

محصولات فرهنگی

و

سازمان جهانی تجارت

تائیا وون

مترجمان:

وحید بزرگی

امیر هوشنگ فتحی زاده

اعضای هیئت علمی مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی



وزارت بازرگانی و صنایع
و معادن



مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

وون، تانیا / Voon, Tania

سرشناسه

عنوان و نام پدیدآور محصولات فرهنگی و سازمان جهانی تجارت / تانیا وون، ترجمه وحید بزرگی و امیرحوشنگ فتحی زاده

مشخصات نشر تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۹۳

مشخصات ظاهری ۶۲۷ص: جدول

شابک ۹۷۸-۶۰۰-۵۸۱۸-۷۸-۹

وضعیت فهرست نویسی: فینا

پادداشت: عنوان اصلی: Cultural products and the World Trade Organization, 2007

موضوع: سازمان جهانی تجارت

موضوع: وسایط‌های گروهی — قوانین و مقررات

موضوع: کالاهای فرهنگی — صنعت و تجارت — قوانین و مقررات

موضوع: صادرات و واردات

موضوع: مالکیت معنوی (حقوق بین‌الملل)

موضوع: فرهنگ هم‌پسند و جهانی شدن — جنبه‌های اقتصادی

شناسه افزوده بزرگی، وحید، ۱۳۵۴ - مترجم رده‌بندی کنگره ۳۷۹.۳/۹۷۴ K1۲۴

شناسه افزوده فتحی زاده، امیرحوشنگ، ۱۳۴۳ - مترجم رده‌بندی دیویی ۳۸۲/۹۲

شناسه افزوده پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات شماره کتابشناسی ملی ۳۳۹۸۱۶۹



سازمان اسناد و کتابخانه ملی
جمهوری اسلامی ایران



وزارت فرهنگ و آموزش عالی

محصولات فرهنگی و سازمان جهانی تجارت

ناشران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات و مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

نویسنده: تانیا وون

مترجمان: وحید بزرگی، امیرحوشنگ فتحی زاده

طراح جلد: حسین آذری

صفحه‌آرا: هادی بابانیا

نوبت چاپ: اول - اردیبهشت ۱۳۹۳

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۸۱۸-۷۸-۹

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۸۰۰۰۰ ریال

حقوق این اثر برای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محفوظ است؛

در صورت تخلف، پیگرد قانونی دارد.

نشانی: تهران، پایین‌تر از میدان ولی‌عصر (مجم)، خیابان دمشق، شماره ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

سندوق پستی ۶۷۴ - تلفن: ۸۸۹۱۹۱۷۷ مورنگار: ۸۸۸۹۳۰۷۶ Email: nashr@rica.ac.ir

این کتاب، ترجمه کتابی است که در پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

و با نظارت دکتر علی صباغیان انجام شده است.

فهرست مطالب

۱۳.....	سخن ناشران
۱۵.....	سخن مترجمان
۱۷.....	مقدمه

بخش اول - بن‌بست و بنیادهای ایدئولوژیک آن

۲۳.....	فصل اول - تجارت و فرهنگ
۷۷.....	فصل دوم - مطالعه موردی محصولات فرهنگی: حمایت‌گرایی در مقابل سیاست فرهنگی
۱۲۵.....	فصل سوم - ایرادهای برخورد کنونی با محصولات فرهنگی

بخش دوم - گزینه‌های آینده

۲۰۳.....	فصل چهارم - توسل به حل اختلاف و حقوق بین‌الملل
۲۷۷.....	فصل پنجم - انعقاد موافقت‌نامه جدیدی در خارج از سازمان جهانی تجارت
۳۴۱.....	فصل ششم - اصلاح موافقت‌نامه‌های موجود سازمان جهانی تجارت
۳۸۵.....	جمع‌بندی
۴۰۱.....	منابع
۴۴۸.....	جدول اختصارات

