأفكار تصير يومًا بعد يوم أكثر انطباقًا على مسألة التعبير. فلو أنني وضعت هذا الكتاب على شبكة الإنترنت، فإنك عندما تأخذ نسخة منه لا تحرمني من أن آخذ أنا أيضًا نسخة لي («لا يمتلك أي فرد قدرًا أقل، حيث يمتلك الجميع الفكرة بأكملها»). وتوفيري لنسخة من أجلك يجعل من الصعب نسبيًّا أن أمنع آخرين من الحصول على نسخة أيضًا («مثل الهواء الذي نتنفسه ونتحرك فيه وتتواجد فيه أجسادنا، الذي هو غير قابل لحصره في مكان محدد أو امتلاكه بصورة حصرية»). هذا «من الصعب نسبيًّا» وليس بالمستحيل: فطيلة تاريخ تقنية إدارة الحقوق الرقمية كان الهدف إعادة صياغة الطبيعة التي تحدث عنها جيفرسون؛ أي جعلها رقمية إلى درجة تصبح فيها الموجودات أشبه بأشياء مادية (أخذك لنسخة معناه أن نسخي أنا قلت بمقدار واحدة؛ ودخولك معناه أنني لا أستطيع الدخول).[3] غير أنه في حالة طبيعة الإنترنت، يعد التعبير على الإنترنت شبيهًا بأفكار جيفرسون.

قلت إن رجال الاقتصاد يبررون حقوق التأليف والنشر باعتبارها وسيلة للتعامل مع «مشكلة التأثيرات الخارجية الإيجابية»، لكن لعلك تتساءل، ولديك كل الحق، لماذا تعد «التأثيرات الخارجية الإيجابية» مشكلة؟ لماذا لم يكن من قبيل الخير الإيجابي أن

يكون التعبير «شيئًا ينتشر بحرية من شخص لآخر عبر العالم لأغراض أخلاقية وتبادلية بين البشر ولتحسين أوضاعهم»؟ لماذا ليس من «طبيعة» الإنترنت «الخاصة والخيرية»، أن تلقى التشجيع بدلًا من الحظر والتقييد؟

الإجابة، من منظور الاقتصادي على الأقل، أنه بينما الشيء المجاني دون شك أمر طيب، فإنه لو كان كل شيء مجانيًّا، لما كان هناك حافز قوي للإنتاج. ولو لم يكن هناك حافز نقدي كافٍ للإنتاج، فإنه، حسبما يتخوف رجال الاقتصاد، لن تُنتَج أشياء بالقدر الكافي.

في هذا الكتاب رسمت ملامح عريضة لحزمة من الإجابات البديهية على تلك المخاوف: هناك أطنان من الحوافز بخلاف المال. انظر إلى الاقتصاد التشاركي. انظر إلى ١٠٠ مليون مدونة، ١٣٪ فقط منها يعرض إعلانات.[4] انظر إلى ويكيبيديا أو البرمجيات المجانية. انظر إلى الأكاديميين أو العلماء. إن لدينا الكثير من الأمثلة على التعبير الإبداعي الذي يُنتَج على نموذج مختلف عن ذلك الذي تستخدمه بريتني سبيرز.

لكنني في الوقت ذاته أوضحت الجانب الآخر من ذلك الزعم: فبغض النظر عن الاقتصاد التشاركي، هناك الكثير مما لم يكن ليُبدَع دون نظام فعال لحقوق التأليف والنشر أيضًا. إنني أعشق أفلام هوليوود الناجحة، ولو كان بمقدور أي شخص عمل نسخة عالية الجودة من أحد أفلام هوليوود لحظة نزوله دور العرض، فلن يكون بمقدور أي شركة إنتاج أن تنتج فيلمًا بميزانية قدرها مائة مليون دولار. إذن هناك هذا المثال على الأقل، وإذا كان هناك مثال واحد، فمن المنطقي أن يكون هناك المزيد؛ أفلام، موسيقى ربما، ربما بعض الأنواع من الكتب أو القواميس، وربما روايات بقلم جون جريشام. لا بد لنا بالطبع أن نرتاب بشأن مدى اتساع نطاق ذلك التنظيم التشريعي. (نال القاضي ستيفن بريير بالمحكمة العليا التثبيت على درجة الأستاذية بهارفرد ببحث أعرب فيه عن تشككه في المدى الذي تغطيه الحاجة لهذه القوانين.)[5] غير أنها تغطي بعض المواضع على الأقل، وبالنسبة لتلك الحالات، وبدون حل مشكلة التأثيرات الخارجية الإيجابية، لن نمتلك ذلك النوع من العمل الإبداعي.

إذن لكي نحصل على أفلام هوليوود، أو بعض سلاسل الأفلام الناجحة، أو موسيقى أشبه بتلك الخاصة بجاستن تيمبرليك، وربما أنواع قليلة من الكتب؛ فإننا ندير منظومة حقوق التأليف والنشر، هذه المنظومة شكل من أشكال التنظيم، ومثل معظم أشكال التنظيم، فإنه بعد فترة، يصبح كبير الحجم وباهظ التكلفة. إن المحاكم والنيابات

الفيدرالية تنفق الكثير من المال في تنفيذ قانون حقوق التأليف والنشر، وتستثمر الشركات الملايين على تقنيات تهدف إلى حماية المادة المتمتعة بحقوق التأليف والنشر، وتتصيد الجامعات الأخطاء لطلبتها كي تعاقب أو تطرد أولئك الذين يمتنعون عن اتباع قواعد حقوق التأليف والنشر. إننا نبني هذه المنظومة شديدة التعقيد من التنظيم الفيدرالي — وهو تنظيم من المفترض فيه أن يصل إلى كل من يستخدم جهاز كمبيوتر — لحل تلك «المشكلة» المتعلقة بالتأثيرات الخارجية الإيجابية.

لا ضير في هذا. فحكومتنا تبذل جهدًا شاقًّا كي «تحل» تلك «المشكلة»، ولكن ماذا عن التأثيرات الخارجية السلبية؟ ماذا تفعل حكومتنا حيالها؟ ولنأخذ على سبيل المثال، الزئبق الذي يخرج مع عادم محطات الكهرباء التي تعمل بالفحم ليلوث البيئة. هذه أيضًا تأثيرات خارجية. إن الملايين من الناس يتعرضون لمستويات خطيرة من الزئبق بسبب ذلك التلوث. إن كوكب الأرض يترنح على شفا نقطة انقلاب مناخي كارثي بسبب ذلك الكربون. ومهما كان حجم الضرر الذي يمكن أن يحدث بسبب عدم إنتاج فيلم آخر من سلسلة ستار تريك، فإن الأضرار الناجمة عن تلك التأثيرات الخارجية السلبية لا شك فيها، وهي أضرار حقيقية. إنها تتسبب في وفيات محققة. وسوف تتسبب في اضطراب غير عادي وفي ضرر اقتصادي. إذن مع علمنا بحرص حكومتنا الشديد على التنظيم بقانون يقي من التأثيرات الخارجية الإيجابية التي بلا مقابل، ما الذي فعلته بالتحديد حيال التأثيرات الخارجية السلبية الضارة دون شك؟ خلال السنوات العشر الماضية، وفي وقت كان الكونجرس فيه قد مرر ما لا يقل عن أربعة وعشرين مشروعَ قانون خاص بحقوق التأليف والنشر،[6] واعتادت النيابات والمحاكم المدنية الفيدرالية على شن «حرب» على «القرصنة» حتى تحل مشكلة التأثيرات الخارجية الإيجابية، ما الذي فعلته الحكومة بالتحديد بشأن التأثيرات الخارجية السلبية؟

الإجابة هي: ليس بالكثير، برغم أن الرئيس بوش استغل بنجاح النداء الذي أطلقه آل جور عام ٢٠٠٠ معلنًا فيه أننا نواجه أزمة انبعاثات كربونية، بأن وعد بأنه في حال انتخابه سيفرض ضريبة على الانبعاثات الكربونية، فإنه في خلال أسبوعين بعد حلفه اليمين، ناقض نفسه، معلنًا أنه لا يعتقد أن الاحتباس الحراري يمثل مشكلة.[7] وبرغم أن قانون الهواء النظيف ينظم في صراحة الملوثات مثل الزئبق في محطات الطاقة، فإنه في عام ٢٠٠٣، غيرت إدارة بوش التشريعات بحيث «تسمح للملوثين بتفادي الاضطرار فعليًّا للإقلال من الزئبق.»[8] ومن ثم، ومع الأضرار الحقيقية والملموسة التي تتسبب فيها

التأثيرات الخارجية السلبية، فعلت الحكومة ما هو أسوأ من لا شيء. وفي الوقت ذاته، خصصت الحكومة موارد ثمينة لمكافحة مشكلة يعتقد كثيرون أنها لا تمثل أي مشكلة على الإطلاق.

