

موضوع‌شناسی مالکیت فکری

تاریخ دریافت: ۹۴/۵/۲۹

تاریخ پذیرش: ۹۴/۸/۳

رحیم پیلوار^۱

چکیده

شناخت موضوعات مورد حمایت در حقوق مالکیت فکری نقش اساسی در حمایت از این حقوق دارد. بر همین اساس این مقاله سعی دارد با استفاده از حقوق تطبیقی و همچنین سنت‌های حقوقی ایران، موضوعات مورد حمایت حقوق مالکیت فکری، اعم از مالکیت ادبی و هنری و صنعتی را بررسی و تبیین نماید. به عنوان نتیجه باید دانست موضوعات مورد حمایت در حقوق مالکیت فکری آن چیزهایی هستند که در ذهن پدیدآورنده پدید می‌آیند و آنچه ما در عالم خارج مشاهده می‌کنیم، در واقع تجلیات شیء فکری هستند. این اموال به طور سنتی با توجه به خصائص و کاربرد خود، بدون اینکه در ویژگی مشترک مزبور تفاوتی کنند و البته با تفاوت‌هایی، در دو رشته مالکیت ادبی و هنری و مالکیت صنعتی تقسیم می‌شوند و بر همین اساس موضوعات هر دو دسته مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

واژگان کلیدی: حقوق تطبیقی، مالکیت فکری، مالکیت ادبی و هنری، مالکیت صنعتی

۱. استادیار حقوق خصوصی دانشگاه تهران (پردیس فارابی) (rahimpilvar@ut.ac.ir)

مقدمه

امروزه حقوق مالکیت فکری جزء مهم‌ترین بخش‌های دانش حقوق تلقی می‌گردد؛ زیرا وظیفه این رشته از حقوق حمایت از اموال فکری است که در جهان کنونی قسمت بسیار مهمی از دارایی‌های اشخاص اعم از حقیقی یا حقوقی را تشکیل می‌دهد. اموال فکری به عنوان مهم‌ترین مصداق از اموال نامحسوس، اموالی هستند که اشیاء متعلق آنها، ناشی از فعالیت، فکر و ابتکار خود انسان هستند (کاتوزیان، ۱۳۷۸: ۲۳).

در سنت فکری ارسطویی، طبیعت منشأ ثروت است؛ ولی در اندیشه‌های اقتصادی جدید برخلاف سنت فکری مذکور، انسان منشأ تمام پیشرفت‌ها و ثروت‌های مادی است و تولید ثروت تابعی از چگونگی کار و فعالیت انسان‌ها است (غنی‌نژاد، ۱۳۷۷: ۱۴۴ - ۱۴۶). در چنین دنیایی وابستگی انسان به طبیعت کمتر شده و در مقابل، سلطه او بر آن بیشتر می‌شود و جای تعجب نیست که در حوزه اموال، این بار خود انسان شیء متعلق مال را ایجاد و ارائه کند و کمتر وامدار طبیعت باشد. این مسئله اهمیت این دسته از اموال را روشن می‌سازد؛ زیرا اکنون رقابت میان کشورها به جای درگیری نظامی، به سمت حوزه فرهنگ و اقتصاد هدایت شده و کشوری موفق‌تر است که تولیدات فرهنگی و اقتصادی بیشتری داشته باشد و بتواند محصولات فرهنگی و اقتصادی خود را به کشورهای بیشتری صادر و نفوذ بیشتری پیدا کند و این امر میسر نمی‌شود، مگر اینکه با حمایت بیشتر از صاحبان علم و هنر، آنها را به فعالیت و خلاقیت بیشتر در این حوزه‌ها ترغیب نمایند. بدیهی است انسان بنا بر طبیعت خود در حوزه‌هایی فعالیت می‌کند که برای او سودمند باشد؛ بنابراین اگر از فعالیت‌های فکری افراد حمایت نشود، آنها در این حوزه تلاش یا سرمایه‌گذاری نخواهند کرد و ثروت، دانش یا خلاقیت^۱ خود را در حوزه‌های دیگری به کار می‌بندند. بدینسان حمایت از اموال فکری و خلاقیت‌های صاحبان علم و هنر، اکنون یک

۱. آلبرت اینشتین (۱۹۵۵ - ۱۸۷۹) در جمله‌ای تأمل‌برانگیز می‌گوید: «تخیل (imagination) از دانش (knowledge) مهم‌تر است». (۱: Idris, 2003: Cited by).