سخن ناشران

بی‌شک بالاترین و والاترین عنصری که در موجودیت هر جامعه دخالت اساسی دارد، فرهنگ آن جامعه است. اساساً فرهنگ هر جامعه، هویت و موجودیت آن جامعه را تشکیل می‌دهد و با انحراف فرهنگ، هرچند جامعه از بعدهای اقتصادی، سیاسی، صنعتی و نظامی قدرتمند و قوی باشد ولی بوج و میان‌تهی است. اگر فرهنگ جامعه‌ای وابسته و مرتزق از فرهنگ غرب باشد، ناچار دیگر ابعاد آن جامعه به جانب مخالف گرایش پیدا می‌کند و بالاخره در آن مستهلک می‌شود و موجودیت خود را در تمام ابعاد از دست می‌دهد (امام خمینی^(ع)، صحیفه نور، ج ۱۵: ۱۱۶).

رشد و توسعه اقتصادی یا سیاسی بدون توجه به ارزش‌های والای فرهنگی می‌تواند موجبات سستی و اعوجاج در اصول اعتقادی و ملی جامعه را فراهم آورد. پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات با انجام تحقیقات و پروژه‌های پژوهشی و نیز برگزاری نشست‌های علمی با اصحاب علم و فرهنگ و ارائه نتایج حاصل در قالب «گزارش پژوهش» یا «کتاب»، تلاش خود را مصروف گسترش ارزش‌های اصیل فرهنگی می‌کند.

امید است با بهره‌گیری از توان علمی پژوهشگران، بتوان گام مؤثری در برنامه‌ریزی جامع توسعه کشور برداشت.

اثر حاضر، با عنوان محصولات فرهنگی و سازمان جهانی تجارت، توسط دکتر وحید بزرگنی و دکتر امیر هوشنگ فتحی‌زاده با نظارت دکتر علی صیباغیان در پژوهشگاه ارتباطات فرهنگی بین‌الملل پژوهشگاه ترجمه شده و بر اساس تفاهم‌نامه همکاری با هزینه مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی چاپ و در اختیار علاقه‌مندان قرار می‌گیرد.

سخن مترجمان

اکنون (فروردین ۱۳۹۳)، سازمان جهانی تجارت ۱۵۹ عضو دارد و ۲۴ کشور دیگر در فرایند الحاق به این سازمان به سر می‌برند. این گسترده‌گی عضویت که حدود ۹۹ درصد تجارت جهانی را دربرمی‌گیرد، همراه با صلاحیت وسیع این سازمان که سه حوزه تجارت کالا، تجارت خدمات و حقوق مالکیت فکری را شامل می‌شود، آن را به مهم‌ترین و مؤثرترین سازمان بین‌المللی در حوزه تجارت بین‌الملل تبدیل کرده است.

ایران هم با درک اهمیت سازمان جهانی تجارت در سال ۱۳۷۵ درخواستی را برای الحاق به این سازمان ارائه داد و اکنون در فرایند الحاق به این سازمان قرار دارد و به همین دلیل آشنایی با موافقت‌نامه‌ها و مقررات این سازمان در زمینه‌های مختلف برای ما اهمیت زیادی دارد. از طرف دیگر، با توجه به حساسیت شدید ایران نسبت به مسائل فرهنگی، آشنایی با جایگاه مسائل و محصولات فرهنگی در سازمان جهانی تجارت که عمده‌تأثیر آزادسازی تجارت تأکید می‌ورزد، اهمیت مضاعفی می‌یابد.

در سازمان جهانی تجارت در عین حال که به توسعه تجارت بین‌الملل توجه شده است، دغدغه‌های گوناگون کشورها از جمله نگرانی‌های فرهنگی آن‌ها نیز مورد توجه قرار گرفته و در اسناد و موافقت‌نامه‌های آن، استثنائاتی در این مورد پیش‌بینی شده است. با این حال، استفاده از این استثنائات با شرایط و مشکلاتی همراه است که تانیا وون در کتاب حاضر به بررسی آن‌ها پرداخته است. نویسنده کتاب با بررسی ابعاد مختلف مسئله تجارت - فرهنگ در چارچوب سازمان جهانی تجارت، راه‌حل‌های مختلف را برای حل معضل مذکور تبیین نموده که برای خوانندگان علاقمند به این موضوع بسیار روشنگر است.