إذن ما محصلة ذلك؟

لقد مرت عشرة أعوام منذ وهبت نفسي للمعركة التي أخوضها ضد التطرف في مسألة حقوق التأليف والنشر. وطيلة صفحات هذا الكتاب، أوضحت أن عمل تلك الأعوام العشرة أقنعني بأن تلك الحرب تلحق بمجتمعنا الكثير من الضرر، ليس فقط نتيجة للخسائر في الابتكار، وليس فقط بسبب خنق أنواع معينة من الإبداع، وليس فقط لأنها تحد دون مبرر من حريات يكفلها الدستور، ولكن أيضًا، والأهم؛ لأن هذه الحرب تفسد جيلًا بأكمله من أبنائنا، إننا نشن حربًا ضد أطفالنا، وأطفالنا سوف يصيرون العدو، سوف يصبحون هم المجرمين الذين نَسِمُهم بهذا الوصف، ولأنه لا يوجد برهان قوي يشير إلى أننا سوف ننتصر في هذه الحرب، فإن هذا هو المبرر الوحيد في هذا العالم لكي نوقف تلك الأعمال العدائية، لا سيما عندما تكون هناك بدائل تدعم الاهتمام الحكومي المزعوم دون أن تحول جيلًا كاملًا إلى مجرمين.

وما ينكأ الجرح أكثر وأكثر أن المسألة ليست قاصرة على أن حكومتنا تشن حربًا ميئوسًا منها، وإنما أن حكومتنا لا تحقق الكثير على صعيد مكافحة الضرر الحقيقي، في الوقت الذي تهدر فيه مواردها على مكافحة «مشكلات» لا تمثل حتى أضرارًا واضحة.

ولكن لماذا تقوم الحكومة بذلك؟

الدرس الذي علمني إياه عمل السنوات العشر أن السبب لا علاقة له بالغباء، ولا علاقة له بالجهل؛ بل السبب البسيط وراء قيامنا بشن حرب لا طائل من ورائها ضد أبنائنا أنهم لا يملكون سوى القليل من المال كي يدعموا به الحملات السياسية، فهم في ذلك لا يستطيعون مجاراة هوليوود مثلًا، والسبب البسيط وراء عدم قيامنا بأي شيء في الوقت الذي يصاب فيه أبناؤنا بالتسمم بالزئبق، أو تشبع بيئتنا بالكربون، أن أبناءنا وبيئتنا لا يملكون المال الذي تملكه شركات المرافق والنفط لدعم الحملات السياسية، إن حكومتنا تتصرف بصورة غير عقلانية، لكن تصرفها هذا نابع من سبب عقلاني أصيل: وهو أن السياسة لا تتبع أي منطق، إنها فقط تتبع المال حيث يكون.

وإلى أن تحل تلك المشكلة، فإن هناك ما لا حصر له من المشكلات التي ستظل قائمة دون حل؛ الاحتباس الحراري، والتلوث، والنظام الضريبي المنحرف، ودعم المزارع؛ إن

حكومتنا لا تتسم بالعقلانية؛ لأنها فاسدة، وهذا أمر بالغ الأهمية، وإلى أن تحل مشكلة ذلك الفساد، لا ينبغي علينا أن نتوقع الخير الكثير من وراء هذه الحكومة.

لا يتحدث هذا الكتاب عن ذلك الفساد بصفة عامة، كل ما كنت أهدف إليه هنا أن أجعلك كقارئ تتخذ خطوة واحدة بسيطة، فمهما كنت تظن بشأن الاحتباس الحراري، والبيئة، والهدايا الضريبية للشركات المساهمة صاحبة الحظوة، والدعم النقدي الذي لا يفيد سوى الشركات الزراعية الكبرى، فعلى الأقل عليك أن تفكر فيما يلي: لا يوجد مبرر لحرب حقوق التأليف والنشر التي نشنها في الوقت الراهن ضد أطفالنا، طالبوا بأن تتوقف تلك الحرب الآن، وبمجرد توقفها، دعونا نلتفت إلى المشكلة العويصة المتمثلة في صياغة منظومة حقوق التأليف والنشر التي تغذي نطاق الإبداع بكامله، والتعاون الذي سيكون الإنترنت سببًا في قيامه: منظومة تعتمد على الفرص الاقتصادية والإبداعية للكيانات الهجينة وإبداع المزج الفني؛ منظومة تنفي عن المراهق جريمة كونه مراهقًا.

الملاحظات

Throughout this text there are references to links on the World Wide Web. As anyone who has tried to use the Web knows, these links can be highly unstable. I have tried to remedy this instability by redirecting readers to the original source through the Web site associated with this book. For each link below, you can go to remix.lessig.org and locate the original source. If the original link remains alive, you will be redirected to that link. If the original link has disappeared, you will be redirected to an appropriate reference for the material.

تصدير

(1) George Lakoff and Mark Johnson, *Metaphors We Live By* (Chicago: University of Chicago Press, 1980), 156–57.

(2) *Ronald Allen Harmelin v. Michigan,* 501 U.S. 957 (1991).

(3) Amy Harmon, "Black Hawk Download: Moving Beyond Music, Pirates Use New Tools to Turn the Net into an Illicit Video Club," *New York Times,* January 17, 2002.

(4) *Metro–Goldwyn–Mayer Studios Inc. v. Grokster Ltd.,* 545 U.S. 913 (2005).

مقدمة

(1) All quotes from Candice Breitz taken from an in-person interview conducted August 6, 2007.

(2) E-mail to Candice Breitz, May 31, 2006.

(3) All quotes from Gregg Gillis taken from an interview conducted June 21, 2007, by telephone.

(4) All quotes from SilviaO taken from an interview conducted February 8, 2007, by telephone.

الفصل الأول: ثقافات ماضينا

(1) "They Ask Protection," *Washington Post,* June 6, 1906, 4.

(2) E. Fulton Brylawski and Abe Goldman, *Legislative History of the 1909 Copyright Act* (South Hackensack, N. J.: Fred B. Rothman, 1976), 24.

(3) Eric von Hippel, *Democratizing Innovation* (Cambridge, Mass.: MIT Press, 2005).

(4) Brylawski and Goldman, *Legislative History,* 24.

(5) Sousa, "The Menace of Mechanical Music," 280.

(6) Ibid., 280–81 (emphasis added).

(7) See Tarla Rai Peterson, "Jefferson's Yeoman Farmer as Frontier Hero: A Self Defeating Mythic Structure," *Agriculture and Human Values* 7 (1990): 9–19; Jefferson to James Madison, October 28, 1785, Merrill D. Peterson, ed., *Thomas Jefferson: Writings* (New York: Library of America, 1984), 842; Willard Sterne Randall, *Thomas Jefferson: A Life* (New York: HarperCollins, 1994), 432; Lawrence S. Kaplan, *Thomas Jefferson: Westward the Course of Empire* (Wilmington, Del.: Scholarly Resources, 1999), 27.

(8) As Harvard professor Yochai Benkler describes it:

> Music in the nineteenth century was largely a relational good. It was something people did in the physical presence of each other: in the folk way through hearing, repeating, and improvising; in the middle-class way of buying sheet music and playing for guests or attending public performances; or in the upper-class way of hiring musicians. Capital was widely distributed among musicians in the form of instruments, or geographically dispersed in the hands of performance hall (and drawing room) owners. Market-based production depended on performance through presence. It provided opportunities for artists to live and perform locally, or to reach stardom in cultural centers, but without displacing the local performers.

Yochai Benkler, *The Wealth of Networks* (New Haven, Conn.: Yale University Press, 2006), 50–51.

(9) Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* (New York: New York University Press, 2006).

> Cultural production occurred mostly on the grassroots level; creative skills and artistic traditions were passed down mother to daughter, father to son. Stories and songs circulated broadly, well beyond their points of origin, with little or no expectation of economic compensation; many of the best ballads or folktales come to us today with no clear marks of individual authorship. While new commercialized forms of entertainment—the minstrel shows, the circuses, the showboats—emerged in the mid-to-late nineteenth century, these professional entertainments competed with thriving local traditions of barn dances, church sings, quilting bees, and campfire stories. There was no pure boundary between the emergent commercial culture and the residual folk

> culture: the commercial culture raided folk culture and folk culture raided commercial culture. (Jenkins, *Convergence Culture,* 135.)

But the twentieth century, Jenkins argues, changed this:

> The story of American arts in the twentieth century might be told in terms of the displacement of folk culture by mass media. Initially, the emerging entertainment industry made its peace with folk practices, seeing the availability of grassroots singers and musicians as a potential talent pool, incorporating community sing–a–longs into film exhibition practices, and broadcasting amateur–hour talent competitions. The new industrialized arts required huge investments and thus demanded a mass audience. The commercial entertainment industry set standards of technical perfection and professional accomplishment few grassroots performers could match. The commercial industries developed powerful infrastructures that ensured that their messages reached everyone in America who wasn't living under a rock. Increasingly, the commercial culture generated the stories, images, and sounds that mattered most to the public. (Ibid.)

