

Investigating the protection of user-generated content through the literary and artistic property law system in Iran and the United States of America

Zahra Amani

Master of Intellectual Property Law, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.
Email: zahra.amani58@gmail.com

Pejman Mohammadi

Professor, Faculty of Law, Tarbiat Modarres University, Tehran, Iran.
Email: p.mohamadi@modares.ac.ir



Abstract

User-generated content is expanding and flourishing in cyberspace. Users often share content with others or use it in creating their creative works. User-generated content refers to any form of content, including text, images, videos, user comments on a topic, etc., that are created by users and published on online platforms. For this reason, proper legal protection of user-generated content is essential, considering that user-generated content is intellectual work resulting from previous works. Intellectual property law plays a fundamental role in protecting it. The author of this article tries to investigate and study user-generated content with a descriptive-analytical method by identifying the concept of user-generated content and its impact on the infringement of previous work, suitable protection format in the literary and artistic property law of Iran and the United States of America to support it introduced.

Journal of Research and
Development in Private Law

Iranian Law and Legal Research
Institute

Vol. 1 | No. 1 | Spring and
Summer 2024
(Original Article)

www.jpl.illrc.ac.ir

DOI:

[10.22034/jpl.2024.718550](https://doi.org/10.22034/jpl.2024.718550)

The result of this research is that, according to paragraph 12, article 2 of the law on the protection of Authors and Justices' Rights, as well as paragraphs 6 and 7 of article 5 of the same law in Iranian law, this emerging phenomenon can be considered as a solution due to its lack of definition and recognition in the law. However, we will say that in the United States, the identification of user-generated content is clearly defined by the fair use exception in Article 107 of the Copyright Act. Intellectual.

Keywords: *User Generated Content, Fair Use, Work, Infringement, Intellectual Property Law*



بررسی حمایت از محتوای کاربر ساخته از طریق نظام حقوق مالکیت ادبی و هنری در ایران و ایالات متحده آمریکا

زهرا امانی

کارشناسی ارشد حقوق مالکیت فکری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
Email: zahra.amani58@gmail.com

پژمان محمدی

استاد دانشکده حقوق، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.
Email: p.mohamadi@modares.ac.ir



چکیده

محتوای کاربر ساخته در فضای مجازی در حال گسترش و شکوفا شدن است. کاربران اغلب محتواها را با دیگران به اشتراک می‌گذارند و یا در ایجاد آثار خلاقانه خود به کار می‌برند. محتوای تولید شده توسط کاربر (UGC) به هر شکلی از محتوا، از جمله متن، تصاویر، ویدیوها، نظرات کاربران در خصوص یک موضوع و غیره گفته می‌شود که توسط کاربران ایجاد و در پلتفرم‌های آنلاین منتشر می‌شود. به همین دلیل حمایت حقوقی مناسب از محتوای کاربر ساخته یک امر ضروری می‌باشد و با توجه به این که محتوای کاربر ساخته یک اثر فکری حاصل از آثار قبلی می‌باشد، حقوق مالکیت فکری نقش اساسی در حمایت از آن ایفا می‌کند. نگارنده این مقاله تلاش می‌کند با روش تحلیلی-توصیفی به بررسی و مطالعه ی محتوای کاربر ساخته پرداخته، و با شناسایی مفهوم محتوای کاربر ساخته و تاثیر آن بر نقض اثر پیشین، قالب حمایتی مناسب در حقوق مالکیت ادبی و هنری ایران و ایالات متحده آمریکا برای حمایت از آن معرفی گردد.

دوفصلنامه تحقیق و توسعه در حقوق خصوصی

پژوهشکده حقوق و قانون ایران

دوره ۱ | شماره ۱ | بهار و تابستان ۱۴۰۳
(مقاله پژوهشی)

www.jpplillrc.ac.ir

DOI:

[10.22034/jpl.2024.718550](https://doi.org/10.22034/jpl.2024.718550)

نتیجه این پژوهش آن است که به موجب بند ۱۲ ماده ۲ قانون حمایت حقوق مولفان و مصنفان و همچنین بند ۶ و ۷ ماده ۵ همین قانون، در حقوق ایران می‌توان این پدیده نوظهور را با توجه به عدم تعریف و شناسایی آن در قانون به عنوان راهکاری برای پذیرش محتوای کاربر ساخته در نظر گرفت هر چند خواهیم گفت در ایالات متحده شناسایی محتوای کاربر ساخته به موجب استثنا استفاده منصفانه در ماده ۱۰۷ قانون کپی رایت به صراحت مشخص گردیده است.

کلیدواژه‌ها: محتوای کاربر ساخته، استفاده منصفانه، اثر، نقض، حقوق مالکیت فکری.

۱. مقدمه

محتوای تولید شده توسط کاربر (UGC)، به عنوان یک پدیده جدید می‌باشد که با توسعه فناوری دیجیتال رونق گرفته و به بخش مهم و بحث برانگیز قانون کپی رایت تبدیل شده است. امروزه کاربران اینترنت بیشتر به تولید محتوا می‌پردازند تا دریافت کننده محتوا. محتوای کاربر ساخته معمولاً شامل عناصری از کارهای قبلی افراد دیگر است. این آثار از قبل موجود ممکن است به نوعی اقتباس شود، به عنوان مثال با ریمیکس کردن یک آهنگ معروف، یا اضافه کردن متن جدید به یک میم معروف. این نوع از محتوای کاربر ساخته (UGC) از نظر حقوقی پیچیده تر هستند و بسته به شرایط مختلف استفاده مجدد از آن‌ها ممکن است نقض حق نسخه برداری باشد. احتمال نقض، شکوفایی خلاقیت و همچنین شکوفایی فرهنگ را مختل می‌کند که این مسئله بر خلاف هدف کپی رایت برای تشویق خلاقیت می‌باشد. با وجود این، عدم محدودیت استفاده از آثار دیگران و استفاده کورکورانه ممکن است بر سود و حق کپی رایت نویسنده اثر، تاثیر بگذارد. بنابراین حفظ تعادل سود هر طرف برای محافظت از خلاقیت و حقوق قانونی منبع اصلی بسیار مهم است. بی تردید تحلیل استفاده‌های مجاز به معیارهای حقوقی دقیقی وابسته است که ضمن حفظ حقوق مولف اثر نخستین، زمینه خلق آثار جدید را نیز فراهم آورد. نظر به سیستم حمایتی کشورها و راهکارهای حقوقی در نظر گرفته شده، نشان از تفاوت دیدگاه کشورها در مقوله محتوای کاربر ساخته دارد. مطالعه نظام حقوقی آمریکا بازگوکننده معیار استفاده منصفانه از محتوای کاربر ساخته است. ماده ۱۰۷ قانون کپی رایت آمریکا که نظام باز استثناهای دارند معیار استفاده منصفانه برای تمیز استفاده مجاز و غیر مجاز اعمال می‌شود و مولفه‌های متفاوتی را بررسی می‌نمایند. در نظام حقوقی ایران به استناد بند ۱۲ ماده ۲ و همچنین بندهای ۶ و ۷ ماده ۵ قانون حمایت حقوق مولفان و مصنفان ۴۸ به استفاده از اثر در سایر آثار علمی، ادبی و غیره، به کاربرد اثر در فراهم کردن یا پدیدآوردن اثرهای دیگر تصریح

شده است. حال با توجه به گسترش تولید محتوا در اینترنت و چالش‌های حقوقی در جهت حمایت از محتوای تولید شده و به خصوص خالق اولیه آثار، توجه به معیار تمیز محتوای کاربر ساخته از نقض حق دارنده اولیه اثر ضروری می‌باشد. در این مقاله استثنای استفاده منصفانه به عنوان معیار تمیز محتوای کاربر ساخته بیان می‌شود. بدین معنی که چنان چه از استثنای مقرر در قانون و شرایط آن تجاوز شود نقض حقوق ایجاد می‌گردد، همچنین بهره برداری تجاری و تغییر زمینه استفاده نیز نقض حق محسوب می‌شود. مقاله حاضر تلاش می‌کند با روش توصیفی تحلیلی به مفهوم محتوای کاربر ساخته، ویژگی‌ها و تفکیک محتوای کاربر ساخته از نقض پیردازد و در نهایت با تبیین استثناء استفاده منصفانه مرز میان خلق اثر جدید به استناد آثار سابق و نقض اثر را مورد شناسایی قرار دهد.

