

## مطالعه تطبیقی تسری حقوق مالکیت ادبی و هنری به آثار خبری در حقوق ایران و انگلستان

محمد مهدی مقدادی\*

مهدی میرزا محمد\*\*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۳/۹ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۱/۷

DOI: 10.22096/law.2020.44811

### چکیده

«خبر» به‌عنوان یک پدیده مهم، پیچیده و متأثر از ذهن خلاقانه بشر، هم دارای ارزش اقتصادی است و هم می‌تواند به‌عنوان یک «اثر» اعم از نوشتاری یا سمعی و بصری تلقی شود و احکام مالکیت ادبی و هنری بر آن‌ها حاکم باشد. از این رو، می‌توان اخباری را که به‌صورت حرفه‌ای و تخصصی در خبرگزاری‌ها و مؤسسات اطلاع‌رسانی تهیه می‌گردد، مشمول حقوق مالکیت ادبی و هنری دانست. در حقوق انگلستان، برخلاف حقوق ایران به حقوق روزنامه‌نگاران تصریح شده و آثار آنان تحت قانون کپی‌رایت مورد حمایت قرار گرفته است. افزون بر این، همه آثار سمعی-بصری از جمله آثار خبری رادیو و تلویزیونی بدون نیاز به احراز اصالت و فارغ از محتوا و حامل آن مورد حمایت قرار گرفته‌اند. همچنین عکس‌ها و از جمله عکس‌های خبری، در حال مورد حمایت قانون کپی‌رایت انگلستان قرار دارند و نیازی به اثبات اصالت یا هنری بودن آن‌ها نیست؛ در حالی که در حقوق ایران، تنها عکس‌های خبری که

Email: meghdadi@mofidu.ac.ir

\*دانشیار دپارتمان حقوق، دانشگاه مفید، قم، ایران. «نویسنده مسئول»

Email: mmahdi15958@gmail.com

\*\* کارشناس ارشد حقوق خصوصی، دانشگاه مفید، قم، ایران.



در قالبی ابتکاری و هنری پدید آمده باشد، می‌توانند در ردیف کارهای هنری قرار گرفته، مشمول حمایت‌های قانونی گردند. شایان ذکر است در حقوق ایران هیچ قانون صریحی در خصوص حمایت از تولیدکنندگان محتوای خبری وجود ندارد. ازاین‌رو، لازم است تصویب مقررات مرتبط با این حوزه به‌عنوان یک راهبرد تقنینی در دستور کار قرار گیرد.

واژگان کلیدی: خبر؛ حقوق مالکیت ادبی و هنری؛ اصالت؛ آثار نوشتاری؛ آثار سمعی و بصری.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

## مقدمه

خبر محصول مهم و باارزش رسانه و عامل معنابخشی به رویدادها و رخدادهاست که در تعریف آن می‌توان گفت: گزارشی از رویدادها و وقایع است که دارای «ارزش خبری (بازگویی)» باشد. این فعالیت رسانه‌ای از چنان اهمیتی برخوردار است که آن را طبیعی‌ترین کارکرد رسانه دانسته‌اند<sup>۱</sup> و بخش عمده‌ای از توان فکری، منابع مالی و امکانات هر رسانه‌ای اعم از دیداری، شنیداری و مکتوب به آن اختصاص یافته است. پیشرفت علم و فناوری و رشد سریع ارتباطات و تعاملات بشری نیز نه تنها از اهمیت آن نکاسته است، بلکه نیاز به سرعت، جذابیت و جامعیت در خبر، هر روز بیش از پیش احساس می‌شود.

رویدادهای واقعی و عینی، مواد خام تحریریه‌های خبر رادیو، تلویزیون و مطبوعات را تشکیل می‌دهند و بدون این مواد خام، اطلاع‌رسانی انجام‌پذیر نخواهد بود. در اهمیت خبر، همین بس که امروز بدون اطلاع از اخبار و آگاهی از وقایع، تصمیم‌گیری و ادامه فعالیت پویا در زمینه‌های مختلف، مقدور نیست؛ بنابراین خبر مهم‌ترین محصول تولیدی رسانه‌هاست که نیاز مخاطبان را فراهم و حق آنان را از دانستن و آگاهی تأمین می‌نماید.

خبر به عنوان پدیده‌ای پرارزش در جهان اطلاع‌رسانی و محصول اصلی ارائه شده در رسانه‌های خبری، از دیرباز مورد توجه پژوهشگران حوزه‌های مختلف بوده است. به تازگی نیز مقاله‌ای در مجله مطالعات اسلامی در خصوص مالیت و مالکیت خبر در رسانه‌های جمعی منتشر شده است؛<sup>۲</sup> اما حقوق مالکیت فکری خبر از موضوعاتی است که در گستره مباحث حقوقی، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. پرسش‌های زیادی در این زمینه مطرح است؛ از جمله اینکه از منظر مقررات مالکیت ادبی و هنری چه حقوقی بر آثار خبری حاکم است و آیا اساساً این آثار مشمول مقررات مالکیت ادبی و هنری قرار می‌گیرند یا خیر؟

در راستای بررسی این موضوع، پژوهش حاضر در سه گفتار تنظیم شده است؛ گفتار نخست به تحلیل مفهوم شناختی پدیده خبر و ارزش اقتصادی آن پرداخته است. در گفتار دوم وضعیت

۱. نک: حسینیان، ۱۳۸۰: ۱۳.

۲. نک: فخلعی و علی‌اکبری، ۱۳۹۳: ۹۶/۱۰۵-۱۳۲.

حقوق مالکیت ادبی و هنری آثار خبری رادیو-تلویزیونی، به عنوان مصادیقی از آثار سمعی و بصری مورد بحث قرار گرفته و گفتار نهایی نیز به شمول یا عدم شمول حقوق یادشده بر عکس‌های خبری، اخبار تهیه‌شده از آثار شفاهی و آثار خبری نوشتاری اختصاص یافته است. شایان ذکر است با هدف بهره‌گیری بهتر و ارتقای این مباحث، در بخش‌های مختلف پژوهش، مقررات کشور انگلستان مورد مطالعه تطبیقی قرار گرفته است.

### گفتار یکم، تحلیل مفهوم شناختی پدیده خبر و ارزش اقتصادی آن

#### تعریف خبر

در ادبیات روزنامه‌نگاری، به تعداد افراد متخصص و متصدی در حوزه ارتباطات، گزاره‌های متنوعی از واژه «خبر» ارائه شده است:

لیل اسپنسر<sup>۱</sup> خبر را شامل هر عمل و اندیشه واقعی که برای گروه بسیاری از خوانندگان جالب باشد، معرفی می‌کند.<sup>۲</sup> در تعریفی دیگر آمده است: خبر گزارش واقعیت‌هاست، اما هر واقعیتی را نمی‌توان خبر نامید.<sup>۳</sup>

وی. جی. بلایر<sup>۴</sup> روزنامه‌نگار آمریکایی، خبر را موضوع جاری روز می‌داند که به دلیل جالب بودن و مورد توجه قرار گرفتن از سوی خوانندگان، در مطبوعات منتشر می‌شود.<sup>۵</sup>

اس. مولی<sup>۶</sup> خبر را نقل واقعی و عینی حوادث جاری مهم می‌شناسد که در روزنامه چاپ می‌شود و مورد توجه خوانندگان قرار می‌گیرد.<sup>۷</sup>

خبر چیزی است که روزنامه‌نگاران آن را می‌سازند. این تعریف که تقریباً از سوی بیشتر

۱. Lyle Spenser بنیان‌گذار روزنامه ساینس ریسرچ اسوشیت (science research associates).

۲. نک: نصراللهی، ۱۳۹۵: ۳۴.

۳. نک: شکرخواه، ۱۳۷۴: ۱۵.

4. W.G. Bleyer.

۵. نک: نصراللهی، ۱۳۹۵: ۳۴.

6. S. Mully.

۷. نک: نصراللهی، ۱۳۹۵: ۳۴.

روزنامه‌نگاران پذیرفته شده، متعلق به ویلیام گیبر<sup>۱</sup> است که در سال ۱۹۶۴ ارائه شده است. او از زاویه جامعه‌شناسی تولید خبر به تعریف خبر می‌پردازد و چنان‌که ملاحظه می‌شود، چستی خبر در تعریف گیبر «ساختنی بودن خبر» است.<sup>۲</sup>

خبر گزارش یک رویداد است. آنچه گزارشگر می‌نویسد خبر نامیده می‌شود.<sup>۳</sup>

خبر رویدادی جدید است که جذابیت لازم را برای مخاطبان مورد نظر داشته باشد؛ بنابراین رویدادی که در یک شهر خبر به شمار می‌آید، ممکن است در شهر دیگری، خبر نباشد.<sup>۴</sup>

خبر ماده اولیه روزنامه است. خبر باید فوری و پس از حادثه به جریان افتد، برای عموم جالب و دارای اطلاعات تازه باشد، خنثی نباشد و ادراکات فرهنگی جامعه خاص خود را منعکس کند.<sup>۵</sup>

خبر، گزارشی عینی از واقعیت‌هاست که دارای یک یا چند ارزش خبری<sup>۶</sup> بوده و به احتمال

1. William Gieber.

۲. نک: شکرخواه، ۱۳۷۴: ۱۸.