(10) Wikipedia contributors, "Player Piano," Wikipedia: The Free Encyclopedia, available at link #1 (last visited July 30, 2007).

(11) Ibid., available at link #2 (last visited July 30, 2007).

(12) Pekka Gronow, "The Record Industry: The Growth of a Mass Medium," *Popular Music* 3 (1983): 54–55, available at link #3.

(13) Leonard DeGraff, "Confronting the Mass Market: Thomas Edison and the Entertainment Phonograph," *Business and Economic History* 24 (1995): 88, available at link #4.

(14) Gronow, “The Record Industry,” 62, available at link #5.

(15) Ibid., 62, available at link #6.

(16) Ibid., 63, available at link #7.

(17) Philip E. Meza, *Coming Attractions? Hollywood, High Tech, and the Future of Entertainment* (Stanford, Calif.: Stanford University Press, 2007), 51.

(18) Ibid., 50–51.

(19) Lawrence Lessig, *Free Culture* (New York: Penguin Press, 2004), 3–7.

(20) U.S. Census Bureau, “NAICS 5111—Newspaper, Periodical, Book and Directory Publishers,” Industry Statistics Sampler, available at link #8 (last visited August 20, 2007).

(21) U.S. Census Bureau, “NAICS 515120—Television Broadcasting,” Industry Statistics Sampler, available at link #9 (last visited August 20, 2007).

(22) U.S. Census Bureau, “NAICS 512—Motion Picture and Sound Recording Industries,” Industry Statistics Sampler, available at link #10 (last visited August 20, 2007).

(23) “Economies,” Motion Picture Association of America, available at link #11 (last visited January 24, 2008).

(24) Brylawski and Goldman, *Legislative History,* 25.

(25) Currier was skeptical of unlimited patent rights. See *Zoltek Corp. v. United States,* 464 F.3d 1335, 1337 (2006) (Newman, J., dissenting), available at link #12 (last visited July 30, 2007). He was reluctant to expand copyrights.

الفصل الثالث: امتداد ثقافة القراءة فقط

(1) Until 1972, federal law didn't regulate the copying of recordings. See *Capitol Records Inc. v. Naxos of America,* 4 N.Y.3d 540, 544 (2005).

(2) See Lawrence Lessig, *Code 2.0* (New York: Basic Books, 2006), 5–6.

(3) Bruce Lehman, *Intellectual Property and the National Information Infrastructure: The Report of the Working Group on Intellectual Property Rights* (Darby: Diane Publishing, 1995).

(4) See Sonny Bono Copyright Term Extension Act, Pub. L. No. 105–298, 112 Stat. 2827 (1998) (extending the term of existing copyrights).

(5) See, e.g., No Electronic Theft Act of 1997, Pub. L. No. 105–147, 111 Stat. 2678 ("NET Act"), amending 17 U.S.C. §506(a).

(6) See Digital Millennium Copyright Act, Pub. L. No. 10–5–304, 112 Stat. 2860 (1998).

(7) See *UMG Recordings Inc. v. MP3.com Inc.,* 92 F. Supp. 2d 349 (S.D.N.Y. 2000); *A&M Records Inc. v. Napster Inc.,* 239 F.3d 1004 (9th Cir. 2001).

(8) See, for example, Lessig, *Free Culture,* chap. 3.

(9) RIAA Watcher, "RIAA Watch," RIAA Watch, available at link #13; Nate Mook, "RIAA Sues 261, Including 12–Year–Old Girl," *BetaNews,* September 9, 2003, available at link #14; Nate Mook, "RIAA Sues Deceased Grandmother," *BetaNews,* February 4, 2005, available at link #15.

(10) See Susan Butler, "Sixth Wave of RIAA Pre–Litigation Letters Sent to Colleges," *Hollywood Reporter,* July 19, 2007, available at link #16.

(11) Number of Lawsuits in the United States Courts Concerning Copyright, 2000–2006.

Year	Court of Appeals	District Courts
2006	415	5,488
2005	453	4,595
2004	475	2,653
2003	453	2,111
2002	517	2,439
2001	486	2,049
2000	Not Available	2,056

The Federal Judiciary, "Federal Judicial Caseload Statistics," U.S. Courts, available at link #17 (last visited July 30, 2007). Table C–2. "U.S. District Courts—Civil Cases Commenced, by Basis of Jurisdiction and Nature of Suit," 2000–2006. Table B–7. "U.S. Courts of Appeals—Nature of Suit or Offense in Cases Arising from the U.S. District Courts, by Circuit," 2000–2006.

(12) International Federation of the Phonographic Industry, *IFPI:07 Digital Music Report* (London: IFPI, 2007), 18.

(13) The last great panic surrounded the emergence of cassette-tape technology. See the discussion in Office of Technology Assessment, *Copyright and Home Copying: Technology Challenges the Law* (Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office, 1989), 145–47, available at link #18.

(14) Meza, *Coming Attractions?,* 87–88.

(15) Ibid. But obviously the claims are contested. See Martin Peitz and Patrick Waelbroeck, "The Effect of Internet Piracy on CD Sales: Cross-Section Evidence," *CESifo Working Paper Series* 1122 (January 2004), concluding that Internet piracy accounts for just 22.5 percent of the

drop in CD sales. See also Felix Oberholzer and Koleman Strumpf, "The Effect of File–Sharing on Record Sales: An Empirical Analysis," University of North Carolina (2004) (no statistically significant connection between downloading and drop in sales). Compare Stan J. Liebowitz, "Economists' Topsy–Turvy View of Piracy," *Review of Economic Research on Copyright Issues 2* (2005): 5–17; Stan J. Liebowitz, "Economists Examine File–Sharing and Music Sales," *Industrial Organization and the Digital Economy* (Cambridge, Mass.: MIT Press, 2005); Stan J. Liebowitz, "Testing File–Sharing's Impact on Music Album Sales in Cities," *Management Science,* forthcoming.

(16) "The Recording Industry 2006 Piracy Report: Protecting Creativity in Music," International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), available at link #19 (last visited January 18, 2008). For a fantastic study of the relationship between artists' income and digital technologies see Martin Kretschmer, "Artists' Earning and Copyright: A Review of British and German Music Industry Data in the Context of Digital Technologies," *First Monday* 10 (2005), available at link #20.

(17) Amy Matthew, "The Creative Revolution: Consumers, Artists Lead the Way into New Entertainment World," *Pueblo Chieftain,* April 29, 2007; "Apple to Give iTunes Users Credit for Full Albums," *InvesTrend,* March 29, 2007.

(18) Less elegant was the idea of a coin box in the home. I remember as a kid staying in a boarding house in England in the 1970s that had a coin box to operate hot water. A hot bath is one thing, but television is a necessity. The inconvenience of this system must have been staggering. Still, the idea was tested in Palm Springs, California, in the early 1950s, again by Paramount. This system, called telemeter, used scrambled television signals sent over telephone lines. When customers deposited the

correct amount of change in the coin box, the telemeter descrambled the signal. The system debuted in 1953, showing a USC–Notre Dame football game (presaging the popular college sports packages now available on satellite TV services) for $1.00 and a first-run Paramount movie, *Forever Female,* for an additional $1.35. (Meza, *Coming Attractions?,* 83.)

(19) In Napster Inc. Copyright Litigation, 191 F. Supp. 2d 1087 (N.D. Cal. 2002).

(20) In January 2008 the last of the major labels, Sony BMG, dropped the requirement that its music be sold with DRM. Peter Sayer, "Sony BMG to Sell DRM-Free Music Downloads Through Stores," *InfoWorld,* January 7, 2008, available at link #21.

(21) Lessig, *Code 2.0.*

الفصل الرابع: انبعاث ثقافة القراءة والكتابة

(1) *Grand Upright Music Ltd. v. Warner Bros. Records Inc.,* 780 F. Supp. 182 (S.D.N.Y. 1991).

(2) All quotes from Don Joyce taken from an interview conducted March 20, 2007, by telephone.

(3) David Bollier, *Brand Name Bullies* (Hoboken, N.J.: Wiley, 2005), 69.

(4) J. D. Lasica, *Darknet: Hollywood's War Against the Digital Generation* (Hoboken, N.J.: Wiley, 2005), 72–73.

(5) Heidi Anderson, "Plugged In," *Smart Computing* (November 2000): 90–92.

(6) Benkler, *Wealth of Networks,* 217.

(7) Mark Lawson, "Berners-Lee on the Read/Write Web," *BBC News,* August 9, 2005, available at link #22 (last visited July 31, 2007).