۲. مفهوم محتوای کاربر ساخته

عبارت محتوای کاربر ساخته از ترکیب دو کلمه ی "محتوا"^۱ و "کاربر ساخته"^۲ ایجاد شده است که هر یک به تنهایی نیز دارای معنا است؛ بنابراین بررسی جداگانه هر یک از این کلمات پیش از ورود در معنای مورد بحث، می‌تواند در شناخت و فهم آن مفید فایده واقع شود.

۲-۱. محتوا

این مفهوم از دید عرف و حقوق معنای متفاوت دارد. از نقطه نظر عرفی، محتوا به هر شکلی از اطلاعات گفته می‌شود که ساختار مشخصی دارد و برای انسان به عنوان مخاطب، قابل درک و استفاده است. محتوای دیجیتال علاوه بر این ویژگی، قابلیت انتقال و ذخیره سازی و به کارگیری این دسته از محتواها بر بستر و زیر ساخت را دارد. چنین تعریفی می‌تواند مصادیقی مانند کتاب‌ها، مقالات، فایل‌های صوتی و پادکست‌ها، ویدیوها و

1. Content

2. User Generated

انیمیشن‌های منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی و ایمیل را پوشش دهد. از دید حقوقی به موجب ماده ۱ آیین نامه ساماندهی و توسعه رسانه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی دیجیتال مصوب ۸۹ با اصلاحات و الحاقات بعدی محتوا را به موارد دیداری، شنیداری و نوشتاری و تعریف ماده ۱ قانون حمایت حقوق مولفان و مصنفان و هنرمندان ۴۸ از اثر، آن چه از راه دانش یا هنر یا ابتکار پدید می‌آید، بدون در نظر گرفتن طریقه یا روشی که در بیان و ظهور ایجاد شده، تعریف شده است. به علاوه، گسترش روزافزون فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی و ایجاد نشر الکترونیک و استفاده از شبکه‌های ارتباطی در جهان و در دسترس بودن اطلاعات در این شبکه‌ها و توزیع استفاده از اینترنت منجر به شکل‌گیری جدید ایجاد محتوا و خلق آثار شده است (رفعتی، ۱۴۰۱). محیط دیجیتال این امکان را فراهم می‌نماید، آثاری ایجاد شوند که به آسانی نمی‌توان برای آن‌ها مولف انسانی تعیین کرد مثل موسیقی، عکس و متون ساده که با استفاده از برنامه‌های رایانه‌ای ایجاد و خلق می‌گردند. محیط دیجیتالی توانایی‌هایی بیش از بازتولید صرف اطلاعات را دارد و می‌تواند اطلاعات را تغییر شکل داده و به جای دیگری انتقال دهد. به این ترتیب استفاده‌کننده ممکن است آن را اثر مصنوعی اصلی فرض نماید که این امر به زیان اعتبار و شهرت ناشر منتهی می‌شود (زایلینسکی، ۱۳۷۷ ص ۳۵۱، ۳۵۲).

بنابراین تمام موضوعاتی که در حالت عادی در بیرون از محیط دیجیتال تحت حمایت حقوق مولف هستند، در محیط دیجیتال نیز تحت حمایت است و تغییر محیط، تغییری در ماهیت و اصل حمایت از آن‌ها ایجاد نمی‌نماید. علاوه بر آن اینترنت و محیط‌های دیجیتال قلمرو موضوعات مشمول این حقوق را افزوده و موضوعات جدیدی را به قلمرو آثار ادبی و هنری اضافه کرده است که منابع الکترونیکی، وب سایت‌های اینترنتی و چند رسانه‌ای‌ها از مهم‌ترین آن‌ها به شمار می‌آیند.

در حقوق ایران، قانون تجارت الکترونیک سال ۸۲، به برخی از موضوعات مورد حمایت در بستر مبادلات الکترونیکی اشاره نموده و بقیه را به قانون مولفان و مصنفان ۱۳۴۸، قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات صوتی مصوب ۱۳۵۲ و قانون حمایت از حقوق پدیدآورندگان نرم افزارهای رایانه‌ای مصوب ۱۳۷۹ ارجاع داده است. ماده ۶۲ قانون تجارت الکترونیک، «کلیه آثار و تالیفاتی که در قالب داده پیام می‌باشند» را مشمول حمایت این قانون قرار داده است.

دفتر انجمن‌های اطلاع رسانی و سند پردازی اروپا در اکتبر ۱۹۹۴ طرح خط مشی کاربرد حق مولف در اروپا را با نام طرح ECUPI^۱ اعمال نمود که یکی از اهداف آن شناسایی مسائل حق مولف در خدمات الکترونیک و تنظیم آیین‌نامه عملی مناسب برای استفاده از اطلاعات الکترونیکی بود. این عمل اولین گام برای حل مسائل حق مولف در اینترنت به حساب می‌آید (رستمی گومه، ۱۳۸۱، ص ۲۹، ۳۲). تصویب قانون حق مولف هزاره دیجیتال توسط کنگره آمریکا در سال ۱۹۹۸ که به منزله تأیید قراردادهای سازمان جهانی مالکیت فکری می‌باشد. نظام‌های حمایتی حق مولف و استفاده منصفانه در محیط دیجیتال را بیان می‌دارد. در نوامبر سال ۲۰۰۱، جورج بوش قانون آموزش فناوری و هماهنگ سازی حق مولف را مورد تأیید قرار داد. این قانون حق مولف را به نحوی اصلاح می‌کرد تا به موسسات آموزشی غیر انتفاعی در استفاده از اینترنت آزادی عمل بیشتری بدهد (اکبری ۱۳۸۵، ص ۶۵).

۲-۲. مفهوم و قلمرو کاربر

در فرهنگ رایانه، کاربر (User) کسی است که به یک سیستم اعم از سخت افزار یا نرم افزار دسترسی دارد و از آن استفاده می‌نماید. در بیشتر مواقع، کاربر شخص انسان است. گاهی

1. European copyright user platform.

برای تاکید، از اصطلاحاتی مانند کاربر نهایی (End User)^۱ یا کاربر نا برنامه‌ساز (Non-Programmer User)^۲ هم استفاده می‌شود.

به صورت کلی کاربر اینترنت به فردی اطلاق می‌شود که به شبکه جهانی اینترنت متصل است و به اموری مانند جستجو، مطالعه، آموزش، سرگرمی و خلق اثر و ... می‌پردازد. اما کاربر اینترنت از نگاه وزارت بازرگانی آمریکا^۳ به فردی گفته می‌شود که حداقل دارای سه سال سن بوده و در حال حاضر از اینترنت استفاده می‌کند. البته در کشورهای جهان سوم و کشورهای در حال توسعه، مسئله اندکی فرق دارد. چرا که بسیاری از این کشورها، وجود یک خط ارتباطی اینترنت بین تعدادی کاربر مشترک موجب می‌شود، نتوان آمار صحیحی از کاربران اینترنت به دست آورد. با گسترش اینترنت در سطح جهان و بالا رفتن کاربران و استفاده کنندگان اینترنت در نسل جدید وب به نام وب 2.0^۴، کاربران از مصرف کنندگان صرف و منفعل به تولید کنندگان و خالقان جدید در عرصه اینترنت تبدیل شده‌اند. ایده کاربر فعال به عنوان یک تولید کننده محتوا توسط بسیاری مانند (Enzesberger 1971) مورد بحث قرار گرفته است، که بیش از ۴۰ سال پیش استدلال کرد که رادیو به همان اندازه که وسیله‌ای برای تولید است به همان اندازه وسیله‌ای برای مصرف رسانه است.

1. End User

کاربر نهایی شخصی است که از نرم افزار یا سخت افزار پس از توسعه، بازاریابی و نصب کامل آن استفاده می‌کند.

2. Non-Programmer User

شخصی که قادر به نوشتن برنامه‌های کامپیوتری نیست.