۳. از این تعریف این نکته استنباط می‌شود که خبر (News) با «اتفاق» یا «رویداد» (Event) فرق دارد. ممکن است آنچه گزارش می‌شود عیناً مانند واقعه‌ای که رخ داده است نباشد و تنها جنبه‌هایی از آن رویداد را منعکس کند. در این تعریف کوشش شده است تا این نکته روشن شود که میان «حقیقت رویداد» و «واقعیت خبر» تفاوت وجود دارد. نگرش شخصی خبرنگار و سازمان خبری و دیگر عوامل، بر تغییر رویداد مخابره‌شده، تأثیرگذار هستند (شکرخواه، ۱۳۹۱: ۱۵-۱۶).

۴. نک: شکرخواه، ۱۳۷۴: ۱۵-۱۶.

5. See: Gans, 1979: 11.

۶. نک: فرقانی، ۱۳۹۵: ۲۶.

۷. ارزش خبری عبارت است از معیارهایی که به‌تنهایی یا گاهی در ترکیب با یکدیگر یک رویداد را می‌سازند و در ماهیت خود رویداد وجود دارند. خصوصیت مهم ارزش‌های خبری این است که افزون بر اینکه خبرنگار را در شناخت و فهم خبر و سوزیایی کمک می‌کنند، در تهیه و تنظیم خبر نیز او را یاری می‌دهند و به‌عنوان معیاری برای ارزیابی رویدادهای روزانه مورد استفاده قرار می‌گیرند (حسینیان راد، ۱۳۷۱: ۱۸). آنچه به خبر هویت می‌دهد ارزش آن است و ارزش، ساختار خبر را تشکیل می‌دهد. ارزش خبر در دل رویدادها قرار دارد نه در شم خبرنگار؛ به‌عبارت‌دیگر هر رویداد در وجود خود دارای یک یا مجموعه‌ای از ارزش‌هاست و همین ارزش‌ها رگه‌های اصلی خبر را تشکیل می‌دهند. ارزش‌های خبری عبارت‌اند از: ۱. در برگیری؛ ۲. شهرت؛ ۳. برخوردها، اختلاف‌ها و تضادهای جسمانی و فکری؛ ←

تأثیر عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی شکل گرفته است.<sup>۱</sup>

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، تعریف خبر در بسیاری از تحقیق‌ها، از جامعیت و مقبولیت جهانی برخوردار نیست. در حقیقت، در این زمینه تردید وجود دارد که بتوان به تعریفی همگانی از آنچه خبر را تشکیل می‌دهد، دست یافت.<sup>۲</sup>

اصطلاح خبر<sup>۳</sup> در قرن چهاردهم و در انگلستان شکل گرفت که در واقع، حالت جمع واژه «New» بود. در قرون وسطی از همان واژه New استفاده می‌شد که معادل آن در فرانسه «nouvelles» و در آلمان «Neues» بود. در زبان‌های مختلف دیگر نیز چنین تحولاتی رخ داد و واژه New به «News» تکامل یافت. امروزه، خبر در انگلستان این‌گونه تعریف می‌شود: «اطلاعات قابل توجه و دریافت‌شده اخیر که به‌ویژه درباره رخدادهای اخیر باشند».<sup>۴</sup>

به نظر می‌رسد گرایش عمومی در خصوص تعریف خبر به سویی است که در آن، خبر یک محصول نهایی و به عمل آمده می‌باشد و از همین زاویه است که این کلیشه قدیمی شکل می‌گیرد، خبر گزارش یک رویداد است و نه خود رویداد، آنچه یک گزارشگر می‌نویسد «خبر» نامیده می‌شود.<sup>۵، ۶</sup>

---

۴- استثناءها و شگفتی‌ها؛ ۵. بزرگی و فراوانی تعداد و مقدار؛ ۶- مجاورت جغرافیایی و معنوی؛ ۷- تازگی و زمان رویدادها (قربانی، ۱۳۹۲: ۲۶-۲۷). برای یک روزنامه‌نگار و خبرنگار، وقایع - و حتا افراد - می‌توانند ویژگی‌هایی داشته باشند که آن‌ها را دارای ارزش انتشار می‌کند. یکی از روش‌هایی که متصدیان تهیه خبر برای تعریف، گزینش و ارائه خبر به کار می‌گیرند، امتیازدهی غیر رسمی بر اساس ارزش‌های خبری است (See: Sterling, 2009: 1002).

روزنامه‌نگاران قواعدی زمینه‌ای دارند که به پرسش «خبر چیست؟» پاسخ‌های لازم را می‌دهد. این قواعد زمینه‌ای را سازمان‌های خبری نمی‌نویسند و ابلاغ نمی‌کنند، این قواعد در عملکرد روزانه و در دانشی که بر اثر تجربه کاری فراهم شده، پدید آمده است. رویکردی علمی‌تر برای درک فرایند انتخاب خبر، تلاش برای شناسایی و تعریف ارزش‌های خبری‌ای است که از آن قواعد زمینه‌ای به دست می‌آید که روزنامه‌نگاران در عمل، خبرها را با آن‌ها گزینش می‌کنند (See: Harcup T & O'Neill D., 2001; 261).

۱. نک: حسینیان راد، ۱۳۷۱: ۱۳.

۲. نک: مولانا، ۱۳۷۱: ۳۷.

3. News.

4. see: "News" OED Online. December 2019. Oxford University Press. accessed December 20, 2019.

5. Mitegell.V. Charnley.

۶. نک: مولانا، ۱۳۷۱: ۳۹.

شاید بهتر باشد خبر را گزارش وقایع بدانیم؛ چه صورت ذهنی داشته باشد و چه صورت عینی.

### کارکردها و ارزش اقتصادی پدیده خبر آن

در رویارویی با پدیده خبر، به عنوان واسطه تبادل آگاهی و اطلاع، حوزه‌های مختلفی قابل بررسی است. در یک نگاه کلی می‌توان این حوزه‌ها را به سه گروه تقسیم کرد:

۱. از نظر شکلی: امروزه فرایند اطلاع‌رسانی در شکل‌های گوناگون و پیچیده‌ای صورت می‌پذیرد. این شکل‌ها خود به دو گروه قابل تقسیم می‌باشند:

الف. اطلاع‌رسانی به معنی مدیریت داده‌ها: در این گونه از فعالیت اطلاع‌رسانی، مبدأ اخبار و اطلاعات است که متکفل سازمان‌دهی و تنظیم اخبار و داده‌ها بوده و با طراحی برنامه‌های مختلف نرم‌افزاری، امکان دسترسی آسان کاربران از مجموعه اطلاعات را فراهم می‌سازند.

ب. اطلاع‌رسانی به معنای اعلام و عرضه اطلاعات و اخبار: در این رویکرد از قالب‌های مختلفی برای عرضه اخبار استفاده می‌شود؛ مانند ساخت فیلم‌هایی که در عین روایت‌گری، عرضه پاره‌ای از اطلاعات و اخبار را بر عهده می‌گیرند یا بهره‌گیری از قالب‌های هنری، نظیر عکس و اسلاید و تصویر<sup>۱</sup>.

۲. از نظر موضوعی: در این راستا، خبر به عنوان یک پدیده پیچیده که در مواردی مصنوع ذهن و خلاقیت بشر است، قابل تحلیل و بررسی می‌باشد. در این بررسی باید ضمن تحلیل خبر، جایگاه آن در عالم ارتباطات و رابطه این پدیده با دیگر نهادهای این حوزه بازکاوی شود. همچنین در این حوزه خبر چه از نظر اعلام و اعلان و چه از نظر آگاهی‌های تولیدشده، قابل مطالعه و ارزیابی است.

۳. از نظر آثار: خبر به معنای اعلام وقوع یا عدم وقوع یک اتفاق، همانند تمام افعالی که از انسان سر می‌زند، مشتمل بر ارکان مادی و معنوی است. رکن مادی خبر، انجام دادن هر کاری است که حدوث یا عدم حدوث پدیده‌ای را برای مخاطبان اعلام کند. این کار می‌تواند به

۱. نک: حسینیان راد، ۱۳۷۱: ۱۴.

روش‌های مختلف صورت پذیرد؛ اما بخش گسترده‌ای از اخبار و اطلاعات، به وسیله کلام اعم از ملفوظ و مکتوب منتشر می‌شود.<sup>۱</sup>

در چرخه اطلاع‌رسانی و گردش اخبار، معمولاً مراحل سه‌گانه‌ای به شرح ذیل صورت می‌پذیرد:

۱. کسب اطلاع درباره موضوع مورد نظر؛

۲. قالب‌سازی متناسب برای مضمون خبر، به منظور ارائه آن به مخاطبان خاص و عام؛

۳. نشر و عرضه خبر.