(8) Niall Kennedy, "Technorati Two Years Later," Niall Kennedy's Weblog, November 26, 2004, available at link #23; David Sifry, "Technorati,"

Sifry's Alerts, November 27, 2002, available at link #24; David Sifry, "Over 100,000 Blogs Served," Sifry's Alerts, March 5, 2003, available at link #25; David Sifry, "One Million Weblogs Tracked," Sifry's Alerts, September 27, 2003, available at link #26; David Sifry, "State of the Blogosphere," Sifry's Alerts, October 10, 2004, available at link #27; "About Us," Technorati, available at link #28 (last visited July 30, 2007).

(9) David Sifry, "The State of the Live Web," Sifry's Alerts, April 5, 2007, available at link #29 (last visited July 23, 2007); David Sifry, "State of the Blogosphere, October 2006," Technorati, available at link #30 (last visited July 23, 2007).

(10) Benkler, *Wealth of Networks,* 217.

(11) Thomas Vander Wal, "Off the Top: Folksonomy Entries," Vanderwal.net, October 3, 2004, available at link #31.

(12) Don Tapscott and Anthony D. Williams, *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything* (New York: Portfolio, 2006), 41.

(13) Ibid., 52.

(14) Ibid., 144–45.

(15) Ibid., 42.

(16) "Blogging Basics," Technorati, available at link #32 (last visited July 23, 2007).

(17) David Sifry, "The State of the Live Web, April 2007," Sifry's Alerts, available at link #33 (last visited August 16, 2007).

(18) Charlene Li, *Social Technographics* (Cambridge, Mass.: Forrester, 2007), 2.

(19) Benkler, *Wealth of Networks,* 225–33.

(20) The blog Corporate Influence in the Media tries to document examples of advertisers pressuring publishers and broadcasters. See Anup Shah, Corporate Influence in the Media, available at link #34 (last visited

August 16, 2007). In 2006 the Center for Media and Democracy released a report detailing a large number of instances in which news organizations broadcast "video news releases" as news without revealing to their audiences that the video was provided by a public relations firm. See Diane Farsetta and Daniel Price, "Fake TV News: Widespread and Undisclosed," Center for Media and Democracy, April 6, 2006, available at link #35.

(21) Lawrence Lessig, "The People Own Ideas," *Technology Review* (June 2005): 46–48.

(22) "To the Point; Trends & Innovations," *Investor's Business Daily,* September 26, 2006.

(23) Ibid.

(24) Gail Koch, "'800-Pound Gorilla' Still Rules for Most," *Star Press* (Muncie, Ind.), September 28, 2005.

(25) Xinhua News Agency, "Census Bureau: Americans to Spend More Time on Media Next Year," December 15, 2006.

(26) U.S. Fed News, "American Time Use Survey—2006 Results," *U.S. Fed News,* June 28, 2007.

(27) This is not to say that before the Internet, there was nothing like this RW-media culture. Indeed, for almost a half century, beginning with the *Star Trek* series, there has been a rich "fan fiction" culture, in which fans take popular culture and remix it. Rebecca Tushnet, "Legal Fictions: Copyright, Fan Fiction, and a New Common Law," *Loyola of Los Angeles Entertainment Law Journal* 17 (1997): 655, citing Henry Jenkins and John Tulloch, eds., *'At Other Times, Like Females': Gender and* Star Trek *Fan Fiction,* in *Science Fiction Audiences: Watching* Dr. Who *and* Star Trek (London: Routledge, 1995), 196. Some trace the history of fan fiction back even earlier, to "metanovels" written in response to classic works of fiction such as *Pride and Prejudice* (Sharon Cumberland), "Private Uses of Cyberspace: Women, Desire and Fan Culture," in *Rethinking*

Media Change: The Aesthetics of Transition, ed. David Thorburn and Henry Jenkins (Cambridge, Mass.: MIT Press, 2003), 261. An Internet commentator known as Super Cat argues that the first fan fiction was John Lydgate's *The Siege of Thebes,* a continuation of *The Canterbury Tales* circa 1421: Super Cat, "A (Very) Brief History of Fanfic," Fanfic Symposium, available at link #36 (last visited August 11, 2007). Many believe that the contemporary online fan fiction community is predominantly composed of women, and the genre addresses topics traditionally marginalized in the commercial media, including "the status of women in society, women's ability to express desire, [and] the blurring of stereotyped gender lines" (Cumberland, "Private Uses," 265). In addition to traditional textual fan fiction, cyberspace has spawned an active culture of fan filmmaking. See Henry Jenkins, "Quentin Tarantino's Star Wars? Digital Cinema, Media Convergence, and Participatory Culture," in *Rethinking Media Change: The Aesthetics of Transition,* ed. David Thorburn and Henry Jenkins (Cambridge, Mass.: MIT Press, 2003), 281–84 (offering a case study of *Star Wars* fan fiction, which began in textual form with the first official film, and developed into digital film distributed on independent creators' Web sites). There is a comprehensive study of fan fiction in chapters 5–8 of Henry Jenkins, *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture* (New York: Routledge, 1992).

(28) All quotes from Mark Hosler taken from an interview conducted May 1, 2007, by telephone.

(29) All quotes from Johan Söderberg taken from an interview conducted February 15, 2007, by telephone.

(30) Telephone interview with Don Joyce, March 20, 2007.

(31) "Misperceptions, the Media, and the Iraq War," Program on International Policy Attitudes and Knowledge Networks, available at link #37 (last visited January 18, 2008).

(32) Charles Krauthammer, "A Vacation Bush Deserves," *Washington Post,* August 10, 2001.

(33) All quotes from Victor Stone taken from an interview conducted February 15, 2007, by telephone.

(34) All quotes from Mimi Ito taken from an interview conducted January 24, 2007, by telephone. For more, see Mimi Ito, "Japanese Media Mixes and Amateur Cultural Exchange," in *Digital Generations,* ed. David Buckingham and Rebekah Willett (Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum, 2006), 49–66.

(35) Jenkins, *Convergence Culture,* 128.

(36) Ibid., 182.

(37) Ibid., 177.

(38) Ibid., 182.

الفصل الخامس: مقارنة بين الثقافتين

(1) An argument "in favor" is certainly not an argument anyone should consider conclusive. Free speech values should still weigh in the balance, driving regulation away from restrictive measures when alternative, nonrestrictive alternatives exist.

(2) Andrew Odlyzko, "Content Is Not King," *First Monday* 6 (2001), available at link #38.

(3) Stewart Baker, "Exclusionary Rules," *Wall Street Journal,* March 26, 2004.

(4) Andrew Keen, *The Cult of the Amateur* (New York: Doubleday, 2007), 64.

(5) Ibid., 27.

(6) Ibid., 131.

(7) Ibid., 15.

(8) I've enumerated some errors on my blog. See Lawrence Lessig, "Keen's 'The Cult of the Amateur': BRILLIANT!" Lessig Blog, available at link #39.

(9) Keen, *The Cult of the Amateur,* 27.

(10) New York Institute for the Humanities and NYU Humanities Council, "The Comedies of Fair U$e," Internet Archive, available at link #40 (last visited July 30, 2007); Joy Garnett, "Full Program Audio on Archive.org," Comedies of Fair U$e, available at link #41 (last visited July 30, 2007).

(11) Steven Johnson, *Everything Bad Is Good for You: How Today's Popular Culture Is Actually Making Us Smarter* (New York: Riverhead, 2005).

(12) Jenkins, *Convergence Culture,* 103–4.

(13) A real problem for readers of his last novel, *The Mystery of Edwin Drood* (1870). Dickens died before he completed the story, even though serial chapters were already being printed. Joel J. Brattin, "Dickens and Serial Publication," PBS, available at link #42 (last visited August 16, 2007).

(14) Christopher Lydon, "Ecstasy of Influence—Interview with Jonathan Lethem, Siva Vaidhyanathan, Mark Hosler, and Mike Doughty," Open Source with Christopher Lydon, February 2, 2007, available at link # 43.

(15) Ithiel de Sola Pool, *Technologies Without Boundaries: On Telecommunications in a Global Age* (Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1990), 121.

(16) The standard of intermediate First Amendment review permits speech regulation only "[1] if it advances important governmental interests unrelated to the suppression of free speech and [2] does not burden substantially more speech than necessary to further those interests."

Turner Broad. Sys. v. FCC, 520 U.S. 180, 189 (1997); see also *United States v. O'Brien,* 391 U.S. 367, 377 (1968); *Ward v. Rock Against Racism,* 491 U.S. 781, 791 (1989) (applying intermediate scrutiny to time, place, and manner regulation of speech in the public forum); *San Francisco Arts & Athletics Inc. v. U.S. Olympic Comm.,* 483 U.S. 522, 537 (1987) (applying *O'Brien* review to a law protecting the word "Olympic" under trademark law).

(17) Work from 1923 on is potentially subject to copyright. Whether in fact a particular work is copyrighted depends upon whether the work satisfied certain formalities.

(18) Jessica Litman, "The Exclusive Right to Read," *Cardozo Arts and Entertainment Law Journal* 13 (1994): 29, 34–35.