3. United States Department Of Commerce

4. Web 2.0

وب 2.0 وضعیت فعلی اینترنت را توصیف می‌کند که در مقایسه با نسخه قبلی خود، Web 1.0، محتوای تولید شده توسط کاربر، سهولت استفاده، فرهنگ مشارکتی و قابلیت استفاده برای کاربران نهایی بیشتر است.

۲-۳. ساخته

ایجاد محتوا در بستر اینترنت مستلزم اندک تلاش خلاقانه برای تولید و ساخت مفاهیم می‌باشد و همان‌طور که پیشتر بیان گردید توسط کاربر صورت می‌گیرد. در تعریف محتوای کاربر ساخته عده‌ای قائل به تمایز بین UGC و User- Created Content (UCC) به عنوان محتوای ایجاد شده توسط کاربران می‌باشند. در حالی که اولی UGC طیف وسیعتری از فعالیت‌های خلاقانه را در بر می‌گیرد، از ایجاد محتوا در ویکی پدیا و وبلاگ نویسی تا ارسال ویدیوهای موسیقی در YouTube (Oestman, 2012, p.1006). واردل و ویلیامز (2010) اظهار می‌کنند که نظرات در رسانه‌های اجتماعی نباید UGC در نظر گرفته شود، بلکه ویدیویی که در یوتیوب آپلود می‌شود را باید به عنوان محتوای کاربر ساخته در نظر گرفت.

تولید محتوای دیجیتال یعنی ایجاد و ساختن محتوایی که در قالب‌های مختلف از جمله متن، تصویر، صوت یا ویدیو که ناگزیر از ادغام و ترکیب آثار گوناگون جهت خلق اثر جدید است می‌باشد. ساختن و تولید محتوا اغلب نیازمند تغییر در محتوای از قبل موجود با افزودن یا کاستن محتوای قبلی و ایجاد محتوایی می‌شود که خود نیز به عنوان یک اثر قابل حمایت است. امروزه با پیشرفت تکنولوژی و ابزارهای تولید محتوا، امکانات بسیاری برای تولید و ساخت محتوای دیجیتال به وجود آمده است. برای مثال، ابزارهای تولید ویدیو، گرافیک و عکس‌های دیجیتالی، بهینه سازی محتوا برای موتورهای جستجوی اینترنتی و.... همگی باعث شده است که تولید و ساخت محتوای دیجیتال بسیار ساده تر و کارآمدتر شود.

۲-۴. کاربر ساخته

ابزارهای دیجیتال به طور فزاینده در جامعه اطلاعات محور در همه جا حضور دارند و تقریباً هر کسی که رایانه دارد این امکان را می‌دهد تا از همه انواع آثار ادبی و هنری (از جمله صدا،

ویدئو، متن، عکس، نرم افزارها و سایر خلاقیت‌ها استفاده مجدد، بازآفرینی) و در آن تغییر ایجاد نماید.

فناوری دیجیتال موجی از خلاقیت کاربران را به دنبال دارد که شکلی از دموکراسی نشانه شناختی^۱ و بخشی از یک فرهنگ مشارکتی^۲ جدید نامیده می‌شود (Wong, 2009). با ظهور آماتورها در مقابل حرفه‌ای‌ها و حذف واسطه‌ها مثل شرکت ضبط صدا و استودیوهای فیلم، کاربران از دریافت کنندگان منفعل صرف به دستکاری کننده‌های فعال محتوا، تغییر پیدا کرده‌اند، به نحوی که این کاربران مایلند از آثار قبلی به عنوان بوم نقاشی برای خلق آثار خود بهره ببرند و حتی با خلاقیت و ابراز آن محتوا ایجاد نمایند. ابزارهای دیجیتال و محتوای کاربر ساخته ناشی از آن که توسط اینترنت ایجاد می‌شود، نظریه فایده‌گرا را که در محافل حقوقی کپی رایت ایالات متحده پایه اساسی سیستم حق چاپ فعلی را تشکیل می‌دهد به چالش کشیده است. بر اساس این دیدگاه، کپی رایت (در قالب انواع انحصاری آن) در درجه اول، ماهیت ابزار گرایانه دارد و از منظر اقتصادی، انگیزه‌های لازم برای انواع آفرینش و نوآوری را فراهم می‌کند که در نهایت به پیشرفت اجتماعی، فرهنگی و توسعه‌ای کمک می‌کند. با ظهور فرهنگ محتوای کاربر ساخته UGC و ریمیکس^۳ برخی از محققان حقوقی استدلال کرده‌اند که سود گرایی قادر به توجیه جامع حقوق مالکیت فکری نیست

1. Semiotic Democracy

دموکراسی نشانه شناختی مخاطب را قادر می‌سازد تا به درجات مختلف، نمادهای فرهنگی را ایجاد، براندازی، یا بازنویسی کند تا معانی متفاوتی را با آن چه پدیدآورندگان آن‌ها در نظر گرفته‌اند بیان کند و در نتیجه مصرف کنندگان را به جای تولید کنندگان توانمند می‌سازد.

2. Participatory Culture

فرهنگ مشارکتی، مفهومی مخالف فرهنگ مصرف کننده، فرهنگی است که در آن افراد خصوصی نه تنها به عنوان مصرف کننده بلکه به عنوان مشارکت کننده یا تولید کننده عمل می‌کنند.

3. Remix

ریمیکس (یا تنظیم مجدد) بخشی از رسانه است که با افزودن، حذف یا تغییر قطعاتی از آیتم، از حالت اولیه خود تغییر یافته یا منحرف شده است (ویکی پدیا) ریمیکس در زبان انگلیسی به معنای میکس مجدد یک آهنگ است.

(Wong, 2009). اکنون قانون پذیرفته است که وام گرفتن، استفاده مجدد، ترکیب مجدد، انطباق و ایجاد بر روی کار موجود می‌تواند منجر به کارهای غنی تر و مترقی تر شود. در فرهنگ ریمیکس امروزی، نمونه‌های فراوانی از این نوع خلاقیت، (از موسیقی و ترکیب و مخلوط دو سبک با یکدیگر ماشاپ‌های دیجیتالی گرفته^۱) تا ویدئوهای هنری اختصاصی، همگی بر سرزندگی و گستردگی فرهنگ مشارکتی تاکید می‌کند و بنابراین دیدگاه سودمندی قانون کپی رایت سنتی را به چالش می‌کشند.

۲-۵. محتوای کاربر ساخته

امروزه محتوای افزوده شده در اینترنت در حال گسترش است. اغلب کاربران محتوای دیگران را به اشتراک می‌گذارند و یا از آن مفاهیم و آثار، در خلق آثار جدید خود بهره می‌برند. استفاده از آثار پیشین در حوزه قلمرو عمومی نیاز به اخذ مجوز ندارد و یا بهره برداری به صورت اقتباس و نقل قول می‌باشد. دکترین UGC پیچیده است و به علت عدم تعریف جامع در سیستم حقوقی کشورهایی که آن را در حقوق مالکیت فکری خود وارد نموده‌اند، بنا به نظام حقوقی آنان تعریف و آثار و شرایط آن تبیین می‌شود.

یک نوع از محتوای کاربر ساخته شبیه تلفیق هستند، زیرا اغلب شامل ترکیب، استفاده یا مجموعه‌ای جدید از آثار موجود هستند یا بر خلاقیت و همکاری جمعی تکیه می‌کند. مانند چسبانه کاری یا کلاژ^۲ تصویری و موسیقی. دیگر هنرمندان از نرم افزار دیجیتال و ابزارهای

1. Mashup

واژه مشاپ در لغت به معنای مخلوط کردن و یا ترکیب کردن است و در حوزه‌های مختلف می‌توان از این واژه استفاده کرد. برای مثال در حوزه موسیقی هدف از آن ترکیب و مخلوط کردن دو قطعه موسیقی با دو سبک مختلف است. اما در حوزه فناوری اطلاعات مشاپ یک برنامه وب را توصیف می‌کند که چندین سرویس را در یک برنامه واحد ترکیب می‌کند.

2. Collage

چسبانه کاری یا کلاژ (به فرانسوی: Collage، از ریشه Coller به معنای چسباندن) نام تکنیکی در هنرهای بصری و نیز نام اثر هنری ساخته شده به وسیله این تکنیک است. در فرهنگ معین کلاژ به فن چسبانیدن قطعه‌های کاغذ رنگی، پارچه، چرم، چوب و مانند آن برای ساختن یک تصویر تعریف شده است.