نکته‌ای شایان توجه این است که در دو مرحله نخست، مضمون از حد «اطلاع» و «یافته» تجاوز نمی‌کند و عنوان خبر نمی‌یابد؛ چراکه خبر جنبه اثباتی و اعلامی یک اطلاع و آگاهی به شمار می‌رود. البته آنچه تولیدگر خبر در دو مرحله پیشین انجام می‌دهد، به دلیل اینکه متضمن صرف نیروی کار انسانی است، دارای مالیت بوده و خود، ارزش اقتصادی دارد. همچنین کاری که در این دو مرحله انجام می‌گیرد به لحاظ «قاعده احترام» محترم و دارای ارزش اقتصادی است و از آن منظر عمل شخص آزاد که بدون قصد تبرع انجام می‌شود ارزش مالی دارد.<sup>۲</sup>

افزون بر این، در این خصوص نظریه «ارزش کار»<sup>۳</sup> قابل ملاحظه است. این نظریه استدلال می‌کند که ارزش اقتصادی یک کالا یا خدمت به وسیله میزان کل کار لازم برای تولید آن تأمین می‌شود.<sup>۴</sup> از این نظریه می‌توان نتیجه گرفت که اگر جامعه کاری را دارای ارزش دانست و در برابر آن پاداش پرداخت، آن کار (اثر فکری) مالیت می‌یابد.<sup>۵</sup> پس افزون بر ارزش اقتصادی خود خبر، مخبر نیز به عنوان کسی که با کار خویش ارزشی به جامعه می‌افزاید، مستحق دریافت منفعت است.<sup>۶</sup>

۱. نک: فخلعی و علی‌اکبری، ۱۳۹۳: ۱۰۸-۱۰۹.

۲. نک: امامی، ۱۳۸۴: ۴۱۲.

3. Labor theory of value.

4. See: Gordon, 1959: 462-472.

۵. نک: حکمت‌نیا، ۱۳۸۶: ۲۲۱-۲۲۲.

6. see: ustin Hughes, The philosophy of Intellectual Property, 1988: 4.



ازاین‌رو، در ارزش‌گذاری اقتصادی نسبت به مرحله سوم (اعلام و اثبات) است که باید ورای توجه به عمل و کار صورت‌گرفته، نگاه را به موضوع خارجی، یعنی خبر معطوف نمود. خبر به‌عنوان اظهار و اعلام یک مضمون قائم به مخبر و فعل اوست و ازاین‌رو ارزش اقتصادی خبر باید از منظر فعل و عمل انسانی مطالعه گردد.

با توجه به آنچه گفته شد، می‌توان گفت خبر در رسانه، قطع‌نظر از عملیاتی که در راستای انتشار آن صورت می‌گیرد، مالیت داشته و ارزشمند است و خرید جراید و مطبوعات که وسیله بیان این اخبار می‌باشد، مؤید این موضوع است. از نظر فقه اسلامی نیز ضوابط مال، بر خبر به‌عنوان يك عمل و کار دارای ارزش و مطلوبیت و منفعت عقلایی، مطابقت داشته و مشمول قواعدی همچون حیازت و احترام به مال مسلمان می‌شود: قاعده «من حاز ملک»<sup>۱</sup> و قاعده «من سبق الی ما لم یسبق الیه مسلم فهم احق به»<sup>۲</sup>. از این‌گونه قواعد فقهی روشن می‌گردد که سرچشمه مالکیت در کار است. البته در قابلیت تسری این قواعد بر اموال غیرمادی (اثر فکری) تردیدهایی وجود داشته است که مختص این بحث نیست و کل اموال فکری را در برمی‌گیرد و پاسخ مقتضی به آن‌ها در دیگر پژوهش‌ها آمده است.<sup>۳</sup>

## گفتار دوم: شمول یا عدم شمول حقوق مالکیت ادبی و هنری بر آثار خبری

### رادیو-تلویزیونی

اشکال و شرایط آفرینش آثار خبری (خبرها، گزارش‌های توصیفی، گزارش‌های تحقیقی، مصاحبه‌ها، مقاله‌ها) و همچنین فنون (مطبوعات، رادیو و تلویزیون ...) و شیوه‌های بیان آن (متن، تصویر، گرافیک)، مختلف‌اند؛ بنابراین طبیعت حقوقی این آثار، با توجه به آنکه در این زمینه، مجموعه کارها، همکاری‌ها و کمک‌های تشکیل‌دهنده این کار، مورد نظر قرار گیرند، تفاوت پیدا می‌کند.

۱. نک: محقق داماد، قواعد فقه، ۱/ ۲۴۹.

۲. نک: مکارم شیرازی، ناصر، القواعد الفقهیه، ۲/ ۱۴۱.

۳. برای مطالعه بیشتر «بررسی فقهی و اقتصادی مالکیت فکری»، سال نهم، بهار ۱۳۸۸، شماره ۳۳: ص ۱۹۲.

در صورتی که کمک‌ها و همکاری‌های متصدیان تولید خبر (درباره مقاله‌ها، عکس‌ها، تصویرهای گرافیک و گزارش‌های خبری) برای تهیه و تولید محتواهای وسایل ارتباط جمعی، ضوابط و شرایط اساسی آفرینش‌های فکری اصیل را داشته باشند، جزء آثار دارای قابلیت برخوردار از حمایت مقررات حقوق مالکیت ادبی و هنری تلقی می‌شوند.<sup>۱</sup> در اینجا لازم است به بررسی تسری حقوق مالکیت فکری نسبت به خبر در قالب آثار سمعی و بصری توجه شود.

### اخبار در قالب آثار سمعی و بصری

از جمله آثاری که ذیل آثار ادبی و هنری قرار می‌گیرد، آثار سمعی و بصری است. در حیطه آثار سمعی و بصری، آثار رادیویی و تلویزیونی قابل تبیین است، چنانچه خبر برای پخش از رادیو یا تلویزیون تولید شده باشد، با فرض دارا بودن ویژگی اصالت، می‌تواند مصداقی از آثار سمعی یا بصری باشد و به تبع در حیطه حقوق مالکیت فکری، ذیل آثار ادبی و هنری قرار گیرد.<sup>۲</sup>

اثر سمعی و بصری، در بند ۳ ماده ۲ قانون حقوق مؤلفان و منصفان و هنرمندان، اثر موسیقی در بند ۴ همان ماده و آثار صوتی در مواد ۳، ۴، ۵ و ۶ قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات و آثار صوتی مورد اشاره قرار گرفته است. ذکر آثار صوتی در قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات و قانون اخیر الذکر به مقتضیات تاریخی زمان تصویب این قانون برمی‌گردد.<sup>۳</sup>

قانون کپی‌رایت ۱۹۱۱ میلادی انگلستان موضوع اصلی حمایت را «اجرای اثر نمایشی» تعیین نموده بود. طبق این قانون، برخوردار از حمایت‌های قانونی وابسته به احراز «اثر نمایشی» بودن است و ضبط آن، حقوق مجزا و حمایت جداگانه‌ای را برای پدیدآورنده اثر نمایشی ایجاد نمی‌نمود و بنا بر ماده ۱-۳۵ قانون یادشده، کارگردان دارنده حقوق فیلم است و تهیه‌کننده و سرمایه‌گذار حقی در اثر نمایشی ندارد. نظام حقوقی انگلستان با قانون کپی‌رایت ۱۹۵۶ میلادی، موضوع حمایت در گستره فیلم را تغییر داد و «ضبط اثر» فارغ از محتوای آن، اعم از اثر نمایشی، فیلم، مستند، رویداد واقعی و ... به عنوان موضوع حمایت

۱. نک: معتمدزاد، ۱۳۸۹: ۳۳۷.

2. See: R. Deazley & K. Patterson, 2007: 6.

۳. نک: آیتی، ۱۳۷۵: ۹۵-۹۶.

تعیین گردید. با قانون کپی‌رایت ۱۹۸۸ میلادی<sup>۱</sup> همه آثار سمعی - بصری اعم از اثر سینمایی، فیلم، تولیدات تلویزیونی و ... بدون نیاز به احراز اصالت و فارغ از محتوا و حامل آن مورد حمایت قرار گرفتند.<sup>۲</sup>

در توجیه این موضوع می‌توان گفت: معمولاً یک اثر رادیویی یا تلویزیونی از جمله خبر، پیش از آنکه از رسانه مربوطه پخش گردد، اجرای آن ضبط می‌گردد تا آن را بتوان در آینده بارها به وسیله رسانه پخش نمود. این یک گونه تکثیر اثر از طریق مکانیکی است که به صاحب اثر امکان می‌دهد تا از حق بهره‌برداری خود استفاده کند. در این خصوص، ایستگاه فرستنده خبر ناچار است موافقت صاحب اثر را برای تجدید تولید اثرش به وسیله دستگاه ضبط کسب نماید و در مقابل، مبلغی به وی بپردازد. این حق بهره‌برداری صاحب اثر از اثرش به صورت نمایش یا تکثیر، شامل پخش رادیویی یا تلویزیونی خبر نیز می‌شود.<sup>۳</sup>

از طرفی دیگر، می‌توان اخبار رادیویی و تلویزیونی را در قالب «اثر جمعی» تبیین نمود؛ زیرا خلق این آثار ضرورتاً توسط افراد متعدد صورت می‌گیرد. با این توضیح که تهیه یک اثر توسط گروهی از افراد به اشکال گوناگون انجام می‌شود. گاهی همکاری افراد همراه با مشورت و هم‌فکری یکدیگر است، در این صورت اثر را مشترک می‌نامند. گاهی همکاری افراد تحت مدیریت شخصی حقیقی و یا حقوقی انجام می‌گیرد، در این حالت اثر را جمعی می‌نامند.<sup>۴</sup>

سازمانی که تحت عنوان سازمان یا نهاد خبرگزاری عمل می‌کند، خبر تولیدشده تحت مدیریت یک شخص حقوقی پدید آمده است که شخص یادشده، نسبت به مجموع این اخبار، عنوان صاحب اثر را داراست. البته اشخاص حقیقی هم که در آفرینش این خبر نقش داشته‌اند، به تناسب سهمشان در تولید و نشر خبر، صاحب حق شناخته می‌شوند.<sup>۵</sup>

1. Copyright, Designs and Patents Act 1988.

2. See: Fenzel, 2007: 547.

۳. نک: آیتی، ۱۳۷۵: ۹۶.