ضرورت است، نه تفنن.^۱ برای حمایت از هر امری، ابتدا باید موضوع آن را به خوبی درک کرد و با آن آشنا بود. به دیگر سخن تا وقتی «موضوع مورد حمایت»^۲ معلوم نگردد، امکان حمایت و وضع قانون مناسب یا اجرای مناسب قانون در حمایت از آن ممکن نیست.

در خصوص مالکیت فکری ضرورت درک مسئله دوچندان است؛ زیرا اموال فکری با اموال محسوس و ملموس تفاوت دارد و نوظهور است. به گفته کامیل ادريس دبیر کل سابق سازمان جهانی مالکیت فکری: «مالکیت فکری اصطلاحی است که امروزه به طور روزافزون استعمال می‌شود، ولی هنوز به خوبی درک نشده است» (Idris, 2003: ۱).

بر همین اساس این مقاله سعی دارد با بهره‌برداری از میراث علمی فقهی و حقوقی ایران و همچنین استفاده از منابع معتبر خارجی در این حوزه، موضوع (Subject matter) مورد حمایت در حقوق مالکیت فکری را بررسی و تبیین نماید تا بیش از پیش زوایای پنهان و نهان آن آشکار گردد.

۱. شیء فکری چیست؟

منظور از حقوق مالکیت فکری در معنای عام عبارت است از: مجموع حقوق قانونی که از فعالیت‌های فکری افراد در زمینه‌های صنعتی علمی و ادبی و هنری حاصل می‌گردد و مورد حمایت قرار می‌گیرد. بر اساس این تعریف، اصطلاح مالکیت فکری در معنای عام اشاره به آفریده‌های فکری افراد دارد؛ آفریده‌هایی که در ذهن آفریننده یا پدیدآورنده خود شکل می‌گیرند و این قابلیت را دارند که در دنیای مادی ابراز و به تعداد نامحدودی تکثیر شوند.

باید توجه داشت که موضوع مالکیت فکری آن شیء آفریده‌شده‌ای است که در ذهن، جایگاه دارد و آن چیزی که در خارج تکثیر می‌گردد و منعکس‌کننده آن دانش و معرفت است، نیست (wipo, Understanding copyright and related rights: 4). بر همین اساس

۱. البته حمایت از حقوق مالکیت فکری دلایل و مبانی دیگری هم دارد که خارج از مطالعه ماست.

2. Subject matter eligible for protection.

بهترین نام برای این حقوق، «حقوق مالکیت فکری» است؛^۱ زیرا این حقوق زاده فعالیت‌های فکری انسان است و در ذهن انسان هم جای می‌گیرد و اصطلاح حقوق معنوی که در گذشته به کار می‌رفته، دقیق به نظر نمی‌رسد (ر.ک: حکمت‌نیا، ۱۳۸۷: ۳۲؛ صفائی، ۱۳۷۵: ۶۸).^۲

پیرو همین امر از خالق آثار فکری به «پدیدآورنده» یا «آفریننده» و مانند آنها یاد می‌کنیم؛ چه در همه این الفاظ، وجود معنای «ایجاد کردن چیزی» نهفته است و برای اینکه بیش از پیش اهمیت آن درک شود، باید گفت: خداوند متعال با به ودیعت نهادن این استعداد در انسان‌ها و امکان خلق آثار بی‌سابقه، آنها را از سایر موجودات متمایز کرده و راه پیشرفت و تعالی را هموار نموده است. به دیگر سخن مرتبه‌ای از قدرت آفرینندگی خود را به انسان و خلیفه خود اعطا کرده است.^۳

در مورد اموال فکری تقریباً بین حقوق‌دانان اجماع وجود دارد که شیء متعلق آن غیر محسوس است؛ یعنی چیزی است که با حواس پنج‌گانه ظاهری ادراک نمی‌شود؛ بلکه با قوه عاقله درک