تانیا وون به تدریس حقوق در دانشگاه ملبورن اشتغال دارد. او در سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۵ کارشناس حقوقی دبیرخانه رکن استیناف سازمان جهانی تجارت بوده است؛ کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکترای خود را در رشته حقوق به ترتیب در دانشگاه ملبورن، دانشکده حقوق دانشگاه هاروارد و دانشگاه کمبریج گذرانده؛ و حقوق سازمان جهانی تجارت را در کانادا و استرالیا تدریس و مقالات زیادی در نشریات معتبر منتشر نموده است.

در مورد نکات ویرایشی هم باید اشاره کنیم که یادداشت‌های هر فصل در انتهای همان فصل آورده شده و ارجاع به آن‌ها در داخل متن با شماره‌های داخل قلاب صورت گرفته است. معادل‌های انگلیسی برخی اسامی یا اصطلاحات نیز در پایین صفحه مربوطه آورده شده‌اند. هرگاه مطلب یا توضیحی از مترجمان هم اضافه شده، در داخل قلاب آمده یا با حرف «م» مشخص شده است.

وحید بزرگی - امیر هوشنگ فتحی‌زاده

مقدمه

در مجادله‌ای که درباره تجارت و فرهنگ وجود دارد، چه طرفدار تجارت یا فرهنگ باشید و چه هنوز تصمیمی در این باره نگرفته باشید، از خواندن کتاب آموزنده و روشنگرانه دکتر وون در مورد محصولات فرهنگی و سازمان جهانی تجارت بهره خواهید برد. معمای تجارت و فرهنگ، چیز جدیدی نیست، ولی راه‌حل پیشنهادی دکتر وون جدید است.

موضوع ارتباط تجارت با مسائل دیگر معمولاً مجادله برانگیز است و در آثار و متون مربوطه اغلب فقط از یک دیدگاه حمایت می‌شود و رویکردهای مخالف آن طرد می‌شوند. مزیت کار دکتر وون در این است که از این گرایش پرهیز کرده و برداشتی سنجیده و اندیشیده از جوانب بسیار پیچیده معضل حمایت و ارتقای فرهنگ و تنوع فرهنگی ارائه داده و در عین حال هدف آزادسازی تجاری بیشتر بین کشورها را مدنظر قرار داده است. آنچه درباره مجادله بر سر تجارت و فرهنگ، اهمیتی اساسی دارد این است که از یک طرف همچون دکتر وون اذعان کنیم که محصولات فرهنگی نه تنها ارزش فرهنگی بلکه ارزش تجاری هم دارند و از طرف دیگر همان

طور که او به روشنی توضیح می‌دهد، دریابیم که درست همان گونه که صنعت چند میلیارد دلاری تولید محصولات فرهنگی ارزش و اهمیت بالایی دارد، ارزش فرهنگی هم اهمیت و جایگاه والایی دارد.