(19) R. Anthony Reese, "Innocent Infringement in U.S. Copyright Law: A History," *Columbia Journal of Law & the Arts* 30 (2007): 133, 136.

(20) V. Clapp, *Copyright—A Librarian's View, Prepared for the National Advisory Commission on Libraries* (Washington D.C.: Copyright Committee, Association of Research Libraries, 1968).

(21) This important though obscure story about the unintended expansion of the scope of copyright is told best by L. Ray Patterson, "Free Speech, Copyright, and Fair Use," *Vanderbilt Law Review* 40 (1987): 40–43.

(22) Paul Goldstein, *Copyright's Highway: From Gutenberg to the Celestial Jukebox* (Stanford, Calif.: Stanford University Press, 2003).

(23) Office of Technology Assessment, *Copyright and Home Copying: Technology Challenges the Law* (Washington, D.C.: US Government Printing Office, 1989), 145–47, available at link #44.

(24) Wikipedia contributors, "Jazz," Wikipedia: The Free Encyclopedia, available at link #45 (last visited July 30, 2007).

(25) Wikipedia contributors, "Louis Armstrong," Wikipedia: The Free Encyclopedia, available at link #46 (last visited July 30, 2007).

(26) Fairly relaxed, not completely. There is an important tension in jazz created by the way the derivative right functions. Because jazz is in essence improvisation, it must build upon some other work. But because copyright law treats this other work as expression, rather than as an idea, the improvisation requires permission from the underlying copyright owner. In practice, jazz musicians almost never seek that permission, instead relying upon the mechanical license to secure permission to record the underlying work. That license, however, doesn't cover derivatives. For a penetrating analysis of these questions, see Anonymous, "Jazz Has Got Copyright Law & That Ain't Good," *Harvard Law Review* 118 (2005), 1940.

(27) *Bridgeport Music Inc. v. Dimension Films,* 383 F.3d 390 (6th Cir. 2004).

(28) William W. Fisher, *Promises to Keep* (Stanford, Calif.: Stanford University Press, 2004).

(29) Peter Lauria, "File–$haring," *New York Post,* June 25, 2007.

(30) *Metro–Goldwyn–Mayer Studios Inc. v. Grokster Ltd.,* 545 U.S. 913 (2005).

(31) Mitch Bainwol and Cary Sherman, "Explaining the Crackdown on Student Downloading," *Inside Higher Ed,* March 15, 2007, available at link #47.

(32) I also stand by my view that the harms caused by p2p file sharing are overstated by the industry. Mark Cooper has now added to this debate. As he has argued effectively, much of the loss in sales comes from people buying one or two tracks from an album. LPs forced those tracks to be bundled before; digital technology now permits them to be separate. It makes no sense to count that "loss" as a harm to society, since it simply represents people choosing to buy what they want. See Mark Cooper,

Digital Downloading of Music (Washington, D.C.: Consumer Federation of America, 2007).

(33) Bainwol and Sherman, "Explaining the Crackdown."

الفصل السادس: نوعان من الاقتصاد: تجاري وتَشاركي

(1) Yochai Benkler, "Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as Modality of Economic Production," *Yale Law Journal* 114 (2004): 273–358.

(2) Ronald E. Yates, "Internet-Related Manager Tops List of Hottest Jobs; Position Is So New and in Such Demand That Candidates' Lack of Degrees or Advanced Age Are Not Seen as Deterrents," *Sun-Sentinel,* February 5, 1996. Robert D. Atkinson and Daniel K. Correa, "The Digital Economy—Internet Domain Names," *The 2007 State New Economy Index* (2007): 40, available at link #48.

(3) U.S. Census Bureau, "E-Stats-Measuring the Electronic Economy," available at link #49.

(4) *Sony Corp. v. Universal City Studios,* 464 U.S. 417 (1984).

(5) See Julie Niederhoff, "Video Rental Developments and the Supply Chain: Netflix, Inc.," Washington University, St. Louis (2002); Michael K. Mills and Jon Silver, "Analysing the Effect of Digital Technology on Channel Strategy, Power and Disintermediation in the Home Video Market: The Demise of the Video Store?" *Video Technology* magazine (February 2005); IRS, "Retail Industry ATG—Chapter 3: Examination Techniques for Specific Industries (Video/DVD Rental Business)," Small Business and Self-Employed One-Stop Resource, August 2005, available at link #50; "Videotape Rental—Background and Development," All Business, available at link #51; "Videotape Rental—Current Conditions," All Business, available at link #52.

(6) Hoover's Inc., "Blockbuster, Inc.," Answers.com, available at link #53 (last visited August 7, 2007).

(7) Wikipedia contributors, "Blockbuster, Inc." Wikipedia: The Free Encyclopedia, available at link #54 (last visited July 31, 2007).

(8) Keith Regan, "Netflix Taking Over Wal–Mart's Online DVD Rental Business," *E–Commerce Times,* May 19, 2005, available at link #55 (last visited July 5, 2007); see also Phillip Torrone, "Netflix, Open Up or Die …," *Engadget,* July 19, 2004, available at link #56.

(9) Hoover's Inc., "Amazon.com," Answers.com, available at link #57 (last visited July 31, 2007). These numbers reflect sales only. According to reports, Amazon's net deficit is still high—$2 billion as of 2005.

(10) Ibid., available at link #58 (last visited July 31, 2007).

(11) Wikipedia contributors, "Larry Page," Wikipedia: The Free Encyclopedia, available at link #59 (last visited July 31, 2007).

(12) Verne Kopytoff, "Google Shares Top $400: Search Engine No. 3 in Market Cap Among Firms in Bay Area," *San Francisco Chronicle,* November 18, 2005; Yahoo! Finance, "GOOG: Key Statistics for Google Inc," Capital IQ, available at link #60 (last visited July 5, 2007).

(13) Keen, *The Cult of the Amateur,* 135.

(14) The point was made long before by Nicholas Negroponte. "A best–seller in 1990, Nicholas Negroponte's *Being Digital* drew a sharp contrast between 'passive old media' and 'interactive new media,' predicting the collapse of broadcast networks in favor of an era of narrowcasting and niche media on demand: 'What will happen to broadcast television over the next five years is so phenomenal that it's difficult to comprehend.'" Jenkins, *Convergence Culture,* 5.

(15) Chris Anderson, *The Long Tail* (New York: Hyperion, 2006), 23.

(16) Alan Cohen, "The Great Race; No Startup Has Cashed In on the DVD's Rapid Growth More Than Netflix. Now Blockbuster and Wal–Mart

Want In. Can It Outrun Its Big Rivals?," *Fortune Small Business,* December 2002–January 2003. "Media Center," Netflix, available at link #61 (last visited April 1, 2008).

(17) See Erik Brynjolfsson, Yu Jeffrey Hu, and Duncan Simester, "Goodbye Pareto Principle, Hello Long Tail: The Effect of Search Costs on the Concentration of Product Sales," MIT Center for Digital Business Working Paper (2007); Paul L. Caron, "The Long Tail of Legal Scholarship," *Yale Law Journal* 116 Pocket Part 38 (2006); Anita Elberse and Felix Oberholzer-Gee, "Superstars and Underdogs: An Examination of the Long Tail Phenomenon in Video Sales," Harvard Business School No. 07-015 Working Paper Series; Indiana Resource Sharing Task Force, "Wagging the Long Tail: Sharing More of Less; Recommendations for Enhancing Resource Sharing in Indiana," White Paper (2007); Anindya Ghose and Bin Gu, "Search Costs, Demand Structure and Long Tail in Electronic Markets: Theory and Evidence," NET Institute Working Paper No. 06-19 (2006); Teruyasu Murakami, "The Long Tail and the Lofty Head of Video Content: The Possibilities of 'Convergent Broadcasting,'" Nomura Research Institute, NRI Papers No. 113 (2007).

(18) Lee Gomes, "It May Be a Long Time Before the Long Tail Is Wagging the Web," *Wall Street Journal,* July 26, 2006.

(19) All quotes from Robert Young taken from an interview conducted April 26, 2007, by telephone.

(20) Free as in free speech is different. Robert Young has been a strong supporter of Creative Commons.

(21) I am grateful to Tim O'Reilly for getting me to see the importance of this point.

(22) Dan Bricklin, "The Cornucopia of the Commons: How to Get Volunteer Labor," Dan Bricklin's Web site, August 7, 2000, available at link #62.

(23) Linked from Bricklin, “Cornucopia of the Commons.”

(24) Dan Bricklin, “Cornucopia of the Commons,” available at link #63.

(25) See “Google Defies US Over Search Data,” BBC News, January 20, 2006, available at link #64; Maryclaire Dale, “Judge Throws Out Internet Blocking Law: Ruling States Parents Must Protect Children Through Less Restrictive Means,” MSNBC, March 22, 2007, available at link #65. Google prevailed in its effort to restrict the government’s search. See *Gonzales v. Google,* 234 F.R.D. 674 (N.D. Cal. 2006).