۱. حقوق مالکیت فکری امروزه دایره وسیعی را پوشش می‌دهد و صرفاً ناظر به حمایت از خود اموال فکری نیست. برای مثال حمایت در برابر رقابت نامطلوب (نامشروع) در راستای حمایت از اموال فکری است؛ ولی اموال فکری موضوع مستقیم آن نیست. برای همین به کار بردن اصطلاح «حقوق مالکیت فکری» برای بیان عنوان این رشته علمی، مناسب‌تر است (زیرا صرف حمایت حقوق از چیزی، آن را به مال تبدیل نمی‌کند و مثال آن مواردی است که چیزی ملک هست، ولی مال نیست) و عنوان مالکیت فکری در معنای دقیق خود ناظر به جایی است که موضوع مستقیم، اموال فکری باشند. در حقوق کامن لا، هریس تصریح می‌کند: اموال فکری مصادق مالکیتند؛ ولی اصطلاح Property به دلیل معنای عام‌تر، از اصطلاح Ownership بهتر است (Harris, 1996: 46). برای دیدن معانی Property در کامن لا ر.ک: پیلوار، ۱۳۹۱: ۳۴.

۲. منظور از آن این بوده که این اموال به حوزه عالم معنا تعلق دارد، نه عالم ماده که البته بهره‌ای از حقیقت هم دارد؛ اما این معنا را نمی‌رساند که تا این اموال پای به عالم مادی نگذارند، این قابلیت را ندارند که مورد شناسایی و حمایت حقوقی قرار گیرند.

۳. از جمله در قرآن الفاظ ذیل برای بیان ویژگی آفرینندگی خداوند - البته با تفاوت‌های ظریف در معنا - آمده است: خالق، فاطر، بدیع.

می‌گردد که البته بعداً در جهان مادی با ابراز توسط پدیدآورنده، تعیین می‌یابد و به تعبیر قانون‌گذار ایران «اثر» نام می‌گیرد.^۱

در حقوق غرب به تبع فلسفه غرب، شیء فکری را امری واقعی (Real) نمی‌دانند.^۲ بر همین اساس حقوقدانان غربی از اصطلاحاتی نظیر مجرد (Abstract) برای آن استفاده می‌کنند (Draho, 227: 1,4- Terré, 2006: 49, n 43). درحالی‌که این مسئله در فلسفه اسلامی و به تبع آن حقوق اسلامی، پذیرفته شده نیست؛ زیرا در فلسفه اسلامی از مصادیق وجود حقیقی، وجود ذهنی در مقابل وجود خارجی (عینی) است؛ یعنی وجودی که بیرون از انسان تعیین خارجی ندارد، اما واقعاً هست (ابراهیمی دینانی، ۱۳۹۰: ۳۳۷ - ۳۳۹).

بر این مبنا باید توجه داشت که نمی‌توان گفت در نظام حقوقی ما، اشیای فکری، غیرواقعی (Unreal) هستند. همچنین نمی‌توان گفت مجرد هستند؛ زیرا مجرد در نظر ما، آن چیزی است که بهره‌ای از مادیت ندارد. پس در بینش حقوقی ما، اشیاء فکری وجود واقعی در ذهن، ولی غیرمحسوس دارند.

۲. شناخت انواع آثار مورد حمایت در حوزه مالکیت فکری

در کتب معتبر حقوق مالکیت فکری نوعاً گفته می‌شود به طور سنتی حقوق مالکیت فکری به دو شاخه مالکیت صنعتی و مالکیت ادبی و هنری تقسیم می‌گردد (wipo, 2008: 3). البته گفتنی است مصادیق اموال فکری همراه با توسعه علم و هنر رو به فزونی دارد و چون کمتر درگیر محدودیت‌های مادی است، این قابلیت وجود دارد که به طور مرتب موارد جدیدی خلق شوند.^۳ بر اساس همین سنت، موضوع‌های هر شاخه را بررسی و تبیین می‌نماییم؛ ولی ابتدا باید به تفاوت موضوع مالکیت ادبی و هنری با مالکیت صنعتی بپردازیم.