دکتر وون به بررسی چیزی می‌پردازد که آن را «مفهوم خاصی از فرهنگ» می‌خواند و به محصولات فرهنگی معینی (فیلم، ویدیو، رادیو، تلویزیون، ضبط صوت، کتاب، مجله و نشریه‌های ادواری) مربوط می‌شود که به وسیله صنایع فرهنگی (صنایع سمعی - بصری، چاپ و انتشار) تولید یا عرضه می‌شوند. بررسی بسیار خواندنی او درباره وضعیت محصولات فرهنگی در سازمان جهانی تجارت نشان می‌دهد که بن‌بست موجود در این سازمان درباره تجارت و فرهنگ دیگر قابل پذیرش نیست و اگر این سازمان به‌زودی به این مسئله نپردازد، این مسئله در سازمان‌های دیگری مطرح خواهد شد که هیچ علاقه‌ای به ابعاد تجاری آن ندارند. در واقع، درحالی که اعضای سازمان جهانی تجارت به سادگی به وجود اختلاف‌نظر در این زمینه تن در داده‌اند، سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد (یونسکو) در سال ۲۰۰۵ «کنوانسیون حفظ و ترویج تنوع بیان‌های فرهنگی»^۱ را تصویب کرد که در مورد آن دسته از اعضای سازمان جهانی تجارت که عضو یونسکو نیز هستند، می‌تواند تأثیر عمیق و غیرقابل پیش‌بینی روی مواضع مذاکراتی آن‌ها در سازمان جهانی تجارت و حل و فصل اختلافات تجاری آن‌ها در مورد محصولات فرهنگی بگذارد. در این زمینه، مطالب دکتر وون درباره این کنوانسیون جدید و سایر ابتکارات و پیشنهادات بین‌المللی و داخلی برای حفظ و ترویج محصولات فرهنگی بسیار آموزنده است.

دکتر وون معتقد است که حفظ و ترویج فرهنگ جزو اهداف تنظیمی مشروع اعضای سازمان جهانی تجارت است و اقدامات و سیاست‌های فرهنگی بدون محدودسازی غیرموجه تجارت می‌توانند به اهداف فرهنگی خود برسند. با این حال، به نظر وی، قواعد موجود سازمان جهانی

1. Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions

تجارت، توازن بین اهداف فرهنگی اعضا و آزادسازی تجاری را تضمین نمی‌کند. او به فقدان شفافیت و پیش‌بینی‌پذیری در قواعد این سازمان اشاره کرده و معتقد است که این امر تاحدی معلول وجود اختلافاتی آشکار در این زمینه بین موافقت‌نامه عمومی تعرفه و تجارت (گات) ۱۹۹۴^۱ و موافقت‌نامه عمومی تجارت خدمات (گاتس)^۲ و این واقعیت است که محصولات فرهنگی که اغلب هم خصوصیات کالا و هم خصوصیات خدمات را دارند، ممکن است مشمول قواعد متفاوتی شوند. مسئله دیگر در مورد قواعد موجود، تردید درباره «سوآپ‌های اطمینان» یا استثنائاتی است که اکنون در مورد اقدامات و سیاست‌های فرهنگی وجود دارد. به‌علاوه، رویکرد «از پایین به بالا» در گاتس مثل مانعی مؤثر برای آزادسازی تجاری بیشتر محصولات فرهنگی عمل می‌کند، چرا که اعضا می‌توانند از تعهد سپردن خودداری کنند و اکثر اعضا نیز در مورد محصولات فرهنگی به این امر مبادرت ورزیده‌اند. همان‌طور که دکتر وون توضیح می‌دهد، این مسئله نه تنها از آزادسازی تجاری در زمینه محصولات فرهنگی جلوگیری می‌کند، بلکه می‌تواند به انزوای فرهنگی - به جای تنوع فرهنگی - نیز منجر گردد.

نظام حل اختلاف سازمان جهانی تجارت نقش محوری در تبیین مسائل چندی که در موافقت‌نامه‌های مختلف این سازمان حل نشده باقی مانده‌اند - مثل معضل تجارت و فرهنگ - ایفا کرده است. سابقه و رویه قضایی چشمگیری شکل گرفته است که حقوق و تعهدات اعضا را در برخی زمینه‌ها روشن می‌سازد. با این حال، این سابقه و رویه قضایی چندان به یافتن راه حلی برای مسئله تجارت و فرهنگ کمک نمی‌کند و بعید است که در آینده نقش مؤثری در بهبود وضعیت محصولات فرهنگی در سازمان جهانی تجارت ایفا کند. دلیل این امر آن است که نظام حل اختلاف نمی‌تواند مسئله ناسازگاری گات و گاتس را برطرف سازد و رفع این ناسازگاری فقط از طریق اصلاح قواعد کنونی میسر است. هرچند دکتر وون به مجموعه وسیعی از حقوق بین‌الملل قابل کاربرد در مورد محصولات و حقوق فرهنگی اشاره کرده و نظرات