۴. نک: محمدزاده وادقانی، ۱۳۸۷: ۳۲۵-۳۳۸.

۵. نک: عرفان منش و معین اسلام، ۱۳۹۳: ۲۱۰.

در حقوق انگلستان در فصل یکم قانون کپی‌رایت، مصوب ۱۹۸۸ آثار مورد حمایت نام برده شده است. ماده ۱ این قانون چنین بیان می‌دارد: کپی‌رایت حق مالکانه‌ای است که در خصوص آثار زیر اعمال می‌گردد:

۱. آثار ادبی، هنری، موسیقایی، نمایشی؛

۲. صداها ضبط‌شده، فیلم‌ها، برنامه‌های رادیو و تلویزیون و ...

همان‌گونه که نمایان است، آثار سینمایی و همه برنامه‌های رادیو و تلویزیون در حقوق انگلستان، به روشنی مورد حمایت قانون قرار گرفته‌اند. همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، این قانون، احراز اصالت اثر را برای حمایت لازم ندانسته و همه این آثار را فارغ از محتوا و حامل آن مورد حمایت قرار داده است.

قوانین کپی‌رایت برخی از کشورها از جمله انگلیس، به جای تعریف فراگیر و گسترده از اثر هنری، انواع آثار هنری را در دسته‌بندی‌های مشخصی محدود ساخته‌اند. همان‌طور که از متن قانون بالا آشکار است، لیست قانون انگلستان محدود است. قوانین فعلی کپی‌رایت کشورها هنر را در مفهوم سنتی خود و بر اساس واسطه ارائه و حامل عرضه آن، دسته‌بندی می‌کنند. از این روی، بسیاری از آثار هنری نوین را نمی‌توان به آسانی در دسته‌های یادشده قرار داد. گرچه این دسته‌بندی‌ها به مرور در بازنگری‌های متعدد قانون و در دوره‌های مختلف تاریخی تکمیل شده‌اند و همچنین، با ارائه تفسیر موسع از مفهوم اقسام آثار هنری مصرح در قانون توسط دادگاه‌ها تا حدودی دست قضاات نسبت به تعیین مرزهای اثر هنری در چهارچوب قانون باز شده است، اما تحول سریع‌تر مفهومی و مصداقی اجتماعی هنر در مقایسه با تحولات قانونی در دوره‌های گوناگون، همواره دادگاه‌ها را با این مشکل عملی مواجه ساخته است که نسبت به امکان‌سنجی حمایت قانونی از هر اثر هنری جدید، مجبور به بررسی این امر باشند که آیا اثر مزبور در دسته‌بندی‌های موجود در قانون می‌گنجد یا خیر؟<sup>۱</sup> در خصوص آثار خبری نیز باید این امر بررسی گردد که آیا می‌توان اخبار را در قالب آثار سمعی-بصری مورد حمایت در

1. See: Barron, 2002: 380.

دسته‌بندی‌های ارائه شده گنجانند و مورد حمایت قرار داد؟ از آنجا که همه برنامه‌های رادیو و تلویزیون در قانون انگلستان فارغ از نوع آن مورد حمایت قرار گرفته‌اند پس به نظر می‌رسد که بتوان اخبار را نیز مورد حمایت قرار داد.

### حمایت قانونی از شیوه بیان خبر

با توجه به مطالب بیان شده، این مسئله مطرح می‌شود که چه بخشی از اخبار یا مراحل تدوین خبر، مشمول حمایت آثار ادبی و هنری قرار می‌گیرند؟ در آغاز ذکر این نکته لازم است که اشخاص نسبت به واقعیت‌هایی که کشف می‌کنند حق انحصاری ندارند و نمی‌توانند دیگران را از استناد به آن واقعیت‌ها و استفاده از آن‌ها منع کنند، لیکن نسبت به شیوه بیان واقعیت می‌توانند ادعای اصالت کنند و از حمایت برخوردار شوند<sup>۱</sup> با این تفسیر، خود اخبار شبکه‌های رادیویی یا تلویزیونی را نمی‌توان مشمول حمایت قرار داد؛ زیرا این اخبار، وقایع را یافته و اعلان می‌کند. بند ۸ ماده ۲ کنوانسیون برن این نکته را تأیید نموده است: «حمایت این کنوانسیون، اخبار روز و دیگر وقایعی را که دست کم تنها برای اطلاع‌رسانی مطبوعات است، در بر نمی‌گیرد.»<sup>۲</sup>

اتحادیه رادیو و تلویزیون آسیا و اقیانوسیه نیز در تأیید این نظر بیان داشته است: «حمایت‌های کپی‌رایت شامل واقعیت‌ها نمی‌شود. هیچ‌کس نمی‌تواند درباره واقعیت‌ها مدعی حقی شود. شخصی که واقعیت‌ها را کشف می‌کند، ایجادکننده آن‌ها نیست. واقعیت‌ها را تنها می‌توان کشف و ضبط کرد نه خلق. از این گذشته، واقعیت‌ها به‌خودی‌خود شرایط آثار ادبی و هنری را ندارند، لیکن شیوه بیان واقعیت‌ها ممکن است از حمایت‌های حقوق مؤلف برخوردار باشد.»<sup>۳</sup> با این وصف، ایستگاه‌های خبری نمی‌توانند در خصوص پخش خبر مدعی حق انحصاری شوند، ولی این بدین معنا نیست که ایستگاه‌های پخش می‌توانند گزارش‌های خبری دیگر ایستگاه‌ها را به‌رایگان پخش کنند؛ زیرا برخلاف موضوع خبر، «شیوه بیان اخبار» مورد

۱. نک: انصاری، ۱۳۹۴: ۱۸۰.

۲. نک: انصاری، ۱۳۹۴: ۱۸۱.

۳. نک: انصاری، ۱۳۸۶: ۱۱۷-۱۱۸.

حمایت قواعد کپی‌رایت قرار دارد. این قواعد از نحوه بیان گزارش خبری، شیوه گزارش آن، سبک و طرز بیان واقعیت‌ها حمایت می‌کند. به عبارتی دیگر، کپی‌رایت از شیوه بیان گزارش خبری و نه خود گزارش حمایت می‌کند؛ بنابراین هیچ‌یک از سازمان‌های پخش نمی‌توانند از فیلم‌های خبری ایستگاه‌های دیگر به‌رایگان استفاده کنند. استثنایی که در این باره وجود دارد، استفاده از یک گزارش خبری در قالب استفاده منصفانه، به‌منظور گزارش رویدادهای خبری است.<sup>۱</sup>

گفتنی است که استفاده منصفانه یا آنچه در حقوق انگلستان «Fair Dealing» نامیده می‌شود، یکی از استثنائات کلی به کپی‌رایت است. این قاعده از قاعده «fair use» در حقوق آمریکا محدودتر است و از مواد ۲۹ و ۳۰ قانون کپی‌رایت ۱۹۸۸ نشئت گرفته است و بیان می‌دارد نقض کپی‌رایت برای استفاده غیر تجاری، علمی و تحقیقاتی، نقد و بررسی و یا گزارش وقایع روز، استثنائاً مانعی نداشته و البته نقض‌کننده باید بتواند منصفانه بودن استفاده‌اش را اثبات کند.<sup>۲</sup>

شیوه بیان خبر را می‌توان در قالب حقوق مجریان مورد حمایت قرار داد. حقوق مجریان در کنوانسیون‌های بین‌المللی مورد تصریح قرار گرفته، اما در حقوق ایران ماده مستقلی به آن اختصاص داده نشده است. طبق ماده ۷ کنوانسیون رم،<sup>۳</sup> هنرمند مجری امکان مخالفت و جلوگیری از پخش رادیویی و به اطلاع عموم رسانیدن اجراهایش را بدون رضایتش دارد، مگر اینکه اجرا در پخش رادیویی مورد استفاده قرار گرفته یا اطلاع‌رسانی به عموم، خود پیش از این یک اجرای پخش شده بوده یا از تثبیت ساخته شده باشد و همچنین از امکان مخالفت یا جلوگیری از تثبیت بدون اجازه از اجراهای تثبیت‌نشده‌اش یا تکثیر تثبیت اجراهای تثبیت‌شده‌اش بهره‌مند است. حقوق معنوی هنرمندان مجری در ماده ۵ معاهده وایپو<sup>۴</sup> مورد اشاره قرار گرفته است. مطابق این ماده، هنرمند مجری حق دارد تا ادعا کند که به‌عنوان اجراکننده اجرایش معرفی شود، به‌جز جایی که حذف نام به دلیل شیوه استفاده از اجرا تحمیل

۱. نک: انصاری، ۱۳۸۶: ۱۱۷-۱۱۸.