۱. برخی حقوقدانان لفظ زیبایی «آفرینه» را به جای «اثر» پیشنهاد کرده‌اند (جعفری لنگرودی، ۱۳۸۰: ۱۶۳) که هم پارسی است و هم زیبا.

۲. حائری فیلسوف بزرگ معاصر و آشنا به فلسفه غرب می‌فرمایند: «در فلسفه غرب، شیئی وجود واقعی دارد که تحقق عینی داشته باشد و در خارج از ذهن ما موجود باشد» (حائری یزدی، ۱۳۸۴: ۱۰۶).

۳. برخی استادان از این امر به «توسعه در مصداق» تعبیر می‌کنند. (حکمت‌نیا، ۱۳۸۷: ۹۶ - ۱۰۰).

۲.۱. تفاوت آثار صنعتی با آثار ادبی و هنری

از لحاظ حقوقی موضوعات مورد حمایت مالکیت فکری همگی از یک جنس هستند و ویژگی اصلی مشترک همه آنها این است که حاصل فعالیت فکری انسان هستند و در ذهن او به وجود می‌آیند. اما با توجه به ویژگی‌ها و حقوق حاکم بر آنها، به طور سنتی به دو دسته مالکیت ادبی و هنری و مالکیت صنعتی تقسیم می‌شوند که دلیل این تمایز را می‌توان بدین شرح توضیح داد: در مالکیت صنعتی بالاخص اختراع، ما علی‌الاصول از خود ایده‌ها (ideas) حمایت می‌کنیم. البته ایده برای حمایت شدن باید مراحل را بسته به نوع اثر صنعتی نظیر اختراع، طرح صنعتی و ... طی کند تا مورد حمایت قرار گیرد؛ مثلاً طرح صنعتی باید ارائه و ثبت شود. بر این اساس حمایت صورت‌گرفته از اختراع این است که کسی بدون اجازه مخترع «حق استعمال» اختراع را ندارد و حتی اگر کسی بعداً بدون اطلاع از یک اختراع همان ایده به ذهنش برسد و اختراع را ایجاد کند، باز هم از او حمایتی نمی‌شود. اما در مالکیت ادبی و هنری صرفاً از شکل بیان ایده‌ها (form of expression ideas)، حمایت می‌شود. به بیان دیگر در مالکیت ادبی و هنری خلاقیت مورد حمایت، خلاقیت در نحوه‌گزینش و تنظیم کلمات، رنگ‌ها، اشکال و نت‌های موسیقی است. بر این اساس حمایت از پدیدآورنده اثر ادبی و هنری در برابر کسانی صورت می‌گیرد که از شکلی (form) که پدیدآورنده ایجاد کرده است، بدون اجازه او استفاده کنند. پس در مالکیت ادبی و هنری از ایده حمایت نمی‌کنیم، بلکه از شکل بیان ایده حمایت می‌کنیم (wipo, understanding copyright: 5).

بنا بر مبانی مذکور اولاً مدت حمایت از آثار صنعتی کمتر است، ولی در آثار ادبی و هنری، این مدت بیشتر است. ثانیاً در آثار صنعتی افشا و ثبت لازم است، ولی در آثار ادبی و هنری خیر و به محض ایجاد حمایت می‌شوند. ثالثاً در دسته اموال ادبی و هنری و علمی، جنبه معنوی اثر نقش بنیادین دارد،^۱ ولی در دسته اموال صنعتی جنبه مالی، اولویت اساسی دارد و جنبه معنوی کمتر مورد نظر است. به بیان دیگر مصادیق هر دو شاخه ساخته فعالیت و ابتکار ذهنی انسان

۱. ماده ۴ قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مقرر می‌دارد: «حقوق معنوی پدیدآورنده محدود به زمان و مکان نیست و غیر قابل انتقال است».