مشارکتی برای خلق آثاری با پایان باز استفاده می‌کنند که سایر افراد، بینندگان، رهگذاران و غیره تشویق می‌شوند که آن را ادامه دهند و بر فرهنگ اشتراک‌گذاری دیجیتالی بر خلاف نویسنده رمانتیک، تاکید دارند.

در مجموع محتوای تولید شده توسط کاربر (UGC) به هر نوع از محتوا، از جمله متن، تصویر، ویدئوها، نظرات و غیره گفته می‌شود که توسط کاربران ایجاد و در پلتفرم‌های آنلاین منتشر می‌شود. شاید بتوان معتبرترین تعریف از محتوای کاربر ساخته را که توسط سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD) که در سال ۱۹۶۱ میلادی تاسیس شده است را به عنوان مستند قابل قبول در نظر داشت که سه ویژگی را مطرح می‌نماید. ۱- دسترسی عموم به محتوا از طریق اینترنت ۲- محتوا نیاز به تلاش خلاقانه دارد ۳- محتوا باید خارج از روال حرفه‌ای ایجاد شود که می‌تواند به سه شکل مختلف باشد (Monteleone, 2012).

محتوای تالیف شده توسط کاربر یک اثر اصلی و بدون اخذ از کار دیگران است، در حالی که محتوای مشتق شده، یک محتوای ثانویه بر اساس آثار دارای حقوق مولف دیگران است. طبق نظر OECD، محتوای کپی شده توسط کاربر، که صرفاً کپی کار موجود است نباید به عنوان UGC در نظر گرفته شود، چون کار خلاقانه‌ای در آن صورت نگرفته است.

۳. ویژگی‌های خاص محتوای کاربر ساخته

محتوای کاربر ساخته به عنوان یک اثر و پدیده فکری، دارای ویژگی‌هایی می‌باشد که مجموعه‌ی آن‌ها محتوای کاربر ساخته را شکل می‌دهد. محتوا در بستر اینترنت باید دارای ویژگی‌هایی باشد که برای مخاطبان جذاب بوده و هدف کاربر را از ایجاد آن فراهم نماید. این محتوا از لحاظ شکل ایجاد، بستر تولید محتوا و ایجاد کنندگان آن قابلیت تقسیم بندی دارد، که در ادامه به اختصار به آن خواهیم پرداخت.

۳-۱. محتوا از لحاظ شکل ایجاد آن

هم اکنون انواع متفاوتی از محتواها همانند محتوای ویدئویی، تصویری، متنی و وجود دارند که هر کدام جنبه‌های خاصی را ارائه می‌دهند. امروزه پیشرفت‌های فناوری بر روش تولید کنندگان محتوا اثر گذاشته است و درهای پیشرفت علم و فرهنگ در هر جامعه‌ای را برای جهانیان می‌گشاید و از این طریق پیشرفت علم و گسترش آن به سهولت ممکن می‌گردد. اشاعه اطلاعات و در دسترس بودن محتوا امکان آشنایی دیگران را با تکنولوژی و علوم جدید فراهم می‌نماید و آثار جدیدی خلق می‌شوند که ادامه دهنده و تکمیل کننده آثار پیشین هستند.

۳-۲. بستر تولید محتوا

هر تولید محتوا در بستری انجام می‌گیرد، فناوری‌های دیجیتال، به ویژه اینترنت، تاثیر عمیقی بر روش‌های ایجاد، انتشار، دسترسی و مصرف محتوا داشته است. به نحوی که در دسترس بودن محتوا و آسان بودن دسترسی بدون در نظر داشتن مرزهای جغرافیایی زمینه را برای ایجاد و خلق بیشتر فراهم نموده است. همین قابلیت دسترسی زمینه پیشرفت فرهنگ و هنر را فراهم می‌نماید و زمینه را برای شناساندن حتی یک زبان و فرهنگی خاص که در صورت نبود اینترنت ممکن است به فراموشی سپرده شود، فراهم می‌نماید. این ویژگی مهم ترین خصیصه محتوای کاربر ساخته است به گونه‌ای که اگر دسترسی عمومی کاربران وجود نداشته باشد، امکان ایجاد محتوا فراهم نیست. زیرا بسیاری از محتواها بر گرفته از مخلوقات قبلی است و بدون آن پیشرفتی در این امر صورت نمی‌گیرد.

پلتفرم‌ها افراد و سازمان‌ها را برای دستیابی به هدف مشترک یا به اشتراک گذاشتن منابع مشترک به یکدیگر متصل می‌کنند. پلتفرم‌ها به «پلتفرم چند وجهی» و «پلتفرم تک وجهی» تقسیم می‌شوند (محمدی، ۱۳۹۴). پلتفرم‌های چند وجهی پلتفرم‌هایی هستند که دو یا چند گروه متمایز را به یکدیگر متصل و مرتبط می‌کنند مانند، تولید کننده محتوا و مصرف

کننده محتوا و تبلیغ کننده. در پلتفرم «تک وجهی» یک کسب و کار زیر ساختی را آماده می کند که می تواند بارها و بارها تکثیر شود. سپس از این زیر ساخت برای عرضه محصولات خود استفاده کرده یا زیر ساخت را در اختیار دیگران قرار می دهد تا آن ها محصولاتشان را عرضه کنند. از این رو تولید محتوا در بستر اینترنت با شرایط خاص آن بستر صورت می گیرد و امکان به اشتراک گذاری محتوا برای کاربران فراهم می باشد.

۳-۳. ایجاد کنندگان محتوا

تولید محتوا و خلق اثر مستلزم وجود خالق آن می باشد در خصوص ایجاد کننده محتوا در بستر اینترنت نیز کاربر با تلاش و وام گیری از آثار پیشین مبادرت به خلق اثر می کند. روند شکل گیری اغلب پدیده های فکری به این شکل می باشد که پدید آورنده آن شخصی است که در ایجاد آن اثر متخصص است و با دانش قبلی مبادرت به خلق یک اثر اصیل می نماید. پدیده محتوای کاربر ساخته که دست پرورده ظهور اینترنت و وب مشارکتی می باشد، یک پدیده و مفهوم تقریباً نوینی است که صرفاً در فضای مجازی رخ می نماید. علت گسترش آن و شناخت آن به عنوان یک پدیده حقوقی از آن جا نشئت می گیرد که این پدیده نوظهور گاهی با حقوق مالکیت فکری در تلاقی قرار می گیرد. علت آن است که کاربران آن عموماً جوانان هستند و بعضاً هیچ آشنایی با حقوق کپی رایت نداشته و به دلیل دسترسی به اینترنت و گوشی های هوشمند امکان به کارگیری و استفاده از محتوای خلق شده توسط دیگران را دارند. محتوای کاربر ساخته خارج از روال حرفه ای ایجاد می شود. بدین معنی که صرف فراهم بودن و دسترسی به اینترنت در پیچه وسیعی از اطلاعات بر روی کاربر باز می گردد. همین امر سبب می گردد که فرد با وام گیری از آن مطالب و دخیل نمودن خلاقیت و ابتکار خود، بعضاً خالق یک اثر شود. به عنوان مثال زمانی که یک موسیقی دان آماتور ویدئویی را منتشر می کند که در آن با ایجاد یک خلاقیت آهنگ اصلی را اجرا می کند.