2. See: <https://www.gov.uk/guidance/exceptions-to-copyright>.

3. The Rome Convention for the Protection of Performers, Producers of Phonograms and Broadcasting Organisations, 1961.

4. WIPO copyright treaty (WCT) 1996.

می‌شود و همچنین حق دارد به هرگونه تحریف، تغییر شکل یا اصلاح اجراهایش که به شهرت وی لطمه می‌زند، اعتراض کند. ماده ۶ این معاهده برای هنرمند مجری حق تجویز تثبیت اجرای تثبیت‌نشده‌اش و همچنین حق تجویز پخش رادیو - تلویزیونی و ارسال عمومی اجرا را قائل شده است، به‌جز جایی که اجرا قبلاً از طریق رادیو - تلویزیون پخش شده باشد. ماده ۷ از حق تکثیر و ماده ۸ نیز از حق در دسترس عموم قرار دادن نسخه اصلی یا کپی اجرای تثبیت‌شده؛ و ماده ۳ از حق اجاره تجاری نسخه اصلی یا کپی اجراهای تثبیت‌شده به عموم، سخن به میان آورده است.<sup>۱</sup>

هم‌اکنون در حقوق ایران، در هیچ‌کدام از قوانین به‌صراحت از حقوق مجریان حمایت نشده است. تنها قانونی که اکنون در نظام حقوقی ایران از عبارت حقوق مرتبط نام برده، قانون تجارت الکترونیک مصوب ۱۳۸۲ است. در این قانون در ماده ۶۱ و تبصره آن، تنها به ذکر تعریف این قسم از حقوق اکتفا شده است و اشخاص تحت حمایت آن، از جمله هنرمندان مجری تنها و برای نخستین بار معرفی شده‌اند که اگرچه این اقدام نیز بسیار شایان توجه است، اما متأسفانه این اشخاص به قانون حمایت و قانون ترجمه و تکثیر ارجاع داده شده‌اند، حال آنکه همان‌طور که گفته شد این دو قانون مقررات مشخصی درباره این اشخاص ندارند. خوشبختانه در لایحه جامع حقوق مالکیت ادبی - هنری و حقوق مرتبط که توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تهیه شده، این خلأ مرتفع و برای نخستین بار به این اشخاص پرداخته شده است. در این لایحه، اجراکننده در بند ۱۶ ماده ۱ این‌گونه تعریف شده است: «فردی که آواز یا سرود می‌خواند، می‌نوازد، هنرپیشگی، سخنرانی، دکلمه یا بازیگری می‌کند یا به هر ترتیب دیگری نموده‌ای فرهنگ عامه، عملیات سیرک بازی و خیمه‌شب‌بازی و دیگر آثار ادبی - هنری را اجرا می‌کند، اعم از اینکه آثار یادشده در حوزه عمومی باشند یا نباشند. این تعریف شامل مجریان نقش‌های فرعی کم‌اهمیت نظیر سپاهی لشکر نمی‌شود.»<sup>۲</sup>

۱. نک: کلمبه، ۱۳۸۹: ۲۱۱.

۲. نک: آزادیگی، ۱۳۹۲: ۶۸.

## گفتار سوم: حقوق مالکیت فکری حاکم بر عکس‌های خبری، اخبار تهیه‌شده از آثار شفاهی و آثار خبری نوشتاری

### عکس‌های خبری

اثر عکاسی که در قالبی ابتکاری و هنری پدید آمده باشد، مورد حمایت قانون (بند ۸ ماده ۲ قانون حمایت از مؤلفان، مصنفان و هنرمندان) است. در عمل، اثر عکاسی اصیل و ابتکاری در حقوق ایران در ردیف کارهای هنری قرار گرفته است. بر این اساس، برای اینکه عکس خبری مشمول آثار هنری و ادبی و به تبع مورد حمایت قانون قرار گیرد باید ویژگی‌های ابتکاری و هنری را دارا باشد.

در انگلستان اصولاً حق کپی‌رایت متعلق به کسی است که اثر را خلق می‌کند. در خصوص عکاسی باید گفت صاحب اثر عکاس است؛ یعنی کسی که عکس را گرفته مالک نگاتیو و صاحب اثر به شمار می‌آید؛ مگر اینکه قراردادی در بین باشد که خلاف این امر را شرط کرده و عکاس نیز آن را امضا نموده باشد.<sup>۱</sup>

در نظام حقوقی این کشور، هنگامی که یک اثر عکاسی در نتیجه سفارش پدید می‌آید، مالکیت فیلم یا نگاتیو و حق تکثیر آن به سفارش‌دهنده منتقل نمی‌گردد. در این حالت، عکاس مالک نگاتیو بوده و می‌تواند آن را نزد خود نگه دارد و سفارش‌دهنده نمی‌تواند تعداد بیشتری از آن را چاپ کند، مگر اینکه به موجب قرارداد خلاف آن ذکر شده باشد؛<sup>۲</sup> اما اگر عکاس به استخدام کسی درآمده باشد و عکاسی جزئی از کار روزانه او به شمار آید، آنگاه مالکیت آثار خلق‌شده متعلق به استخدام‌کننده (کارفرما) خواهد بود، مگر اینکه در قرارداد میان عکاس و کارفرما طور دیگری توافق شده باشد.

بنابراین، می‌توان گفت در انگلستان روزنامه‌نگار یا عکاس خبری که در استخدام خبرگزاری است و برای تولید خبر، عکس تهیه می‌نماید، مالک آثار خلق‌شده به شمار نمی‌آید و حقوق

1. See: Ged doonan, 2008: 9.

2. See: T.A blanco, 1986: 20



مطالعه تطبیقی تسری حقوق مالکیت ادبی و هنری ... / مقدماتی و دیگران ۲۸۳

این آثار متعلق به کارفرما (خبرگزاری) خواهد بود؛<sup>۱</sup> بنابراین در حقوق این کشور برخلاف حقوق ایران، عکس‌های خبری به‌رحال مورد حمایت قانون کپی‌رایت قرار دارند و نیازی به اثبات اصالت یا هنری بودن آن‌ها نیست.

### اخبار تهیه‌شده از آثار شفاهی

گاهی اخبار تهیه‌شده، از روی آثار شفاهی مانند کنفرانس‌ها، مصاحبه‌ها، خطابه‌ها و سخنرانی‌ها و ... است. در قوانین ایران در خصوص حمایت از این قبیل آثار حکمی بیان نشده است، اما شاید بتوان با تکیه بر مدلول ماده ۱ قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان که بر هر آفرینشی صرف‌نظر از روش بیان یا ظهور و یا ایجاد «اثر» اطلاق می‌گردد، این آثار را مشمول حمایت تلقی نمود؛ بدین صورت که اگر سخنرانی سخنران، از طریق ادوات الکترونیک ضبط و پخش شود، مصداق بند ۳ ماده ۲ قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان بوده و اگر در قالب جزوه و نوشته باشد، مصداق بند ۱ ماده یادشده خواهد بود.

در این زمینه، این پرسش مطرح است که صاحب اثر و به‌تبع آن صاحب حق مالکیت فکری، در این خصوص چه شخصی است؟

در پاسخ به این پرسش می‌توان گفت که هرچند تهیه‌کننده مصاحبه از سوی خبرنگار یا گزارشگر، به‌طور کلی یک کار هنری و متعلق به مصاحبه‌کننده تلقی می‌شود، ولی این نکته را نباید از یاد برد که گاهی مصاحبه‌شونده برای انجام مصاحبه - به‌ویژه مصاحبه‌های علمی که با اعلام قبلی صورت می‌گیرد - زمانی را صرف مطالعه و پژوهش و تهیه مطلب می‌کند که به‌موجب قاعده فقهی «احترام مال و عمل مسلمان»<sup>۲</sup> فعالیت وی باید محترم شمرده شود و مالکیت وی بر مطالبی که هنگام مصاحبه بیان می‌کند، مورد حمایت قرار گیرد.<sup>۳</sup>

قاعده کلی که متخصصان مالکیت فکری بر آن پافشاری می‌کنند این است که «هر چیزی

1. See: T.A blanco, 1986: 5.

۲. نک: طباطبایی یزدی، ۱۳۴۲: ۵ / ۱۴۶.

۳. نک: حیدری، ۱۳۸۶: ۱۷۸.

که ارزش کپی برداری داشته باشد، ارزش حمایت نیز دارد).<sup>۱</sup> از این رو، چنانچه مصاحبه‌های علمی یا خبری یک «اثر ادبی، هنری و علمی» به شمار روند یا در قالب برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی تهیه شوند، مالکیت معنوی آن‌ها مورد حمایت قرار می‌گیرد و به مصاحبه‌شونده این حق را می‌دهد که مصاحبه با نام او و منتسب به او باشد.