است و به دلیل ماهیت آثار ایجادشده، پیوند آنها با شخصیت آفریننده جدانشدنی است. ولی در دسته اموال صنعتی، آنچه بیشتر مهم است، جنبه تجاری اثر است و رابطه مال با مالک اولیه (آفریننده)، آن چنان مهم نیست؛ گرچه باز هم نقش آفرین است.^۱

با این حال آنچه بیان شد، اصل و قاعده است. فراموش نکنیم که جوهر و حقیقت هر دو دسته آثار یکی است. به همین علت برخی مصادیق مشتبه هستند و ممکن است مبهم باشد که باید در کدام دسته قرار گیرند یا اینکه بسته به مورد، در بین هر دو دسته در رفت و آمد باشند که مهم‌ترین آنها نرم‌افزارهای رایانه‌ای یا طرح‌های صنعتی هستند که به سختی می‌توان تعیین کرد به کدام دسته تعلق دارند.

۲.۲. حقوق مالکیت ادبی و هنری^۲

حقوق مالکیت ادبی و هنری در معنای عام خود از دو دسته افراد حمایت می‌کند: نخست پدیدآورندگان آثار ادبی و هنری، دوم کسانی که به در معرض قرار گرفتن این آثار در جامعه کمک می‌کنند که در ادامه هر دو دسته را بررسی می‌کنیم.

۲.۲.۱. آثار ادبی و هنری

موضوع اصلی حقوق مالکیت ادبی و هنری عبارت است از: آثار فکری پدیدآمده در حوزه هنر، ادبیات و علم که در ذیل مهم‌ترین مطالب مربوط به موضوع‌شناسی این نوع آثار بررسی می‌گردد.

۲.۲.۲. مصادیق

در ماده ۲ کنوانسیون برن، مصادیق ذیل برای آثار ادبی و هنری بیان شده است: «۱. اصطلاح آثار ادبی و هنری، تمامی آفرینش‌های مربوط به گستره ادبی، علمی و هنری، صرف‌نظر از روش یا شکل ابراز آنها را در بر می‌گیرد؛ مانند کتاب‌ها، بروشورها و دیگر نوشته‌ها، کنفرانس، نطق‌های کوتاه، موعظه‌ها و دیگر آثاری که دارای ماهیت مشابه هستند، آثار نمایشی - موسیقایی، رقص‌ها، پانتومیم‌ها، تصنیف موسیقی با کلام یا بدون آن، آثار سینمایی و نیز آثاری که مشابه آثار سینمایی

۱. مثلاً بند و ماده ۵ قانون ثبت اختراعات اجازه می‌دهد نام مخترع در گواهی‌نامه اختراع قید نشود، ولی اجازه نمی‌دهد نام دیگری به جای مخترع ثبت شود.

2. copyright, author right, La propriété littéraire et artistique.

می‌شوند، آثار مربوط به طراحی، نقاشی، معماری، پیکره، گراور، لیتوگرافی، آثار عکاسی و آثاری که مشابه روش آثار عکاسی ابراز می‌شوند، آثار هنرهای کاربردی، تصاویر، نقشه‌ها، پلان‌ها، کروکی‌ها و آثار سه‌بعدی مرتبط با جغرافی توپوگرافی (موقعیت طبیعی)، معماری و علم.

۲. با وجود این، این حق برای قانون‌گذاری کشورهای عضو اتحادیه محفوظ است که مقرر کنند آثار ادبی و هنری یا فقط یک یا چند دسته از آنها مادام که روی یک حامل مادی تثبیت نشده‌اند، مورد حمایت قرار نگیرند.

۳. ترجمه، اقتباس، تنظیم موسیقی و سایر انواع تبدیل‌های اثر ادبی و هنری، بدون آنکه به حق پدیدآورنده اثر اصلی خدشه‌ای وارد شود، همچون آثار اصلی تحت حمایت قرار می‌گیرند.

۴. در اختیار قانون‌گذاران کشورهای عضو اتحادیه است که متون رسمی قانونی اداری یا قضائی و نیز ترجمه رسمی این متون را مشمول حمایت قرار دهند.