امروزه به خصوص در صنعت موسیقی شاهد تغییراتی می‌باشیم که توسط آماتورها در حال جریان است که نمونه آن ریمیکس آهنگ‌ها و مش آپ می‌باشند (Hetcher, 2008). امروزه فعالیت‌های خلاقانه بسیار فعال تر و مشارکتی تر از همیشه است. یک مثال ویکی پدیا است که از کاربران دعوت می‌کند تا دانش خود را در موضوعات خاص به اشتراک بگذارند. مثال دیگر ظهور منابع آموزشی باز تولید شده در جامعه آموزشی است که با اتصال به فناوری‌های مبتنی بر اینترنت، محتوای ایجاد شده توسط دیگران را به اشتراک گذاشته، تطبیق داده و تقویت می‌کند. تلاش خلاقانه بدین معنی است که برای ایجاد محتوا، اگرچه دسترسی آسان به اطلاعات لازم است ولی برای استفاده از آن در خلق اثر جدید مستلزم به کارگیری خلاقیت و نبوغ کاربر می‌باشد. زیرا صرف بهره برداری، کپی کار دیگری می‌باشد و در این حالت با نقض حقوق کپی رایت مواجه می‌شویم. محتوای کاربر ساخته به عنوان آن چه مورد حمایت حقوقی می‌باشد، پدیده‌ای است که وامدار اثر از پیش موجود است و گرنه محتوایی که کاربر به عنوان یک نظر یا ثبت یک عکس از خود در تعطیلات می‌گذارد، مورد توجه حقوق مالکیت فکری نمی‌باشد. زیرا در این حالت با مسئله نقض حقوق دیگران برخورد نمی‌نماید. بنابراین وجود اندک خلاقیت برای تمایز اثر، از مفاهیم از قبل موجود مورد توجه است. شاید به همین دلیل است که ایالات متحده پذیرش محتوای کاربر ساخته را با استناد به دکتترین استفاده منصفانه منوط به استفاده دگرگون کننده می‌داند (B.Lustigman, 2008). بدین معنی که بهره مندی از کار دیگری نیازمند خلاقیت در خلق پدیده جدید جهت شناسایی آن به عنوان یک پدیده حقوقی مورد حمایت می‌باشد.

۴. تفاوت محتوای کاربر ساخته و نقض اثر

اشتراک گذاشتن آثار ادبی و هنری به امری رایج تبدیل شده است؛ به طوری که وجود شبکه‌ای گسترده از وبلاگ‌ها و وب سایت‌های پر مخاطب که انواع نرم افزارها، بازی‌های رایانه‌ای، فیلم‌های سینمایی، آلبوم‌های موسیقی و... در آن‌ها بارگذاری شده است و

علاقه مندان می‌توانند با مراجعه به این پایگاه‌های الکترونیکی، این آثار را به صورت رایگان دریافت و مورد بهره برداری قرار دهند. مطابق با نظام حقوقی ایران، حقوق پدیدآورنده، شامل حق انحصاری نشر، پخش، عرضه، اجرای اثر و حق بهره برداری مادی و معنوی از نام و اثر او است.^۱ بر اساس نظام حقوق مالکیت ادبی و هنری نسخه برداری از اثر، به کسب موافقت پیشین مولف یا هنرمند نیازمند است، مگر آن که اثر در قلمرو عمومی قرار گرفته باشد، یا استفاده از اثر در قلمرو استثنائات وارد بر حقوق مالکیت ادبی و هنری باشد. علاوه بر این، در بسیاری از کشورها نسخه برداری شخصی کاربران، از منابع غیر قانونی را مجاز نمی‌دانند، به گونه‌ای که اگر محتوا نسخه برداری شده، بدون رضایت صاحب حق توزیع گردد، یا اگر فایل دریافت شده بدون رضایت صاحب حق تولید شده باشد، منبع غیر قانونی در نظر گرفته می‌شود (EIJK& et al,2009,p.38). با وجود این، احراز قانونی بودن منبع برای کاربر به سهولت امکان پذیر نیست و این امر، کار را دشوار می‌نماید. مواد ۲۳ و ۲۴ قانون مولفان^{۴۸} به نقض حقوق خالق اثر اشاره شده است. در هیچ یک از مواد قانونی گرفتن میزان خاص از اثر اصیل، به عنوان مصداق نقض کپی رایت مورد اشاره قرار نگرفته است. عدم تعیین معیار دقیق برای تشخیص حالت نقض کپی رایت در قانون‌گذاری سایر کشورها نیز وجود دارد. به همین دلیل دادگاه‌های آمریکا در مواجهه با دعوی نقض کپی رایت تلاش نمودند تا میزان شباهت میان دو اثر را برای احراز شباهت اساسی شناسایی کنند. دادگاه‌ها برای نخستین بار در دهه‌های ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰ از خواهان برای اثبات نقض کپی رایت، علاوه بر شباهت‌های بین دو اثر، دسترسی یا حداقل امکان دسترسی خواننده به اثر

۱. (ماده ۳ قانون حمایت از حقوق مولفان). هر کس، در طی مبادلات الکترونیکی با تکثیر، اجرا و توزیع (عرضه و نشر) مواردی که در قانون حمایت حقوق مولفان، مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ و قانون ترجمه و تکثیر کتب، نشریات و آثار صوتی مصوب ۱۳۵۲ و قانون حمایت از حقوق پدیدآورندگان نرم افزارهای رایانه‌ای مصوب ۱۳۷۹ حق تصریح شده مولفان را نقض نماید، به مجازات سه ماه تا یک سال حبس و جزای نقدی به میزان پنجاه میلیون ریال محکوم خواهد شد (ماده ۷۴ قانون تجارت الکترونیکی).

خواهان را مطالبه می‌کردند. تا سال ۱۹۴۰ این ضرورت به عنوان یک اصل مورد پذیرش بود تا جایی که امروز بخشی کلیدی برای تعیین نقض کپی راییت به شمار می‌رود.^۱ تولید محتوا توسط کاربر نیز با چالش نقض حقوق مولف مواجه می‌باشد، در کشورهایی که محتوای کاربر ساخته وارد حقوق مالکیت فکری آن‌ها شده است برای جلوگیری از ادعای نقض در بستر اینترنت محتوای کاربر ساخته را به عنوان یک استثنا توجیه می‌کنند. یعنی به موجب این استثنائات که از موارد مجاز می‌باشد و به عنوان حق مصرف کننده معرفی می‌شود، محتوای کاربر ساخته تبدیل به یک حق شهروندان شده است (محمدی، ۱۴۰۲). دکتترین استفاده منصفانه مقرر در ماده ۱۰۶ قانون مالکیت فکری آمریکا محتوای کاربر ساخته را نقض اثر پیشین به حساب نمی‌آورد.

۵. حمایت از محتوای کاربر ساخته از طریق نظام حقوقی مالکیت ادبی و هنری

محتوای کاربر ساخته یک اثر فکری است که در بستر اینترنت ایجاد می‌شود. این اثر برای خلق نیازمند استفاده از آثار پیشین است اگرچه تولید محتوا توسط کاربر جهت اشتراک‌گذاری خاطره‌ها و نظرات بدون وام‌گیری از آثار قبلی را نمی‌توان نادیده انگاشت. بخش عمده تولید محتوا بر گرفته از آثار ادبی و هنری هستند، به همین دلیل می‌توان گفت که نظام کپی راییت یا حقوق مولف که در حقوق ایران و ایالات متحده آمریکا برای حمایت از آثار شناخته شده است قابلیت استفاده برای حمایت از حقوق پدیدآورندگان محتوای کاربر ساخته وجود دارد.

۵-۱. قالب حمایتی محتوای کاربر ساخته در نظام حقوقی مالکیت ادبی و هنری ایران
 نظام حمایتی از آثار در حقوق مالکیت ادبی و هنری ایران به موجب قانون مولفان ۱۳۴۸ و همچنین قانون ترجمه و تکثیر مصوب ۱۳۵۲ می‌باشد. همچنین قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲ به مسائل حقوق مولف در بستر اینترنت می‌پردازد. قانون گذار در قانون

1. Amy B Cohen, op.cit. at 729

حمایت از حقوق پدید آورندگان نرم افزارهای رایانه‌ای مصوب ۱۳۷۹ حقوق پدید آورندگان نرم افزارهای رایانه‌ای را مورد بررسی قرار می‌دهد. آثار مورد حمایت ق.ح.م.م.ه در ماده ۲ در ۱۲ بند مطرح شده است.^۱ در واقع حمایت از تمامی آثار در این ماده همانند است و نوع اثر در حمایت قانونی از آن، بی تاثیر می‌باشد. در خصوص این که آیا این آثار جنبه حصری داشته یا می‌توان آن را تمثیلی فرض نمود، در بین حقوق دانان اتفاق نظر وجود ندارد. عده‌ای نظر به پیشرفت علم و فناوری‌ها و ظهور آثار جدید که مقتضای دنیای دیجیتال امروزی است، باور به تمثیلی بودن موارد ذکر شده در این ماده می‌باشند؛ (آیتی، ۱۳۷۵). در حقوق ایران، قطع نظر از این که اثر مورد حمایت پس از گذشت مهلت‌های قانونی (مواد ۱۲ به بعد قانون حمایت حقوق مولفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۸۴) از حق انحصاری پدیدآورنده خارج شده و در حیطه اموال عمومی قرار می‌گیرد و بدون نیاز به هر گونه مجوزی در معرض استفاده عمومی خواهد بود، در زمان مورد حمایت نیز در مواردی با استثنائات قانونی امکان استفاده از آثار تحت حمایت وجود دارد. این مقررات روزنه‌ای برای درک مقتضیات ناشی از منافع عمومی است و در پی ایجاد موازنه‌ای منطقی میان جامعه و صاحب حق خواهد بود. بند ۱۲ ماده ۲ قانون حمایت حقوق مولفان در مقام حمایت از آثار مقرر در این قانون بیان می‌دارد: هر گونه اثر مبتکرانه دیگر که از ترکیب چند اثر از اثرهای نامبرده در این فصل پدید آمده باشد.