در انجام یک مصاحبه، افراد دیگری از جمله خبرنگار، مصاحبه‌کننده، فیلم‌بردار، صدابردار و ... نیز دخالت دارند. دو شرط خلاقیت و اصالت در باره شخصی که سخنانی را در مصاحبه بیان می‌کند، مورد تردید نیست، اما اینکه، دیگر اشخاص نیز آیا از حق مؤلف برخوردار هستند و این حق به صورت اشتراکی است یا مستقل، بستگی به قرارداد فی مابین و نیز احراز شرایط مندرج در قانون حمایت حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ دارد.<sup>۲</sup>

بنابراین، در صورتی که تمام اثر شفاهی بدون اجازه صاحب موضوع به هر نحوی منتشر گردد، با حقوق مادی و معنوی گوینده آن مغایرت دارد؛ ولی چنانچه بخشی از سخنان برای اطلاع‌رسانی عمومی در مطبوعات مورد استفاده قرار گیرد، بی‌اشکال است و شخصی که خبر را تهیه نموده به نوعی صاحب اثر به شمار می‌آید. همچنین هرگاه خبرنگار از وقوع حادثه‌ای خبر تهیه کرده باشد، تهیه خبر ارزشمند است نه حادثه‌ای که رخ داده است. در نتیجه، در مواردی که بتوان سخنان شخصی را که به عنوان مصاحبه‌شونده انتخاب می‌شود در قالب خطابه یا اثر تلقی نمود، خبری که از مصاحبه تهیه شده، دارای ارزش مادی و معنوی خواهد بود نه سخنان شخص یادشده.<sup>۳</sup>

حق مادی برآمده از مالکیت فکری نیز افزون بر اینکه به مصاحبه‌شونده حق فروش محتوای مصاحبه را می‌دهد، این حق را به وی می‌دهد تا از کپی برداری مصاحبه که در یک نوار، سی دی، دی وی دی و ... ضبط شده جلوگیری نماید. همچنین می‌تواند حق خود را در قالب یک قرارداد یا شرط ضمنی به دیگری منتقل کند.<sup>۴</sup>

۱. نک: جاکوب، ۱۳۸۶: ۲۲۴.

۲. نک: حیدری، ۱۳۸۶: ۱۸۰.

۳. نک: آیتی، ۱۳۷۵: ۱۰۶.

۴. نک: حیدری، ۱۳۸۶: ۱۷۹.

در حقوق انگلستان نیز صحبتی که ضبط شده به گوینده آن تعلق دارد، حتا اگر مصاحبه پخش شده باشد. البته هنگامی که کسی با مصاحبه موافقت می‌کند، در حقیقت به‌طور ضمنی با ضبط و انتشار گفته‌هایش نیز موافقت کرده است؛ اما اگر رضایت خود را اعلام نکرده باشد، ممکن است نقض قانون کپی‌رایت به شمار رود.<sup>۱</sup> حتا قانون کپی‌رایت طراحی و ثبت اختراع انگلستان، مصوب ۱۹۸۸، حق انتشار سخنرانی و مصاحبه را به محض ضبط شدن سخنان به مالک آن که در بیشتر موارد گوینده سخنان است، انتقال می‌دهد.<sup>۲</sup> در رویه قضایی آن کشور نیز در مواردی که برای نمونه، سیاستمداری در یک میهمانی سخنانی ایراد کرده است و این سخنان را روزنامه‌نگاری ضبط کرده و سپس کلمه به کلمه در روزنامه چاپ کرده است، حق مؤلف شناخته است.<sup>۳</sup>

#### آثار خبری در قالب آثار نوشتاری

در میان پدیدآورندگانی که برای خلق آثار استخدام می‌شوند، روزنامه‌نگاران قرار دارند که دارای وضعیت حقوقی خاصی هستند. روزنامه‌نگاران، بیش‌ترین نقش را در تهیه و انتشار مطالب رسانه‌ها دارند. منظور از روزنامه‌نگار، شخصی است که به‌طور حرفه‌ای به تهیه و پردازش اطلاعات برای رسانه‌ها مبادرت می‌کند؛ بنابراین نویسنده مطبوعاتی، خبرنگار و گزارشگر نیز روزنامه‌نگار به شمار می‌آیند.<sup>۴</sup> در این خصوص، مقررات ایران نسبت به حق مؤلف ساکت است. روزنامه‌نگاران را از حیث نوع وابستگی رسانه‌ای می‌توان به دو دسته تقسیم کرد:

۱. روزنامه‌نگارانی که برای رسانه خاص فعالیت می‌کنند و وابسته به آن رسانه هستند و از این رو، اطلاعات و محصول کار خود را تنها در اختیار آن رسانه قرار می‌دهند؛
۲. روزنامه‌نگارانی که بدون داشتن وابستگی به یک رسانه خاص، یعنی به‌طور مستقل

۱. نک: آدامز و هیگس، ۱۳۸۵: ۲۵۳.

۲. نک: کری و ساندرز، ۱۳۸۶: ۱۰۵.

۳. نک: کری و ساندرز، ۱۳۸۶: ۱۵۴.

۴. نک: انصاری، ۱۳۹۴: ۱۰۱.

فعالیت می‌کنند و اطلاعات خود را در اختیار رسانه دلخواه خود قرار می‌دهند.<sup>۱</sup>

مقرراتی که در نظام حقوقی ایران درباره روزنامه‌نگاری وجود دارد تنها روزنامه‌نگاری دسته نخست را پذیرفته است. ماده ۱ آیین‌نامه نویسندگان مطبوعاتی و خبرنگاران مصوب هیئت‌وزیران ۱۳۵۴، با تمایز قائل شدن میان «نویسندگان مطبوعاتی» و «خبرنگاران» می‌گوید: «نویسنده مطبوعاتی شخصی است که به‌طور حرفه‌ای به کار نویسندگی یا ترجمه در روزنامه یا مجلات مشغول و دارای پروانه از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باشد.»

ماده ۲ نیز خبرنگار را نماینده روزنامه، مجله، خبرگزاری یا مؤسسه‌ای دانسته که به‌موجب پروانه صادره از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به این سمت شناخته شده است و ماده ۳ آیین‌نامه یادشده انواع مختلف خبرنگار را سه دسته می‌داند که عبارت‌اند از:

الف. خبرنگار سیاسی؛

ب. خبرنگار امور اجتماعی (اقتصادی، قضایی، جنایی، هنری، فرهنگی، آموزشی، ادبی، ورزشی و غیره)؛

ج. خبرنگار عکاس که به کار عکس‌برداری یا فیلم‌برداری اشتغال خواهد داشت.

در این آیین‌نامه سخنی از اختیارات روزنامه‌نگاران به میان نیامده، ولی تکالیفی برای روزنامه‌نگاران پیش‌بینی شده است. به‌موجب ماده ۱۴ این آیین‌نامه، خبرنگار مکلف است «اطلاعات صحیحی در اختیار مؤسسه یا خبرگزاری خود قرار دهد و هنگام شرکت در مراسم، پروانه خبرنگاری خود را همراه داشته باشد و نمی‌تواند به‌جز در محدوده رشته خود که در پروانه خبرنگاری منعکس شده است، فعالیت کند.»

در خصوص شکل دوم خبرنگاران به نظر می‌رسد در حقوق ایران، با توجه به مقررات قانون کار از جمله مواد ۱ تا ۴ و نیز ماده ۱۸۸ این قانون، اگر کارمندان یک روزنامه تابع مقررات استخدام کشوری یا دیگر قوانین و مقررات استخدامی خاص نباشند، مشمول مقررات قانون

کار خواهند بود و از سوی دیگر، چون هدف از به‌کارگیری روزنامه‌نگاران تولید آثار ادبی و هنری یا نرم‌افزاری یا پایگاه داده است، حقوق مادی متعلق به روزنامه و حقوق معنوی متعلق به روزنامه‌نگار خواهد بود و طبیعتاً روزنامه‌نگار حق آثار خود و انتشار آن‌ها را خواهد داشت. با این حال، با توجه به تبصره ماده ۹ قانون کار که اصل را بر صحت قراردادهای کار دانسته، تردیدی وجود ندارد که روزنامه‌نگار می‌تواند حق خود را در این خصوص به روزنامه (کارفرما) واگذار کند. همچنین با توجه به بند ۷ از ماده ۵ قانون حمایت از حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان سال ۱۳۴۸، تنها روزنامه‌نگار به‌عنوان پدیدآورنده می‌تواند مقالات و گزارش‌های خود را در یک مجموعه یا جنگ چاپ و منتشر کند.<sup>۱</sup>

در حقوق انگلستان به‌منظور حفظ حقوق آثار روزنامه‌نگاران، سازمانی با نام سازمان لیسانس روزنامه‌ها (NLA)<sup>۲</sup> ایجاد گردیده است. این سازمان با اعطای مجوز، این امکان را به افراد می‌دهد تا مطالب روزنامه‌ها را کپی نمایند و از تاریخ تأسیس این سازمان به بعد، هر ارگان یا شرکت یا سازمانی که بخواهد مطالب موجود در روزنامه‌ها را کپی نماید باید از این سازمان مجوز دریافت کند.<sup>۳</sup>

این سازمان در سال ۱۹۹۶ در انگلستان به‌منظور تسهیل نشر اخبار تأسیس گردید. این سازمان، غیر انتفاعی است. در انگلستان روزانه هزاران پوند برای تولید و نشر اخبار جدید و جذاب هزینه می‌شود؛ بنابراین وجود سازمانی به‌منظور حفظ حقوق تولیدکنندگان اخبار لازم بود؛ زیرا با اینکه قانون کپی‌رایت انگلستان از محتویات روزنامه‌ها حمایت می‌کند، اما اجرایی شدن این حمایت وجود سازمانی مستقل را می‌طلبید؛ و اما پرسش بسیار مهمی که مطرح می‌شود این است که کدام آثار روزنامه‌ها مورد حمایت NLA قرار می‌گیرند؟ به‌منظور رفع ابهام یک آزمون دومرحله‌ای ایجاد شده است:

۱. آیا سازمانی که قصد کپی محتویات روزنامه را دارد می‌خواهد از این محتویات برای تولید آثار خود استفاده کند؟

۱. نک: زرکلام، ۱۳۹۴: ۹۴.