۵. مجموعه آثار ادبی یا هنری، مانند دایره‌المعارف‌ها و جنگ‌ها که به لحاظ انتخاب یا ترتیب موضوعات، آفرینش فکری به شمار می‌آیند، بدون ایراد لطمه به حقوق پدیدآورندگان هر یک از آثار تشکیل‌دهنده مجموعه، مورد حمایت قرار می‌گیرند.

۶. آثار مذکور در تمامی کشورهای عضو اتحادیه مورد حمایت می‌باشند. این حمایت به نفع پدیدآورندگان و قائم مقامان آنها اعمال می‌شود.

۷. تعیین حوزه اعمال قوانین کشورها نسبت به آثار هنرهای کاربردی و طرح‌های صنعتی و مدل‌ها و همچنین تعیین شرایط حمایت از این آثار، طرح‌ها و مدل‌ها با رعایت مقررات بند ۴ ماده ۷ این کنوانسیون، در صلاحیت قانون‌گذاری‌های کشورهای عضو است. برای آثاری که فقط به عنوان طرح‌ها و مدل‌ها در کشور خاستگاه مورد حمایت هستند، درخواست حمایت در یک کشور عضو دیگر اتحادیه به جز حمایت خاص که در آن کشور برای طرح‌ها و مدل‌ها قائل هستند، ممکن نیست. با وجود این اگر چنین حمایت خاصی در آن کشور وجود نداشته باشد، آثار مذکور به عنوان آثار هنری مورد حمایت قرار می‌گیرند...»^۱.

۱. ترجمه آقایان علی‌رضا محمدزاده وادقانی و حسن محسنی از متن معاهده مندرج در: گفتاری در حقوق بین‌الملل مؤلف و حقوق مجاور، ۱۳۹۳: ۱۲۱ - ۱۲۲.

در ماده ۲ قانون حمایت از حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ نیز مصادیق ذیل بیان شده است: «اثرهای مورد حمایت این قانون به شرح زیر است:

۱. کتاب و رساله و جزوه و نمایش‌نامه و هر نوشته دیگر علمی و فنی و ادبی و هنری.
۲. شعر و ترانه و سرود و تصنیف که به هر ترتیب و روش، نوشته یا ضبط یا نشر شده باشد.
۳. اثر سمعی و بصری به منظور اجرا در صحنه‌های نمایشی یا پرده سینما یا پخش از رادیو یا تلویزیون که به ترتیب و روش نوشته یا ضبط یا نشر شده باشد.
۴. اثر موسیقی که به ترتیب و روش، نوشته یا ضبط یا نشر شده باشد.
۵. نقاشی و تصویر و طرح و نقش و نقشه جغرافیایی ابتکاری و نوشته‌ها و خط‌های تزئینی و هرگونه اثر تزئینی و اثر تجسمی که به هر طریق و روش به صورت ساده یا ترکیبی به وجود آمده باشد.

۶. هر گونه پیکره (مجسمه).

۷. اثر معماری از قبیل طرح و نقشه ساختمان.

۸. اثر عکاسی که با روش ابتکاری و ابداع پدیدآمده باشد.

۹. اثر ابتکاری مربوط به هنرهای دستی یا صنعتی و نقشه قالی و گلیم.

۱۰. اثر ابتکاری که بر پایه فرهنگ عامه (فولکلور) یا میراث فرهنگی و هنری ملی پدید آمده باشد.

۱۱. اثر فنی که جنبه ابداع و ابتکار داشته باشد.

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

با نگاهی کلی به قوانین و معاهدات می‌توان دسته‌بندی‌های ذیل را از آثار ادبی و هنری ارائه کرد:

الف. آثار مربوط به حوزه ادبیات نظیر رمان‌ها، داستان‌های کوتاه، اشعار، نوشتارهای مربوط به آثار نمایشی و مانند آنها صرف‌نظر از مقدار، هدف (غایت) (سرگرمی، آموزشی و ...) قالب

(دستخط، تایپی و ...)، آثار شفاهی (مثل سخنرانی‌ها و ...)، چه آثار مذکور چاپ شده باشند، چه چاپ نشده باشند.

ب. آثار موسیقایی در معنای عام خود.