(26) Phillip Torrone, “Netflix, Open Up or Die …,” available at link #66.

(27) Netflix, *Netflix Prize,* available at link #67 (last visited July 2, 2007).

(28) Tapscott and Williams, *Wikinomics,* 183.

(29) See Tim O’Reilly, “What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software,” O’Reilly, September 30, 2005, available at link #68. As Mary Madden summarizes the idea, it is “utilizing collective intelligence, providing networkenabled interactive services, giving users control over their own data.” Mary Madden and Susannah Fox, *Riding the Waves of Web 2.0* (Washington, D.C.: Pew Internet Project, 2006), 1.

(30) Ronald H. Coase, “The Nature of the Firm,” *Economica* 4 (1937): 386–405.

(31) Benkler, *The Wealth of Networks,* 59–60.

(32) Lawrence Lessig, *The Future of Ideas* (New York: Random House, 2001) 35–36.

(33) Clayton M. Christensen, *The Innovator’s Dilemma* (Boston, Mass.: Harvard Business School Press, 1997), 228.

(34) Benkler, “Sharing Nicely,” 282.

(35) This is the phenomenon of “crowding out” described extensively by Professor Benkler in *The Wealth of Networks.* As he summarizes this work, “Across many different settings, researchers have found substantial evidence that under some circumstances, adding money for an activity previously undertaken without price compensation reduces, rather than increases, the level of activity” (94).

(36) See Michael Walzer, *Spheres of Justice: A Defense of Pluralism and Equality* (New York: Basic Books, 1984).

(37) Lewis Hyde, *The Gift—Imagination and the Erotic Life of Property* (New York: Vintage Books, 2004), 3.

(38) Ibid., 56.

(39) Ibid., 45–46.

(40) Ibid., 82.

(41) Benkler, “Sharing Nicely,” 327.

(42) Ibid.

(43) Ibid., 324; see also at 323, describing the work of Bruno Frey.

(44) Increasingly the concern among record company executives is with social sharing. See Jason Pontin, “A Social-Networking Service with a Velvet Rope,” *New York Times,* July 29, 2007.

(45) See Eric A. von Hippel and Karim Lakhani, “How Open Source Software Works: ‘Free’ User-to-User Assistance,” *Research Policy* 32 (2003): 923–43.

Kollock (1999) discusses four possible motivations to contribute public goods online. Given that his focus is incentives to put online something that has already been created, his list does not include any direct benefit from developing the thing itself—either the use value or the joy of creating the work product. His list of motives to contribute does include the beneficial effect of enhancements to one’s reputation. A second

potential motivator he sees is expectations of reciprocity. Both specific and generalized reciprocity can reward providing something of value to another. When information providers do not know each other, as is often the case for participants in open source software projects, the kind of reciprocity that is relevant is called "generalized" exchange (Ekeh, 1974) … The third motivator posited by Kollock is that the act of contributing can have a positive effect on contributors' sense of "efficacy"—a sense that they have some effect on the environment (Bandura, 1995). Fourth and finally, he notes that contributors may be motivated by their attachment or commitment to a particular open source project or group. In other words, the good of the group enters into the utility equation of the individual contributor. (Ibid., 927.)

(46) Or so the terms of service for Skype say. See "Skype End User License Agreement—Article 4 Utilization of Your Computer," Skype, available at link #69 (last visited July 31, 2007).

(47) Daniel H. Pink, "The Book Stops Here," *Wired,* March 2005, available at link #70.

(48) All quotes from Jimmy Wales taken from an in-person interview conducted May 4, 2007.

(49) Seth Anthony, "Contribution Patterns Among Active Wikipedians: Finding and Keeping Content Creators," Wikimania Proceedings SA1 (2006), as summarized at link #71 (last visited August 20, 2007).

(50) Aaron Swartz, "Who Writes Wikipedia," available at link #72 (last visited August 20, 2007).

(51) "Meetings/February 7, 2005," Wikimedia Foundation, available at link #73 (last visited July 31, 2007).

(52) Tapscott and Williams, *Wikinomics,* 72.

(53) Ibid.

(54) Noam Cohen, "The Latest on Virginia Tech, from Wikipedia," *New York Times,* April 23, 2007.

(55) Ibid.

(56) Robert Young and Wendy Goldman Rohm, *Under the Radar: How Red Hat Changed the Software Business—and Took Microsoft by Surprise* (Scottsdale, Ariz.: Coriolis Group Books, 1999), 110.

(57) Netcraft, "Reports—What Is the Market Share of the Different Servers?" Netcraft—Web Server Survey, available at link #74 (last visited July 31, 2007): follow monthly "Index" link for November 1996–present; follow monthly "ALL" link for August 1995–October 1996.

(58) Steven Weber, *The Success of Open Source* (Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 2004), 234.

(59) Scott E. Page, *The Difference: How the Power of Diversity Creates Better Groups, Firms, Schools, and Societies* (Princeton, N.J.: Princeton University Press, 2007).

(60) Wikipedia contributors, "Project Gutenberg," Wikipedia: The Free Encyclopedia, available at link #75 (last visited October 10, 2007).

(61) Ibid., available at link #76 (last visited October 10, 2007).

(62) "Beginning Proofreaders' Frequently Asked Questions," Distributed Proofreaders, available at link #77 (last visited July 31, 2007).

(63) Wikpedia contributors, "SETI@home," Wikipedia: The Free Encyclopedia, available at link #78 (last visited August 20, 2007). See also Benkler, "Sharing Nicely," 275.

(64) Wikpedia contributors, "Einstein@Home," Wikipedia: The Free Encyclopedia, available at link #79 (last visited August 20, 2007).

(65) "About the Internet Archive," Internet Archive, available at link #80 (last visited July 31, 2007).

(66) All quotes from Brewster Kahle taken from an interview conducted January 24, 2007, by telephone.

(67) NASA Ames, "Welcome to the Clickworkers Study," Clickworkers, available at link #81 (last visited July 31, 2007).

(68) B. Kanefsky, N. G. Barlow, and V. C. Gulick, "Can Distributed Volunteers Accomplish Massive Data Analysis Tasks," Thirty-second Annual Lunar and Planetary Science Conference 1272 (2001), available at link #82.

(69) Ibid., available at link #83.

(70) Ibid., available at link #84.

(71) Benkler, *The Wealth of Networks,* 69.

(72) "Let Data Speak to Data," *Nature* 438 (2005), available at link #85 (last visited July 31, 2007), cited in Tapscott and Williams, *Wikinomics,* 159.

(73) Ibid., available at link #86 (last visited July 31, 2007).

(74) Michael W. Vannier and Ronald M. Summers, "Sharing Images," *Radiology* 228 (2003), available at link #87.

(75) U.S. National Virtual Observatory, available at link #88 (last visited July 31, 2007).

(76) "About the Open Directory Project," Open Directory Project, available at link #89 (last visited July 11, 2007).

(77) "About Open Source Food," Open Source Food, available at link #90 (last visited July 11, 2007).

(78) Benkler, *The Wealth of Networks,* 121.

(79) Bricklin, "The Cornucopia of the Commons," available at link #91.

(80) von Hippel, *Democratizing Innovation,* 60–61.

(81) Steven Weber, *The Success of Open Source* (Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 2004), 153.

(82) von Hippel, *Democratizing Innovation,* 60–61.

(83) Weber, *The Success of Open Source,* 155.

(84) von Hippel and Lakhani, "How Open Source Software Works," 927.

(85) Weber, *The Success of Open Source,* 224.

(86) Benkler, *The Wealth of Networks,* 16–18.

(87) Ibid., 2.

(88) Ibid., 3.

الفصل السابع: الاقتصادات الهجينة

(1) I don't mean to suggest that there weren't hybrids before the Internet. Think of dog shows, open-mike nights at bars, or country fairs. All of these have a dynamic similar to the one I identify on the Internet. The only difference is the significance of these hybrids. The Internet will enable a much wider range of hybridization, with a much greater economic and social value. I am grateful to Oliver Baker for reminding me of this point.

(2) Benkler, *The Wealth of Networks,* 55.

(3) GNU Free Documentation License," Free Software Foundation, available at link #92 (last visited August 20, 2007).

(4) All quotes from Brian Behlendorf taken from an interview conducted May 11, 2007, by telephone.

(5) Red Hat employed 50 percent of Linux's core team. Telephone interview with Robert Young, April 26, 2007.

(6) Red Hat and VA Linux gave stock options to Torvalds. Wikipedia contributors, "Linus Torvalds," Wikipedia: The Free Encyclopedia, available at link #93 (Last visited July 31, 2007); Gary Rivlin, "Leader of the Free World," *Wired,* November 2003, available at link #94.

(7) All quotes from Mark Shuttleworth taken from an interview conducted March 19, 2007, by telephone.

(8) Ted Rheingold, "Don't Outsource Your Sales," Dogster & Catster company Blogster, available at link #95 (last visited April 1, 2008).