2. newspaper Licensing Agency.

3. See: corpecomms magazin, 2002: 3-4.

۲. آیا سازمانی که قصد کپی محتویات روزنامه را دارد می‌خواهد این اخبار را در قالب بسته‌هایی جمع‌آوری کرده و به مخاطبان خاصی ارائه دهد؟

اگر پاسخ به هر یک از این دو پرسش مثبت باشد پس برای کپی کردن آثار روزنامه‌ها نیاز به اخذ مجوز خواهد بود؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که در حقوق انگلستان برخلاف حقوق ایران، به‌صراحت از حقوق روزنامه‌نگاران حمایت شده است و تحت قانون کپی‌رایت هر اثری که خلق کنند مورد حمایت قرار خواهد گرفت.<sup>۱</sup>

یک اثر فکری، همچنان که جزئی از مجموعه وسیع آثار تشکیل‌دهنده روزنامه شناخته می‌شود، با توجه به شرایط و اشکال آفرینندگی آن، ممکن است جزء آثار جمعی نیز تلقی گردد. کار تهیه گزارش خبری تحقیقی که معمولاً با مشارکت دو یا چند روزنامه‌نگار صورت می‌گیرد و همچنین تدارک برخی از مصاحبه‌های خبری که با کمک مشترک روزنامه‌نگاران انجام می‌شود، می‌تواند جزء آثار مبتنی بر همکاری چند روزنامه‌نگار شناخته گردد. بعضی فعالیت‌های همکاری دیگر، مانند تکمیل و تجمیع چند اثر پراکنده قبلی (ترجمه‌ها، تلخیص‌ها و جمع‌آوری‌ها) نیز ممکن است به ایجاد آثار فکری مشترک، بینجامد.<sup>۲</sup>

به‌طور کلی، روزنامه‌نگارانی که به فعالیت در تدارک و تهیه اخبار جاری روز اشتغال دارند و به این منظور، بیشتر به‌طور جمعی از دستوره‌های تحریریه‌ای واحدی تبعیت می‌نمایند و به ایجاد یک مجموعه خبری وسیع کمک می‌کنند، باید از حقوق مؤلف مربوط به آن برخوردار شوند. در چنین مواردی، یک روزنامه‌نگار به‌تنهایی نمی‌تواند حقوق آفرینندگی خویش در مجموع کارها و فعالیت‌های مشترک را اعمال کند و برای جبران آن، معمولاً می‌تواند از برخی نشانه‌ها و یادآوری‌های خاص که معرف همکاری او هستند، استفاده نماید. در این زمینه، یک گزارش خبری که یک یا چند روزنامه‌نگار آن را تهیه و تنظیم می‌کنند، معمولاً از سوی دبیر سرویس خبری یا سردبیر نیز مورد بازبینی و تجدیدنظر قرار می‌گیرد و بنابراین ممکن است ضرورت اشاره به همکاری آن‌ها درباره این گزارش نیز مطرح گردد و به‌طور کلی،

1. See: Keiyana Fordham, 2010: 946.

۲. نک: عرفان منش و معین اسلام، ۱۳۹۳: ۲۱۰.

وضعیتی ایجاد شود که اثر فکری فردی، به اثری جمعی (مبتنی بر کار مشترک و ترکیبی) تبدیل گردد و بر اثر آن، تعیین سهم مشارکت همکاران مختلف در آفرینش اثر، با دشواری روبه‌رو شود.<sup>۱</sup>

در این باره، مبنای پیش‌نویس قانون سازمان نظام رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در خصوص فعالیت فکری روزنامه‌نگاران قابل ملاحظه است. به‌موجب بند ۳ ماده ۲ این پیش‌نویس «روزنامه‌نگار حرفه‌ای کسی است که شغل اصلی او، فعالیت فکری و تولید هرگونه محتوای نوشتاری، شنیداری و دیداری و ارائه اخبار و وقایع جاری و تحلیل و تفسیر آن‌ها در رسانه است. همه روزنامه‌نگاران صرف‌نظر از نوع و مالکیت رسانه‌ای که در آن شاغل‌اند، مشمول مفاد این قانون هستند». در این ماده «فعالیت فکری و تولید هرگونه محتوای نوشتاری، شنیداری و دیداری و ارائه اخبار و وقایع جاری و تحلیل و تفسیر آن‌ها در رسانه» را شغل اصلی روزنامه‌نگار بیان نموده است که به استناد ماده ۳ پیش‌نویس، از جمله اهداف سازمان نظام رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران، حمایت از این «فعالیت فکری» است. از طرفی دیگر، در جریان دسترسی به اخبار و اطلاعات و تولید و انتشار، «حق بهره‌مندی از مالکیت معنوی در تولیدات رسانه‌ای» به‌عنوان یکی از حقوق روزنامه‌نگارانی که مطابق مفاد پیش‌نویس مذکور عضو سازمان نظام رسانه‌ای شده‌اند، مورد شناسایی قرار گرفته که خود دلیلی روشن بر اثبات مالکیت معنوی تولیدات خبری است.

در نظام حقوقی انگلستان نیز این دیدگاه پذیرفته شده است؛ به‌طوری‌که بر اساس بخش (۴) ۳۵ قانون کپی‌رایت، هیچ‌یک از دست‌اندرکاران تولید یک محتوای خبری که در روزنامه انتشار می‌یابد به شرط اینکه همگی در استخدام ناشر باشند، صاحب حق کپی‌رایت برشمرده نمی‌شوند، بلکه تنها ناشر است که صاحب حق این اثر مشترک<sup>۲</sup> به‌شمار می‌آید.<sup>۱</sup>

۱. نک: اسدی، ۱۳۹۴: ۹۵.

۲. تفاوت اثر مشترک و جمعی: تهیه یک اثر توسط گروهی از افراد به اشکال گوناگون انجام می‌شود. گاهی همکاری افراد همراه با مشورت و همفکری یکدیگر است، در این صورت اثر را مشترک می‌نامند. گاهی همکاری افراد تحت مدیریت شخصی حقیقی و یا حقوقی انجام می‌گیرد، در این حالت اثر را جمعی می‌نامند (نک: محمدزاده و ارقانی، ۱۳۸۷: ۳۲۵-۳۳۸).

## نتیجه‌گیری

خبر به‌عنوان یک پدیده در مواردی مصنوع ذهن و خلاقیت بشر بوده است و فارغ از عملیاتی که در راستای نشر آن صورت می‌گیرد، دارای ارزش اقتصادی است؛ بنابراین چنانچه مجموع عملیاتی که به‌منظور تهیه و آماده‌سازی خبر تا پیش از مرحله اعلام و انتشار و عرضه صورت می‌گیرد، مشتمل بر فعالیت‌های فیزیکی باشد، می‌تواند تحت حمایت قانون کار قرار گیرد و اگر مجموع اقدامات از جنس کارشناسی نظری و فکری باشد، خبر را در زمره آثار فکری قرار می‌دهد. از این روی، می‌توان بخش اعظم اخباری را که به‌صورت حرفه‌ای و تخصصی در خبرگزاری‌ها و مؤسسات و بنگاه‌های اطلاع‌رسانی تهیه می‌گردد مشمول حاکمیت حقوق مالکیت ادبی و هنری دانست؛ زیرا مطابق ماده ۲ قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان، عبارت «هرگونه اثر مبتکرانه ترکیبی» عنوان وسیعی است که خبر را پس از مرحله نخست (کسب اطلاع) و گذر از مرحله دوم تولید که به شکل یک اثر ترکیبی درآمده است، شامل می‌شود. آنچه مؤید این ادعاست، تصریح مقنن در ماده ۱ قانون مذکور بر در نظر نگرفتن طریقه یا روش بیان، ظهور و یا ایجاد اثر و عدم تأثیر شکل و قالب در حمایت قانون‌گذار است. در نتیجه می‌توان پدیده خبر را نوعی «اثر» و در حیطه مالکیت فکری قرار داد.

مقایسه قوانین دو کشور ایران و انگلیس در حوزه مالکیت ادبی و هنری نشان می‌دهد که در حقوق انگلستان برخلاف حقوق ایران به حقوق روزنامه‌نگاران تصریح شده و آثار آنان تحت قانون کپی‌رایت مورد حمایت قرار گرفته است. افزون بر آن، در حقوق این کشور همه آثار سمعی - بصری از جمله آثار اخبار رادیو و تلویزیونی بدون نیاز به احراز اصالت و فارغ از محتوا و حامل آن مورد حمایت قرار گرفته‌اند. همچنین عکس‌ها و از جمله عکس‌های خبری در هر حال مورد حمایت قانون کپی‌رایت انگلستان قرار دارند و نیازی به اثبات اصالت یا هنری بودن آن‌ها نیست؛ در حالی که در حقوق ایران، تنها عکس‌های خبری که در قالبی ابتکاری و هنری پدید آمده باشد، می‌توانند در ردیف کارهای هنری قرار گرفته و مشمول حمایت‌های قانونی گردند.