ج. آثار هنری چه دوبعدی باشند (نظیر نقاشی و قلم‌زنی) چه سه‌بعدی باشند (نظیر مجسمه و آثار معماری) صرف‌نظر از محتوای آنها (چه مجرد، چه تجسمی) و هدف (غایت) (تبلیغات هنری محض و ...)

د. نقشه‌ها و ترسیم‌های فنی.

ه. آثار عکاسی بدون توجه به موضوعشان (پرتره، منظره و ...) و هدفی که گرفته شده‌اند.
و. تصاویر متحرک (آثار سینماتوگرافیک) با صدا یا بدون صدا، بدون توجه به محتوای آنها (مستند، خبری و ...)، هدف (غایت)، مقدار، شکل (کارتون، زنده و ...) و فرایند فنی به‌کارگرفته‌شده.

ز: برنامه‌های رایانه‌ای.

ح. سایر موارد؛ مثلاً هنرهای کاربردی، نظیر جواهرآلات، مبلمان خانه، و طراحی حرکات موزون. در ادامه چند موضوع خاص را که نیاز به معرفی ویژه دارد، به نحو مختصر توضیح می‌دهیم.

۲.۲.۲.۱. برنامه‌های رایانه‌ای

منظور از برنامه‌های رایانه‌ای مجموعه‌ای از دستورهایی است که عملیات رایانه‌ها را کنترل و هدایت می‌کنند تا آنها بتوانند وظیفه مشخصی را انجام دهند؛ مثلاً اطلاعاتی را ذخیره کنند. برنامه رایانه‌ای، چه توسط یک نفر نوشته شود یا چند نفر، در نهایت یک شکل بیان است که البته توسط ماشین درک می‌شود، نه انسان. (wipo, Understanding copyright and related rights: 7) بنابراین برنامه‌های رایانه‌ای جزء آثار ادبی و هنری هستند؛ گرچه در بعضی از فروض این قابلیت را پیدا می‌کنند که مشمول تعریف اختراع هم قرار گیرند. در بُعد قانون‌گذاری کشورها اکنون یا مثل ایران قانون مستقل برای حمایت از آنها وضع می‌نمایند (قانون حمایت از نرم‌افزارهای رایانه‌ای مصوب ۱۳۷۹ و آیین‌نامه اجرائی آن) یا ذیل قانون حمایت از آثار ادبی و هنری به آنها می‌پردازند و البته این امر مانع نیست که در صورت حائز شرایط بودن، مشمول حق اختراع هم بشوند و حمایت گردند.

۲.۲.۲.۲. پایگاه داده (data base)

پایگاه داده یا پایگاه اطلاعاتی که معمولاً بانک اطلاعات نامیده می‌شود، از موضوعات جدیدی است که از دهه نود مورد توجه حقوقدانان قرار گرفته و به جهت اهمیت اقتصادی زیادی که دارد، کشورهای مختلف به‌ویژه در اروپا سعی کرده‌اند از آن حمایت کنند. بند ۵ از ماده ۲ «کنوانسیون برن» پایگاه داده را مجموعه‌ای از آثار هنری و ادبی دانسته که به دلیل گزینش یا ترتیب محتوا آفرینش فکری محسوب شده، مورد حمایت قرار می‌گیرند. بند ۲ ماده ۱۰ «موافقت نامه تریپس»، آن را مجموعه‌ای از اطلاعات یا دیگر چیزها می‌داند که در یک ماشین یا در هر شکل دیگر قابل خواندن باشد و به دلیل گزینش یا ترتیب محتوا مورد حمایت قرار گیرد.