همچنین بندهای ۶ و ۷ ماده ۵ همین قانون استفاده از اثر در فراهم کردن یا پدیدآوردن اثر جدید را مورد شناسایی قرار داده است.

گسترش اینترنت و دسترسی به فناوری‌های جدید، مستلزم شناخت طریقه حمایت از اثر در فضای دیجیتال است. به طور کلی می‌توان گفت که اصل بر حمایت از آثار ادبی- هنری است و تغییر محیط در حمایت از آثار خلی وارد نمی‌نماید؛ زیرا همان گونه که برخی بیان

۱. ماده ۲- اثرهای مورد حمایت این قانون به شرح زیر است:

..... هر گونه اثر مبتکرانه دیگر که از ترکیب چند اثر از اثرهای نامبرده در این فصل پدید آمده باشد.

داشته‌اند: «آن چه در این محیط وجود دارد به مثابه یک قالبی می‌باشد که در حمایت از اثر تاثیر گذار نیست، چرا که اثر فکری نتیجه ی یک فعالیت خلاقانه می‌باشد که در یک شکل بیرونی و جداگانه از قالب خود را به نمایش می‌گذارد» (زرکلام، ۱۳۹۸، ص ۳۱۶). در ایران، قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲ در مواد ۶۲ و ۷۴ به حمایت از حقوق مولف در محیط دیجیتالی اشاره نموده است. فصل اول از مبحث دوم این قانون، قواعد مربوط به حمایت از حقوق مالکیت فکری از جمله مالکیت ادبی- هنری، مالکیت صنعتی و همچنین حقوق مرتبط و برنامه‌های رایانه‌ای در بستر مبادلات الکترونیکی را بیان می‌دارد^۱. مطابق این ماده کلیه ی آثار و تالیفاتی که در قالب داده پیام باشند، از حمایت این قانون برخوردار می‌باشند، یا به بیان دیگر، حمایت قوانین یاد شده در این ماده به آنان نسبت داده می‌شود.

در حقیقت، نظر به گسترش محتواهای دیجیتالی حمایت قانونی از آثار فکری برای جلوگیری از مشابهت و دیگر روش‌های نقض کافی نمی‌باشد. بنابراین تلاش برای کسانی که در حوزه فرهنگ و صنعت فعال می‌باشند و به تبع آن‌ها سازمان جهانی مالکیت فکری و اتحادیه اروپا به حمایت‌های موثرتر فنی مرتبط با آثار وجود دارد. هر چند این حمایت می‌تواند توازن حقوق کاربران برای بهره برداری شخصی، تهیه نسخه پشتیبان را با

۱. ماده ۶۲ اشعار می‌دارد: «حق تکثیر، اجرا و توزیع (عرضه و نشر) آثار تحت حمایت قانون حمایت حقوق مولفان، مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸/۹/۳ و قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات و آثار صوتی مصوب ۱۳۵۲/۹/۲۶ و قانون حمایت از حقوق پدیدآورندگان نرم افزارهای رایانه‌ای مصوب ۱۳۷۹/۱۰/۴، به صورت «داده پیام» منحصر در اختیار مولف است. کلیه آثار و تالیفاتی که در قالب «داده پیام» می‌باشند، از جمله اطلاعات، نرم افزارها و برنامه‌های رایانه‌ای، ابزار و روش‌های رایانه‌ای و پایگاه‌های داده و همچنین حمایت از حقوق مالکیت‌های فکری در بستر مبادلات الکترونیکی شامل حق اختراع، حق طراحی، حق مولف، حقوق مرتبط با حق مولف، حمایت از پایگاه‌های داده، حمایت از نقشه مدارهای یکپارچه قطعات الکترونیکی (Integrated Circuits & Chips) و حمایت از اسرار تجاری، مشمول قوانین مذکور در این ماده و قانون ثبت علائم و اختراعات مصوب ۱۳۱۰/۴/۱ و آیین‌نامه اصلاحی اجرای قانون ثبت علائم تجاری و اختراعات مصوب ۱۳۳۷/۴/۱۴ خواهد بود، منوط بر آن که امور مذکور در آن دو قانون موافق مصوبات مجلس شورای اسلامی باشد...».

مخاطراتی همراه کند، بنابراین مورد تعیین خطوط مرزی بین حمایت از آثار به ویژه حقوق پدیدآورندگان آثار فکری از نقض می‌تواند راهگشا باشد. مدیریت دیجیتالی حقوق یا به کاربردن تدابیر فناورانه حمایتی، مرتبط با نظام حقوقی می‌باشد.

۵-۲. قالب حمایتی محتوای کاربر ساخته در نظام کپی رایت آمریکا

حمایت از آثار ادبی و هنری به موجب عنوان ۱۷ از مجموعه قوانین فدرال آمریکا که به قانون کپی رایت شناخته می‌شود، صورت می‌گیرد. در قانون کپی رایت آمریکا مصوب ۱۹۷۶ آثار مورد حمایت به دو دسته تقسیم شده است. نخست آثاری که پدید آورنده از آثار دیگری بهره نمی‌برد و دوم، آثاری که وامدار آثار از پیش موجود خلق می‌شوند. دلیل این دسته بندی را می‌توان پذیرش معیارهای اصالت مطلق و اصالت نسبی از سوی قانون گذار آمریکایی محسوب نمود. ماده ی ۱۰۲ ق.ک.آ، شرط حمایت از اثر، را در اصیل بودن و تثبیت در یک قالب ملموس بیان می‌کند.

در ایالات متحده آمریکا، در خصوص شناسایی ماهیت محتوای کاربر ساخته، چالشی وجود ندارد. ایالات متحده آمریکا از یک طرف با پیش‌بینی حقوق انحصاری پدیدآورندگان و حمایت از آن و توجه به متمم قانون اساسی که بر توسعه و ترویج فرهنگ و گسترش دانش در عصر دیجیتال با پیش‌بینی محدودیت‌ها و استثنائات در قانون مالکیت فکری تکیه دارد سعی در هموار نمودن مسیر برای تولید کنندگان محتوا در بستر اینترنت داشته است. نظام حقوقی آمریکا با پیش‌بینی سیستم مجوز اجباری در صنعت موسیقی، پیشنهاد پذیرش آن را برای محتوای کاربر ساخته مطرح می‌نماید. کنگره آمریکا، سیستم مجوز اجباری را برای جلوگیری از انحصار حق چاپ موسیقی و کاهش هزینه بیان می‌دارد. قانون گذار در ماده ۱۰۶ ق.ک.آ با شمارش شش حق انحصاری برای پدیدآورندگان آثار ادبی و هنری به حمایت از آثار و محتوای تولید شده توسط پدیدآورندگان آن‌ها پرداخته است.