البته در حقوق ایران با توجه به قوانین مختلف می‌توان تحت عناوین دیگری از آثار خبری حمایت نمود، اما نظر به اینکه حمایت آشکاری از تولیدات خبری در حقوق ایران صورت نگرفته است و حمایت از این آثار تحت قوانین عام صورت می‌گیرد، تنها آثاری مورد حمایت خواهند بود که ویژگی اصالت را دارا باشند. لیکن در حقوق انگلستان به‌ویژه پس از تصویب قانون کی‌رایت ۱۹۸۸ آثار خبری به‌روشنی مورد حمایت قانون‌گذار قرار گرفتند. یکی از ویژگی‌های قانون انگلیس این است که فارغ از محتوا از همه آثار خبری حمایت می‌کند و برای حمایت نیاز به اثبات اصالت یا بداعت اثر نمی‌باشد. به‌منظور حمایت مقتضی از خبرنگاران و تولیدکنندگان محتوای خبری که نقش بسیار مهمی در نشر اخبار ایفا می‌کنند، پیشنهاد می‌شود تا قوانین صریحی به تصویب رسد و به‌صورت مقتضی از این آثار و صاحبان آن حمایت گردد تا حمایت از این آثار همچون حقوق انگلستان تسهیل گردیده، نیازی به اثبات اصالت آن‌ها نباشد. ناگفته نماند تأسیس سازمانی مشابه سازمان لیسانس روزنامه‌ها (NLA)<sup>۱</sup> می‌تواند در حفظ حقوق روزنامه‌نگاران و فعالان گستره تولید و نشر خبر مؤثر باشد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

---

1. newspaper Licensing Agency.

## کتابنامه

### الف: کتب و مقالات

#### الف-۱: فارسی

- آدامز، سالی و هیکس وینفورد (۱۳۸۵)، آداب مصاحبه مطبوعاتی، ترجمه: سیدمحمد فکورپور، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- آزادیگی، سمیه (۱۳۹۳)، «بررسی حقوق هنرمندان مجری در اسناد بین المللی و حقوق ایران»، ویژه‌نامه مالکیت فکری فصلنامه حقوق پزشکی، دوره ۷، صص ۶۳-۹۴.
- استین، لورا و سینا نیکیل (۱۳۸۳)، «رسانه‌های نوین جهانی و سیاست‌گذاری ارتباطات»، مترجم لیدا کاووسی، فصلنامه رسانه، شماره ۵۸، صص ۶۸-۱۲۱.
- اسدی، عباس (۱۳۹۴)، «اصول روزنامه نگاری یا اصول گریز از روزنامه نگاری»، فصلنامه نقد کتاب اطلاع رسانی و ارتباطات، دوره ۲، شماره ۶، صص ۸۹-۱۰۵.
- امامی، سید حسن (۱۳۸۴)، حقوق مدنی، تهران: کتابفروشی اسلامیه.
- انصاری، باقر (۱۳۸۶)، «شرایط اثر قابل حمایت در نظام مالکیت های ادبی و هنری (کیپی رایت)»، فصلنامه تحقیقات حقوقی، دوره ۱۰، شماره ۴۵، صص ۹۷-۱۵۱.
- انصاری، باقر (۱۳۹۴)، حقوق رسانه، تهران: سمت.
- آیتی، حمید (۱۳۷۵)، حقوق آفرینش‌های فکری (با تأکید بر حقوق آفرینش‌های ادبی و هنری)، تهران: حقوقدان.
- جاکوب، سر رابین و دیگران (۱۳۸۶)، مالکیت فکری، مترجم حمید هاشم بیگی، تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- جعفرزاده، میرقاسم (۱۳۸۸)، جزوه حقوق آفرینش های فکری، دانشگاه شهید بهشتی.
- حبیب زاده، طاهر (۱۳۹۴)، حقوق مالکیت فکری انگلستان، تهران: خرسندی.
- حسینیان راد، مهدی (۱۳۷۱)، روش‌های مصاحبه خبری، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه.
- حسینیان راد، مهدی (۱۳۸۰)، روش‌های مصاحبه خبری، تهران: سروش.
- حکمت نیا، محمود (۱۳۸۶)، مبانی مالکیت فکری، چاپ اول، قم: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.

مطالعه تطبیقی تسری حقوق مالکیت ادبی و هنری ... / مقدادی و دیگران ۲۹۳

- حیدری، علی مراد (۱۳۸۹)، «حقوق مصاحبه شوندگان در رسانه‌های عمومی»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، دوره ۱۷، شماره ۳، پیاپی ۶۳، صص ۱۹۵-۱۶۹.
- زرکلام، ستار (۱۳۹۳)، حقوق مالکیت ادبی و هنری، تهران: سمت.
- شکرخواه، یونس (۱۳۹۱)، خیر، تهران: دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه‌ها.
- عباسی، حجت اله (۱۳۸۹)، اصول کاربردی خبرنگاری، تهران: سروش.
- عرفان‌منش، محمدحسین و محمد معین اسلام (۱۳۹۳)، «بررسی نحوه تخصیص حقوق مالکیت ادبی و هنری آثار ناشی از روابط قراردادی یا استخدامی»، ویژه‌نامه مالکیت فکری فصلنامه حقوق پزشکی، دوره ۸، صص ۲۰۹-۲۳۰.
- فخلعی، محمدتقی و احسانعلی اکبری بابوکانی (۱۳۹۳)، «پژوهشی فقهی در مالیت و مالکیت خبر در رسانه‌های جمعی و حقوق ناشی از آن»، نشریه فقه و اصول، دوره ۴۶، شماره ۹۶، صص ۱۰۵-۱۳۲.
- فرقانی، محمدهدی و علی رستگار (۱۳۹۵)، «مقایسه کاربردپذیری تارنماهای خبرگزاری‌های ایرنا، ایسنا و فارس از دیدگاه کاربران»، فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی (رسانه)، دوره ۲۷، شماره ۱۰۲، صص ۲۳-۳۹.
- فرهنگي، علی اکبر (۱۳۸۱)، مبانی ارتباطات، تهران: سنجش.
- کری، پیترو و ساندروز جو (۱۳۸۶)، حقوق رسانه، مترجم حمیدرضا ملک محمدی، تهران: میزان.
- کلمبه، کلود (۱۳۸۳)، اصول بنیادین حقوق مؤلف و حقوق مجاور در جهان، مترجم و توضیح علیرضا محمدزاده وادقانی، چاپ اول، تهران: میزان.
- محمدزاده وادقانی، علیرضا (۱۳۸۷)، «تأملی در آثار مشترک و جمعی در حقوق مالکیت فکری»، فصلنامه حقوق، دوره ۳۸، شماره ۲، صص ۳۲۵-۳۳۸.
- معتمدنژاد، کاظم (۱۳۸۹)، حقوق حرفه‌ای روزنامه نگاران، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- مولانا، حمید (۱۳۷۱)، جریان بین‌المللی اطلاعات، ترجمه یونس شکرخواه، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- میر حسینی، سید حسن (۱۳۸۴)، مقدمه‌ای بر حقوق مالکیت معنوی، تهران: دادیار.

الف-۲: عربی

- طباطبایی یزدی، محمدکاظم (۱۳۴۲ق)، العروه الوثقی، نجف: مطبعه الآداب.

الف-۳: لاتین

- Barron, Anne (1998). "No Other Law? Author-ity, Property and Aboriginal Art", Lionel Bently and Spyros Maniatis (eds.) Intellectual Property and Ethics, London: Sweet and Maxwell.
- Doonan, G (2008). "copyright in photography", Leeds library and information services, New castle university, pp. 1-11
- Fenzel, C. (2007). "Still Life with Spark and Sweat: The Copyrightability of Contemporary Art in the United States and the United Kingdom". Ariz. J. Int'l & Comp. L., 24, pp. 541.
- Fordham, K (2009). "Can Newspapers Be Saved-How Copyright Law Can Save Newspapers from the Challenges of New Media", Fordham Intell. Prop. Media & Ent. LJ, 20, pp. 939.
- Gordon, D.F (1959). "What was the labor theory of value?" *The American Economic Review*, 49(2), pp. 462-472.
- Harcup, T. & O'Neill, D (2001), "What is news? Galtung and Ruge revisited". *Journalism studies*, 2(2), pp. 261-280.
- Herbert J. Gans, Robinson, M. J. (1980). "Deciding What's News: A Study of CBS Evening News", *NBC Nightly News, Newsweek, and Time*, *American Political Science Review*, 74(1), pp. 194-195.
- Newspaper licensing agency (2002). "The communicator's guide to newspaper copyright law", *Corporates the magazine for corporate commiunicator*.
- Robertson, Ian (1984). "Whose copyright should it be? - another perspective, *Communications*", *Law Bulletin*, Vol. 10, No. 4, pp. 33-34.
- Sir Duncan Mackenzie Kerly, Thomas Anthony Blanco White, Robin Jacob (1986). "Kerly's Law of Trade Marks and Trade Names", London: Sweet & Maxwell.
- Sterling, C.H. ed (2009). *Encyclopedia of journalism*. Sage publications.
- Tee, L (1997). "Property Law. By Roger Smith", the *Cambridge Law Journal*, 56(1), pp. 235-236.

ب- وبسایت های اینترنتی

- Deazley. R & Patterson, K (2017). *Copyright in Newspaper Articles*, Centre for Copyright and New Business Models in the Creative Economy (CREATE), Available at: [www.digitisingmorgan.org/resources](http://www.digitisingmorgan.org/resources).