(9) All quotes from Internet venture capitalist Joichi Ito taken from an interview conducted January 23, 2007, by telephone.

(10) "New Cyberspace Classified Ad Technologies to Impact Newspaper Revenues in 3 Years," *PR Newswire,* November 21, 1996.

(11) "Newspaper Advertising Being Challenged by the 'Net," *E-Commerce Law Report* 11 (1999), 24.

(12) Wikipedia contributors, "craigslist," Wikipedia: The Free Encyclopedia, available at link #96 (last visited July 31, 2007).

(13) Ibid., available at link #97 (last visited July 31, 2007).

(14) All quotes from Craig Newmark taken from an interview conducted January 22, 2007, by telephone.

(15) Tapscott and Williams, *Wikinomics,* 190. craigslist charges for job ads.

(16) Ibid.

(17) Ibid.

(18) Nick C. Sortal and Ian Katz, "Volunteers Use Internet to Offer Homes to Katrina Victims," *South Florida Sun-Sentinel,* September 1, 2005.

(19) Kathleen Sullivan, "Hurricane Katrina; Lodging Offers Being Posted on Craigslist; Across Continent, People Opening Homes to Survivors," *San Francisco Chronicle,* September 4, 2005.

(20) Tapscott and Williams, *Wikinomics,* 187.

(21) "Flickr Founder: Creativity Is Human Nature," CNN.com, January 17, 2007, available at link #98; Dan Fost, "Welcoming Startups into Yahoo's Fold; Web Portal Works to Integrate the Companies It Has Acquired," *San Francisco Chronicle,* December 24, 2006, available at link #99.

(22) All quotes from Stewart Butterfield taken from an interview conducted May 1, 2007, by telephone.

(23) All quotes from Steve Chen taken from an interview conducted January 29, 2007, by telephone.

(24) Wikipedia contributors, "YouTube," Wikipedia: The Free Encyclopedia, available at link #100 (last visited July 31, 2007); Pete Cashmore, "YouTube Is World's Fastest Growing Website," *Mashable—Social Networking News,* July 22, 2006, available at link #101.

(25) Wikipedia contributors, "List of YouTube Celebrities," Wikipedia: The Free Encyclopedia, available at link #102 (last visited April 1, 2008).

(26) Tim Deal, *User-Generated Video on the Web: A Taxonomy and Market Outlook* (Silver Spring, Md.: Pike & Fischer, 2007), 4.

(27) All quotes from Declan McCullagh taken from an interview conducted April 4, 2007, by telephone.

(28) Declan McCullagh, "About Declan McCullagh's Politech," Politech: Politics & Technology, available at link #103 (last visited July 31, 2007).

(29) "Yahoo! Groups," Yahoo!, available at link #104 (last visited January 18, 2008).

(30) Tapscott and Williams, *Wikinomics,* 259.

(31) All quotes from Jerry Yang taken from an interview conducted January 24, 2007, by telephone.

(32) "Yahoo! Answers," Yahoo!, available at link #105 (last visited April 14, 2008).

(33) "Points and Levels," Yahoo! Answers Point System, available at link #106 (last visited August 20, 2007).

(34) "Bessemer Venture Partners Funds Jimmy Wales' Startup Wikia," Wikia.com, available at link #107 (last visited July 31, 2007).

(35) Michael Arrington, "Wikia Gaming Launches with 250,000 Articles," TechCrunch, available at link #108 (last visited January 18, 2008).

(36) Jenkins, *Convergence Culture,* 185.

(37) Ibid.

(38) All quotes from Marc Brandon taken from an interview conducted February 13, 2007, by telephone.

(39) Jenkins, *Convergence Culture,* 185.

(40) All quotes from Heather Lawver taken from an interview conducted February 1, 2007, by telephone.

(41) Telephone interview with Heather Lawver, February 1, 2007.

(42) Jenkins, *Convergence Culture,* 187.

(43) Elizabeth Weise, "'Potter' Fans Put Hex of a Boycott on Warner Bros.," *USA Today,* February 22, 2001; Janine A. Zeitlin, "Potter Fan Masters Her Domain," *Washington Times,* July 19, 2001.

(44) Jenkins, *Convergence Culture,* 187.

(45) Ibid., 186.

(46) Ibid., 58.

(47) Tapscott and Williams, *Wikinomics,* 135–36.

(48) Jenkins, *Convergence Culture,* 3.

(49) Ibid., 96.

(50) Ibid., 133.

(51) Maria Alena Fernandez, "ABC's *Lost* Is Easy to Find, and Not Just on a TV Screen," *Los Angeles Times,* January 3, 2006.

(52) Ibid.

(53) Ibid.

(54) Tapscott and Williams, *Wikinomics,* 127.

(55) All quotes from Philip Rosedale taken from an interview conducted February 8, 2007, by telephone.

(56) Wagner James Au, "Laying Down the Law: The Notary Public of Thyris, New World Notes," New World Notes, available at link #109 (last visited July 31, 2007).

(57) “State of Play III—Social Revolutions,” State of Play Architecture Submissions, available at link #110 (last visited August 20, 2007).

(58) Sherry Turkle, *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet* (New York: Simon & Schuster, 1995), 13.

(59) Tapscott and Williams, *Wikinomics,* 30.

(60) Ibid., 39

(61) Ibid., 45.

(62) All quotes from Tim O’Reilly taken from an interview conducted January 24, 2007, by telephone.

الفصل الثامن: دروس في الاقتصاد

(1) See Ed Treleven, “Cracking Down of Music Theft; Recording Industry Gets Very Aggressive,” *Wisconsin State Journal,* February 4, 2007. (“Big Champagne found that in August 2003, when the RIAA began bringing lawsuits against file-sharers, the average number of global peer-to-peer users online at one time was about 3.8 million. Though there were peaks and valleys, that number steadily increased to nearly 10 million in March 2006. The number dipped slightly but remained steady at around 9 million through October, the last month for which Big Champagne has data.”)

(2) “2006 10-Year Music Consumer Trends Chart,” RIAA, available at link #111 (last visited July 31, 2007).

(3) Lydia Pallas Loren, “Building a Reliable Semicommons of Creative Works, Enforcement of Creative Commons Licenses and Limited Abandonment of Copyright,” *George Mason Law Review* 14 (2007), available at link #112.

(4) Mia Garlick, “Lonely Island,” Creative Commons, available at link #113.

(5) von Hippel, *Democratizing Innovation,* 91.

(6) Ibid., 78–79.

(7) Ibid., 86.

Routine and intentional free revealing among profit-seeking firms was first described by Allen (1983). He noticed the phenomenon, which he called collective invention, in historical records from the nineteenth-century English iron industry. In that industry, ore was processed into iron by means of large furnaces heated to very high temperatures. Two attributes of the furnaces used had been steadily improved during the period 1850–1875: chimney height had been increased and the temperature of the combustion air pumped into the furnace during operation had been raised. These two technical changes significantly and progressively improved the energy efficiency of iron production—a very important matter for producers. Allen noted the surprising fact that employees of competing firms publicly revealed information on their furnace design improvements and related performance data in meetings of professional societies and in published material. (Ibid., 78.)

(8) Ibid., 80.

(9) William J. Baumol, *The Free-Market Innovation Machine: Analyzing the Growth Miracle of Capitalism* (Princeton, N.J.: Princeton University Press, 2002), 134–35. See also Mark Lemley and Brett Frischmann, "Spillovers," *Columbia Law Review* 100 (2006).

(10) von Hippel, *Democratizing Innovation,* 87.

(11) Baumol, *The Free-Market Innovation Machine,* 120.

(12) von Hippel, *Democratizing Innovation,* 42.

(13) Ibid., 23.

(14) Ibid., 22.

(15) . Paul Krill, "Sun: Pay Open-Source Developers," *InfoWorld,* May 7, 2007, available at link #114.

(16) Tapscott and Williams, *Wikinomics,* 206–7.

(17) Ibid., 205.

(18) Ibid., 206.

(19) Ibid., 209.

(20) Ibid., 210.

(21) All quotes from David Marglin taken from an interview conducted June 12, 2007, by telephone.

(22) Robert Lemos, "Companies Fight over CD Listings, Leaving the Public Behind," CNET News.com, May 24, 2001, available at link #115.

(23) Tim Deal, *User–Generated Video on the Web: A Taxonomy and Market Outlook* (Silver Spring, Md.: Pike & Fischer, 2007), 11

(24) See Richard Stallman, "The GNU Manifesto," GNU Project, available at link #116 (last visited August 20, 2007). ("I consider that the golden rule requires that if I like a program I must share it with other people who like it.")

(25) See Lessig, *The Future of Ideas,* 70.

(26) "Official Rules for ACIDplanet.com, David Bowie Remix," ACIDplanet.com, available at link #117 (last visited July 31, 2007).

(27) Elizabeth Durack, "fans.starwars.com," Echo Station, available at link #118 (last visited July 31, 2007).