قانون کپی رایت به طور خودکار از آثار اصلی مانند نوشته‌ها، موسیقی، فیلم‌ها، عکس‌ها و نرم افزارها در لحظه‌ای که به شکل ملموس ایجاد می‌شوند، حمایت می‌کند. محتوای آنلاین با خطرات بیشتری از کپی و توزیع غیر مجاز مواجه است. در ایالات متحده، قانون حق نسخه برداری هزاره دیجیتال (DMCA) تولید و انتشار آثار کپی شده را جرم انگاری می‌کند. قانون کپی رایت آمریکا با پیش‌بینی استثنای استفاده منصفانه محتوای تولید شده در بستر اینترنت را با پذیرش معیارهای پیش‌بینی شده در قانون مجاز می‌داند و از آثار تولید شده در اینترنت حمایت می‌نماید. اینترنت و سایر فناوری‌های دیجیتال بر اهداف دو گانه قانون کپی رایت تاکید می‌کنند: تشویق پدیدآورندگان به ایجاد و اطمینان از دسترسی معقول کاربران محتوا به مطالب دارای حق چاپ. این قانون پس از شناسایی حقوق انحصاری در ماده ۱۰۶ و بیان استثناء در ماده ۱۰۷ با شناسایی معیار چهار گام، دکتین استفاده منصفانه را برای پذیرش محتوای کاربر ساخته معرفی می‌نماید. اولین عنصر از استفاده منصفانه هدف و ویژگی استفاده و ماهیت تجاری یا غیر تجاری بودن آن است. عنصر دوم، به مسئله ماهیت اثر ارتباط دارد و لذا اصیل بودن و افشاء شدن آن مطالعه می‌شود و هر چه درجه اصالت یک اثر بیشتر باشد، حمایت از آن نیز بیشتر است. در بررسی عنصر سوم، کمیت و کیفیت استفاده از اثر پیشین مورد توجه است. عنصر چهارم، به عنوان مهمترین عامل احراز استفاده منصفانه محسوب می‌شود. زیرا تاثیری که استفاده از اثر، بر بازار یا ارزش اثر می‌گذارد؛ در تشخیص قصد و هدف استفاده کننده و به تبع آن، منصفانه بودن استفاده، بسیار مهم است.

۶. حمایت از عناصر تشکیل دهنده محتوای کاربر ساخته مرتبط با حق کپی

رایت

تلاش‌هایی برای دسته بندی UGC صورت گرفته است. به عنوان مثال، گزارش سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD) در مورد محتوای ایجاد شده توسط کاربر، UGC را در

دو محور متمایز می‌کند. اول بر اساس نوع محتوا (متن، رمان یا شعر، عکس، تصویر، موسیقی و صدا، ویدئو، محتوای آموزشی، ...)، دوم، با توجه به پلتفرم توزیع آن (وبلاگ‌ها، قالب‌های همکاری مبتنی بر متن، سایت‌هایی که امکان بازخورد درباره آثار مکتوب را فراهم می‌کنند، پادکست، سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، دنیای مجازی، یا سایت‌های اشتراک‌گذاری محتوا یا فایل (A.Einwiller,2020).

محتوای کاربر ساخته، اثری است که مرکب از عناصر گوناگون می‌باشد. تمایز این اثر از دیگر آثار فکری در این است که در بستر اینترنت ایجاد می‌شود. همین امر ممکن است با یکی از حقوق پدید آورنده اولیه اثر متناقض باشد و آن زمانی است که اثر افشا نشده یا به صورت غیر قانونی افشا شده است. در این حالت خلق محتوا ممکن است نشانه‌ای از نقض را به خود بگیرد. بنابراین شناسایی این مسئله که آیا افشا اثر در محتوای کاربر ساخته تاثیر گذار است یا خیر از مواردی است که باید مورد ملاحظه قرار داد. در نظام حقوق مالکیت فکری آمریکا افشای اثر تاثیری در محتوای کاربر ساخته ندارد و تولید محتوا در بستر اینترنت با بهره مندی از آثار پیشین صرف افشا یا عدم افشا با رعایت شروط و معیارهای استفاده منصفانه مورد پذیرش می‌باشد (Beebe,2008). دیوان عالی ایالات متحده بر مبنای این که جامعه حق دارد در عوائد و منافع یک اثر سهیم بشود و مهم این است که منشا اثر در این بهره‌مندی جامعه در نظر گرفته شود و بدانیم منشا اثر کیست، افشا را حق پدیدآورنده می‌دانند. در این حالت ایالات متحده استفاده منصفانه را به حقوق معنوی تسری می‌دهد و حتی افشا را به استناد استفاده منصفانه می‌پذیرد (محمدی، ۱۴۰۱).

علاوه بر این، عنوان محتوای کاربر ساخته که عبارت است از نام یا عبارتی که از سوی ایجاد کننده محتوا به آن اختصاص داده شده است؛ تا آن را از سایر محتواها متمایز کند. مثل سایر آثار فکری، پدید آورنده آن می‌تواند بسته به نظام حقوقی از آثار آن بهره‌بردار و از استفاده سایرین از آن نام، جلوگیری به عمل آورد. از آن جا که محتوای به کار گرفته در

خلق اثر جدید، محتوایی است که پدیدآورنده اولیه اثر در بدو امر خالق آن می‌باشد و از اصالت برخوردار بوده و مورد حمایت حقوق مولف می‌باشد. این اثر به دارنده آن حق انحصاری مادی و معنوی می‌دهد و امکان واگذاری حق برای دارنده فراهم است اما در محیط دیجیتال بنا به شرایط خاص آن که امکان دسترسی به اطلاعات برای همگان وجود دارد بعضا شناسایی و اخذ مجوز با دشواری‌هایی صورت می‌گیرد. بنابراین نقش پلتفرم‌ها در این خصوص برجسته می‌باشد. هر پلتفرمی جهت میزبانی از محتوا بر اساس قواعد حقوقی کشور میزبان، شرایط خاصی را اعمال می‌نماید. بنابراین شناخت آن قواعد جهت شناسایی بار مسئولیت حقوقی نقش مهمی ایفا می‌نماید. در واقع این قوانین به ایجاد محتوا چهارچوب خاصی می‌دهند. به نحوی که آشنایی با مقررات هزاره دیجیتال (DMCA)^۱ در ایالات متحده و دستورالعمل متحد الشکل اتحادیه اروپا (EUCD)^۲ اتحادیه اروپا رهنمون مناسبی در خصوص نقش پلتفرم‌ها می‌باشد.

1. DMCA; The Digital Millennium Copyright Act

2. EUCD (European Union Copyright Directive)

نتیجه

در نظام حقوقی ایران، مفهوم محتوای کاربر ساخته در قانون مالکیت فکری مورد توجه قرار نگرفته است. بنابراین، به دلیل نبود متن قانونی، رویه قضایی مشخص نیز در این خصوص وجود ندارد. این عدم قطعیت می‌تواند محتوای ایجاد شده توسط کاربر و امکان بهره‌وری از اثر پیشین را دچار تردید نماید. با وجود این، همان‌گونه که بیان گردید؛ قانون‌گذار ایران با پذیرش موادی در قانون حمایت حقوق مولفان و مصنفان و هنرمندان ۱۳۴۸ به نظر راه را برای پذیرش مفهوم محتوای کاربر ساخته که از ضروریات عصر جدید و دسترسی آسان به اطلاعات می‌باشد، فراهم نموده است. به نحوی که بند ۱۲ ماده ۲ این قانون، هرگونه اثر مبتکرانه دیگر که از ترکیب چند اثر پدید آمده باشد را مورد حمایت قرار داده است و یا در بند ۶ و ۷ ماده ۵ این قانون، بهره‌گیری از اثر پیشین برای خلق اثر جدید را مورد توجه قرار داده است. اگرچه قانون‌گذار اصطلاح اقتباس را به طور صریح به کار نبرده است، اما بدیهی است که استفاده از آثار پیشین برای خلق و تولید اثری جدید از ضروریات پذیرفته شده و مورد توجه توسط قانون‌گذار بوده است. علاوه بر آن نقل از اثر دیگری به عنوان یک استثنا مورد نظر می‌باشد. با وجود موارد بیان شده از قبل، در نظام حقوق مالکیت فکری ایران، می‌توان با وجود مواد اشاره شده و همچنین ضرورت دسترسی به اینترنت برای خلق محتوا، پذیرش محتوای کاربر ساخته را بر اساس نیازهای جامعه امروز که نمود آن در دنیای هنر به خصوص موسیقی و فرهنگ ریمیکس، قابل مشاهده می‌باشد، را مورد شناسایی و توجه قرار داد و دست افراد را با در نظر داشتن اصل آزادی بیان در ایجاد و بهره‌مندی از آثار پیشین برای تحول و ابداعات جدید باز گذاشت. این نکته قابل ذکر است که بهره‌مندی از آثار بایست در حد متعارف و منصفانه بوده و استفاده تجاری مورد نظر نباشد تا بتوان وجود پذیرش محتوای کاربر ساخته را توجیه نمود. نظام حقوقی ایالات متحده آمریکا، شامل فهرست طولانی از محدودیت‌ها و استثنائات خاص است، اما دفاع منصفانه برای