1. General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) 1994

2. General Agreement on Trade in Services (GATS)

آموزنده‌ای را در مورد رویکردهای سودمند احتمالی ارائه می‌دهد، ولی اذعان می‌کند که کاربرد آن‌ها در نظام حل اختلاف سازمان جهانی تجارت احتمالاً محدود خواهد بود. وجود مجادله‌ای شدید و حل نشده در مورد نقش کلی حقوق بین‌الملل در نظام حل اختلاف سازمان جهانی تجارت و اگرچه گذشته رکن استیفاف این سازمان از توسل گسترده به حقوق بین‌الملل - مانند کنوانسیون‌های چندجانبه - برای تعیین گستره حقوق و تعهدات اعضا در قالب موافقت‌نامه‌های سازمان حاکی از آن است که حقوق بین‌الملل حاکم بر محصولات فرهنگی نقش چندانی در حل و فصل اختلافات مربوط به مسئله تجارت و فرهنگ در سازمان جهانی تجارت ایفا نخواهد کرد. بر این اساس، همان‌طور که دکتر وون به درستی نتیجه گرفته است، مسئله تجارت و فرهنگ بعید است با توسل به نظام حل اختلاف سازمان جهانی تجارت حل شود.

تحلیل دکتر وون روشن می‌سازد که بهترین راه برای حل و فصل مسائل حقوقی تجارت محصولات فرهنگی، اصلاح موافقت‌نامه‌های موجود سازمان جهانی تجارت است. ایجاد سازش بین تجارت و فرهنگ بدون شک بسیار دشوار خواهد بود و تلاش دیپلمات‌های تجاری در این زمینه برای سال‌های زیادی بی‌نتیجه بوده است، ولی یافتن یک راه‌حل دیپلماتیک بهتر از سپردن حل این معضل و مجادله به سازمان‌های دیگری است که در آن‌ها هدف آزادسازی تجاری مطرح نیست. با توجه به کنوانسیون ۲۰۰۵ یونسکو، احتمال درگیر شدن سایر سازمان‌ها رو به افزایش است.

همان‌طور که دکتر وون مطرح کرده است، لازم نیست چشم‌انداز بن‌بست تجارت و فرهنگ را تیره و تاریک جلوه دهیم. او چشم‌اندازی خوش‌بینانه ترسیم می‌کند: هماهنگ‌سازی وضعیت محصولات فرهنگی در هر دو حالت کالا و خدمات و تعمیم قواعد دولت کامله‌الوداد، رفتار ملی و دسترسی به بازار به کلیه محصولات فرهنگی همراه با استثنائات روشن و مشخصی مثل اعطای یارانه تبعیض‌آمیز. از نظر وی، این اصلاحات می‌تواند با افزودن پیوستی درباره محصولات فرهنگی مانند پیوست‌های مربوط به خدمات حمل و نقل و خدمات مالی انجام گیرد.

در حال حاضر ما نمی‌دانیم که داستان تجارت و فرهنگ چگونه به پایان خواهد رسید. دکتر وون نظرات خلاقانه و آموزنده‌ای درباره نحوه پیش بردن این داستان ارائه می‌دهد. من کار دکتر وون را برای دریافت جایزه نخل طلایی معرفی می‌کنم و تا اعلام نتیجه منتظر می‌مانم.

والری هیوز

مشاور حقوقی وزارت دارایی کانادا

و

مدیر پیشین دبیرخانه رکن استیناف سازمان جهانی تجارت