الفصل التاسع: إصلاح القانون

(1) See 17 U.S.C. §§108, 112, 403, 512, 1201, 1203, 1204, 1309.

(2) See, e.g., 17 U.S.C. §115 (establishing a compulsory license for making and distributing phonorecords).

(3) Lawrence Lessig, "The Regulation of Social Meaning," *University of Chicago Law Review* 62 (1995), 943–1045.

(4) "Googling Copyrights," *Wall Street Journal,* October 3, 2005.

(5) See Brian Lavoie, Lynn Silipigni Connaway, and Lorcan Dempsey, "Anatomy of Aggregate Collections: The Example of Google Print for Libraries," *D-Lib Magazine,* September 2005, available at link #119.

(6) See the data in Paul J. Heald, "Property Rights and the Efficient Exploitation of Copyrighted Works: An Empirical Analysis of Public Domain and Copyrighted Fiction Best Sellers" (January 9, 2007), UGA Legal Studies Research Paper No. 07-003, available at link #120.

(7) Richard Epstein, *Simple Rules for a Complex World* (Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1995).

(8) R. Anthony Reese, "Innocent Infringement in U.S. Copyright Law: A History," *Columbia Journal of Law & the Arts* 30 (2007), 133–84.

(9) As Patterson explains, before 1909, the law included the word "copies," but in a section defining the scope of the rights, the law made clear that the exclusive right to "copies" did not apply to a "book." Instead, the right was intended to protect works, such as statues, that could only be "copied." L. Ray Patterson, "Free Speech, Copyright, and Fair Use," *Vanderbilt Law Review* 40 (1987): 40–43.

(10) Ibid.

(11) Jessica Litman, "The Exclusive Right to Read," *Cardozo Arts & Entertainment Law Journal* 13 (1994): 29, 34–35.

(12) There are of course important limits on Congress's power if it is to live up to the obligations of international law. I don't address those limits here. The simplest way to avoid inconsistency yet permit significant reform would be to limit the reach of any reform to U.S. law alone. More ambitiously, the United States could take the lead in reforming international law to make it conform better to creative interests. Christopher Sprigman, "Reform(aliz)ing Copyright," *Stanford Law Review* 57 (2004): 485.

(13) See William W. Fisher, *Promises to Keep* (Stanford, Calif.: Stanford University Press, 2004); Neil Weinstock Netanel, "Impose a Noncommercial Use Levy to Allow Free P2P File-sharing," *Harvard Journal of Law and Technology* 17 (2003): 1; "A Better Way Forward: Voluntary Collective Licensing of Music File Sharing," Electronic Frontier Foundation, available at link #121 (last visited January 18, 2008).

الفصل العاشر: إصلاح أنفسنا

(1) David Hackett Fischer, *Albion's Seed: Four British Folkways in America* (New York: Oxford University Press, 1989), 765.

(2) Lessig, *The Future of Ideas,* 4.

(3) Jenkins, *Convergence Culture,* 134.

(4) Ibid., 18.

(5) James C. Carter, *The Provinces of the Written and the Unwritten Law* (New York: Banks & Brothers, 1889), 4.

(6) James C. Carter, *Law: Its Origin, Growth, and Function* (New York: G. P. Putnam's Sons, 1907), 323.

(7) My favorites are Lawrence Wright, *The Looming Tower: Al-Qaeda and the Road to 9/11* (New York: Knopf, 2006) and Bob Woodward, *State of Denial: Bush at War, Part III* (New York: Simon & Schuster, 2006).

(8) The simplest claim to support here is that if kids view laws regulating culture as unjust, they are less likely to obey those laws. As Professor Geraldine Moohr argues, "a criminal law that is not supported by community consensus will be less effective and can even be counterproductive. Members of the community will not condemn those who violate such laws. This state of affairs can eventually weaken respect for the law. Witnessing punishment for conduct not viewed as immoral may cause people to view the law as less than legitimate and not morally credible. For this reason, courts have been generally cautious when deciding

whether conduct in which citizens routinely engage is a crime." Geraldine S. Moohr, "The Crime of Copyright Infringement: An Inquiry Based on Morality, Harm, and Criminal Theory," *Boston University Law Review* 83 (2003): 731, citing Paul H. Robinson and John M. Darley, *Justice, Liability and Blame* (Boulder, Colo.: Westview Press, 1995). As Moohr concludes, "criminalizing copyright infringement may produce the opposite of its intended goal." Similar conclusions have been reached studying other "youth crimes," such as illegal use of alcohol, tobacco, and marijuana. See Claudia Amonini and Robert J. Donavan, "The Relationship Between Youth's Moral and Legal Perceptions of Alcohol, Tobacco and Marijuana and Use of These Substances," *Health Education Research* (2005): 276.

The harder claim to sustain is that any effect localized around culture crimes might bleed to other areas of the law. Scott Menard and David Huizinga have advanced an important understanding about the interaction between conventional attitudes and delinquent behavior in adolescence, suggesting that changes in attitudes can lead to a small increase in delinquent behavior, which in turn will have a reinforcing effect on attitudes. See Scott Menard and David Hulzing, "Changes in Conventional Attitudes: and Delinquent Behavior in Adolescence," *Youth and Society* 26 (1994): 23. But the most important, and foundational work supporting this hypothesis is Tom Tyler's *Why People Obey the Law* (New Haven, Conn.: Yale University Press, 1990), 161. Much great work has been built upon Tyler's foundation. But the core insight Tyler advanced in this debate—that the "values that lead people to comply voluntarily with legal rules" … "form the basis for the effective functioning of legal authorities"—underlies the concern that local skepticism (or even disgust) with criminal enforcement of laws regulating behavior perceived to be harmless might generalize beyond that locality. Tyler's particular concern was procedural

legitimacy. The *in terrorem* tactics of the RIAA and MPAA certainly weaken any perceived procedural legitimacy to the enforcement of these culture crimes.

The strongest support for the idea that perceived injustice in one law can spill over to others comes from the extraordinary work of Professor Janice Nadler. In her essay "Flouting the Law," *Texas Law Review* 83 (2005): 1399, she provides experimental evident to support the hypothesis that willingness to disobey can extend far beyond a particular unjust law.

The most obvious or appealing parallel—to youth in the Soviet Union—is a harder claim to sustain. Paradoxically, even though youth in the Soviet Union were referred to as the "bewildered generation"—bewildered by the hypocrisy and double standards of the late Soviet Union especially—"the Soviet Union was unique in its attempt to control and shape the development of its youth into 'proper Communist citizens'" (James O. Finckenauer, *Russian Youth* [New Brunswick; N.J.: Transaction Publishers, 1995], 80). See also June Louin–Tapp, "The Geography of Legal Socialization," *Droit Et Société* 19 (1991): 331, 349 ("Soviet youth perceive USSR law and its applications to be more fair than American youth perceive US law and its applications"). Thus, while there's little doubt that juvenile crime was rising by the end of the Soviet Union, it is difficult to compare Soviet attitudes with American attitudes. Both may suffer the same negative effect (laws seen to be unjust), but only one had an extensive propaganda effort to counter the consequences of that effect (the Soviet Union). See also Walter D. Connor, "Juvenile Delinquency in the USSR," *American Sociological Review* 35 (1970): 283 (concluding delinquency not "protest"). See also Emanuela Carbonara, Francesco Parisi, and Georg von Wangenheim, "Unjust Laws and Illegal Normas," *Minnesota Legal Studies*

Research Paper No. 08–03 (January 2008) (modeling effect of social opposition to unjust laws on effects of legal intervention).

(9) Anonymous, "Who Passes Up the Free Lunch" (unpublished, 2007) (on file with author).

خاتمة

(1) See Carl J. Dahlman, "The Problem of Externality," *Journal of Law and Economics* 22 (1979): 141.

(2) Thomas Jefferson letter to Isaac Mcpherson, August 13, 1813, reprinted in H. A. Washington, ed., *Writings of Thomas Jefferson 1790–1826,* vol. 6 (Washington, D. C: Taylor & Maury, 1854), 180–81; quoted in *Graham v. John Deere Company of Kansas,* 383 U. S. 1, 8–9n.2 (1966).

(3) See Mark Stefik, ed., "Epilogue: Choices and Dreams," *Internet Dreams: Archetypes,Myths, and Metaphors* (Cambridge, Mass.: MIT Press, 1996), 391.

(4) Rick E. Bruner, "Blogging Is Booming," *iMedia Connection,* April 5, 2004, available at link #122 (last visited January 18, 2008).

(5) Stephen Breyer, "The Uneasy Case for Copyright: A Study of Copyright in Books, Photocopies, and Computer Programs," *Harvard Law Review* 84 (1970): 281.

(6) See Lessig, *Code Version 2.0,* 409n8.

(7) Al Gore, *The Assault on Reason* (New York: Penguin Press, 2007), 194.

(8) Ibid., 195.