محتوای کاربر ساخته توسط کاربر مورد استناد قرار می‌گیرد. این دکترین ریشه در رویه قضایی ایالات متحده دارد و چهار عامل کلیدی برای ارزیابی این که آیا استفاده عادلانه است، مطرح شده از جمله هدف و ویژگی استفاده، ماهیت اثر، میزان استفاده و تاثیر استفاده بر بازار بالقوه یا ارزش اثر. اخیراً قانون گذار در این نظام حقوقی استفاده دگرگون کننده را یک معیار کلیدی استفاده منصفانه قلمداد می‌نماید.

عدم وجود مقرراتی در خصوص قواعد حاکم بر محتوای کاربر ساخته در قوانین، حمایت از این اثر در حقوق ایران را دارای ابهام نموده است؛ از طرف دیگر، در خصوص چگونگی حمایت از محتوای کاربر ساخته در ایران رویه قضایی وجود ندارد. قانون ح.ق.م.م.مصوب ۱۳۴۸ در بحث استفاده از آثار قبلی مواردی را مورد توجه قرار داده است، گرچه اصطلاح اقتباس به طور صریح مورد توجه نمی‌باشد. به نظر می‌رسد قانون گذار در این قسمت می‌تواند با درج مفهوم محتوای کاربر ساخته در فضای مجازی به شناسایی محتوای کاربر ساخته پرداخته تا به نیازهای جدید عصر معاصر پاسخ دهد و به این ترتیب بهتر بتواند از حقوق انحصاری صاحبان حقوق پاسداری و محافظت نماید.

با لحاظ امکان ارائه ی حمایت کاربردی تر و مناسب با محتوای کاربر ساخته به عنوان اثر ترکیبی مذکور در بند ۱۲ ماده ی ۲ ق.ح.ق.م.م.ه، در شرایطی که قصد بر حمایت از محتوای کاربر ساخته باشد، بهتر است در قسمت استثنائات استفاده منصفانه به عنوان دفاعی جهت عدم نقض حقوق انحصاری صاحبان حقوق با توجه به چهار معیار کلیدی (با امکان پذیرش تطبیق آن در حقوق ایران که پیشتر مطرح شد) فراهم گردد. بنابراین، لازم است تعریفی از محتوای کاربر ساخته در نظام قانونی صورت گرفته و شرایط ایجاد آن با وجود داشته‌های مقرر در قانون به طور مبسوط تشریح گردد.

منابع و مأخذ

الف- منابع فارسی

کتابها

- آیّتی، حمید (۱۳۷۵). "حقوق آفرینش‌های فکری با تأکید بر حقوق آفرینش‌های ادبی و هنری". تهران: حقوقدانان.
- زرکلام، ستار. (۱۳۹۸). "حقوق مالکیت ادبی و هنری". (چاپ پنجم) تهران: سمت.
- کلمبه، کلود. (۱۳۹۰). "اصول بنیادین حقوق مولف و حقوق مجاور در جهان" ترجمه علی رضا محمد زاده وادقانی. (چاپ دوم) تهران: میزان.
- محمد زاده وادقانی، علیرضا، محمدی، پژمان (۱۳۹۰). "فرهنگ تطبیقی حقوق مولف و کپی رایت"، (چاپ اول) تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- محمدی، پژمان، شرقی، مرضیه (۱۳۹۴). "قلمروی عمومی در حقوق مولف"، (چاپ اول) تهران: مجد.

مقالات

- انصاریان، مجتبی؛ ماهوتچیان، سروش. (۱۳۹۶). "ضمانت اجراهای نقض حقوق مالکیت فکری". دومین کنگره بین‌المللی علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- ایمانی، عباس (۱۳۸۲)، "استثنای مهم حق مولف: استفاده منصفانه از اثر دیگری" مقاله پژوهشی، شماره ۳.
- حبیبیا، سعید؛ شاکری، زهرا (۱۳۹۲). "سه گام؛ آزمونی فراروی مصرف کنندگان آثار ادبی و هنری". نشریه تحقیقات حقوقی، شماره ۶۱.
- رفعتی، فاطمه (۱۴۰۱). "ریسک‌های حقوقی و تجاری پخش و بهره برداری از آثار ادبی هنری خارجی بدون اخذ مجوز بهره برداری توسط سکوه‌های ارائه خدمات محتوایی داخلی بر بستر شبکه جهانی اینترنت". فصلنامه تحقیقات نوین میان رشته‌ای، شماره ۲.
- زاهدی، مهدی. شریف زاده، شیرین (۱۴۰۱)، "شبهات اساسی در نقض کپی رایت با تأکید بر رویه قضایی آمریکا"، فصلنامه علمی پژوهشی حقوق عمومی، شماره ۷۵.
- زرکلام، ستار (۱۳۹۵)، "مدیریت دیجیتال حقوق مالکیت ادبی و هنری"، فصلنامه حقوق پزشکی.

شاگری، زهرا (۱۴۰۰)، "نقض حقوق مولف در پرتو اقتباس از اثر دیگری و از آن خود سازی هنری" شماره ۴.

شاگری، زهرا (۱۳۹۴)، "استفاده منصفانه از آثار ادبی و هنری؛ حقی برای جامعه؟". فصلنامه مطالعات خصوصی. شماره ۲.

محمدزاده وادقانی، علیرضا (۱۳۸۶)، "تاملی در آثار مشترک و جمعی در حقوق مالکیت فکری"، فصلنامه حقوق، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، شماره ۲.

محمدی، پژمان (۱۳۹۱)، "دعوا و معیارهای نقض حق تکثیر پدیدآورنده"، فصلنامه حقوق پزشکی.

محمدی، پژمان (۱۴۰۱)، "جزوه درس حقوق مالکیت ادبی و هنری". کارشناسی ارشد، حقوق مالکیت فکری، دانشگاه تربیت مدرس.

پایان نامه

رضایی نژاد، ایرج (۱۳۸۰)، "آزادی بیان در نظام بین المللی حقوق بشر"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.

ب- منابع خارجی

Book

S. Menell, Peter; A. Lemley, Mark; P. Merges, Robert; Balganes, Shyamkrishna (2023). "Intellectual Property in the New Technological Age : 2023".

Articales

A. Einwiller, Sabine. Kim, Sora (2020). "How Online Content Providers Moderate User-Generated Content to Prevent Harmful Online Communication : An Analysis of Policies and Their Implementation".

B. Lustigman, Andrew; Z. Solomon (2008). "Legal Consideration For Promotions Involving User Generated Content".

Banerjee, Shrabastee. Dellarcas, Chrysanthos. Zervas, Georgios (2021). "Interacting User-Generated Content Technologies : How Question and Answers Affect Consumer Reviews".

Barbosa Santos, Marcelo Luis (2021). "The so-called UGC : an updated definition of user-generated content in the age of social media".

Beebe, Barton (2008). "An Empirical Study of U.S Copyright Fair Use Opinions, 1978-2005)".

Maxwell, Winston (2012). "Le fair use en Europe: Une fausse bonne idee qui meriterait un regulateur des droit d auteur".

Raposo, Luis (2017). "Les exception au droit d auteur aux Etats- Unis et en Europe".

Stenger, Thomas (2013). "Medias Sociaux : Clarification et Cartographie Pour Une approche Sociotechnique".

Spitz, Brad (2013). "Le droit d auteur en France : un monopole menace."?

Zhou, Jieying (2022). "The advantages and Disadvantages of Introducing a New User-Generated Exception Into Copyright Legislation".