برخلاف تصور اولیه، پایگاه داده منحصر به قالب‌های الکترونیکی نیست و معنای عام دارد و با عنایت به اینکه پدیدآمدن پایگاه داده، محصول تلاش و صرف وقت و سرمایه پدیدآورنده است و اطلاعاتی را به نحو ارزشمند و نظام‌مند مرتب نموده، مورد حمایت است. در حقوق ایران عموماً ماده ۲ قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان، به‌ویژه بند ۱۲ آن شامل پایگاه‌های داده می‌شود.^۱

۲.۲.۲.۳. فرهنگ عامه (Folklore)

فولک (Folk) به معنی مردم و لور (Lore) به معنی دانستنی‌ها و علم به کار می‌رود و کلمه فولکلور (Folklore) در مفهوم اصطلاحی به معنی فرهنگ و دانش بومی بوده که عبارت است از: مجموعه آثار و خلاقیت‌های یک قوم یا گروه مشخص و معین یا به وسعت یک ملت که مشتمل بر ارکان ملموس و عینی و غیرملموس، مثل محصولات ادبی و هنری، عقاید و آداب و رسوم، دانش و تکنولوژی و طبابت بومی و ... می‌باشد و اصولاً دارای ویژگی‌های دیرینگی، قلمرو معین و شیوه رفتار است. قلمرو حقوق فولکلور نیز به طور کلی دربرگیرنده «فولکلور هنری»، «تکنولوژی و علم بومی»، «ادبیات عامه (بومی)»، «عادات و رسوم و رویه‌های معمول عامه»

۱. برای بررسی اطلاعات بیشتر در این حوزه ر.ک: محمود صادقی و علی طهماسبی، «حقوق پدیدآورنده پایگاه داده، مطالعه‌ای تطبیقی در حقوق خارجی و حقوق ایران»، مجله حقوقی دادگستری، شماره ۵۰ و ۵۱، ۱۳۸۴.

است. (الماسی و حبیبی، ۱۳۸۵).^۱ در حقوق ایران بند ۱۰ ماده ۲ قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مقرر می‌دارد: «اثر ابتکاری که بر پایه فرهنگ عامه (فولکلور) یا میراث فرهنگی و هنری ملی پدید آمده باشد»، توسط قانون حمایت می‌شود.

۲.۲.۳. حصری یا تمثیلی بودن مصادیق بیان شده برای مالکیت ادبی و هنری

پرسشی که هم در خصوص کنوانسیون برن و هم در خصوص قانون ۱۳۴۸ ایران مطرح می‌شود، این است که آیا مواد مذکور در بیان مصادیق آثار ادبی و هنری، در مقام احصا بوده‌اند یا از باب تمثیل آنها را نام برده‌اند؟ در خصوص کنوانسیون برن شکی وجود ندارد که معاهده در مقام احصا نبوده است؛ بنابراین هر اثر نوظهوری که شرایط قانونی اثر ادبی و هنری را داشته باشد، مشمول حمایت‌های معاهده قرار می‌گیرد (Wipo, Understanding copyright and related rights: 7). اما در خصوص قانون ۱۳۴۸ با توجه به نحوه انشاء ماده ۲ و شماره‌گذاری صورت گرفته، این شبهه نزد برخی نویسندگان پدید آمده که ماده در مقام احصا مصادیق مورد حمایت بوده است (نقل از: زرکلام، ۱۳۸۸: ۵۶). این دیدگاه صحیح به نظر نمی‌رسد؛ زیرا اولاً باید توجه داشت قانون ۱۳۴۸ قانونی حمایتی است و هدفش حمایت از پدیدآورندگان آثار ادبی و هنری است؛ پس تفسیر مواد هم بر این اساس باید صورت پذیرد. ثانیاً با توجه مقدمه قبلی و نص ماده ۱ که مقرر می‌دارد: «از نظر این قانون به مؤلف و مصنف و هنرمند پدیدآورنده و به آنچه از راه دانش یا هنر و یا ابتکار آنان پدید می‌آید، بدون در نظر گرفتن طریقه یا روشی که در بیان و یا ظهور و یا ایجاد آن به کار رفته، اثر اطلاق می‌شود»، برمی‌آید آثاری که واجد شرایط ماهوی آثار ادبی و هنری باشند، «از نظر این قانون» مورد حمایت هستند. ثالثاً با توجه به نحوه انشاء تک‌تک دوازده بند پیش‌بینی‌شده در ماده ۲ که افاده تفسیر موسع می‌نمایند و از عباراتی نظیر: «هر نوشته دیگر»، «به هر ترتیب و روش نوشته یا ضبط یا نشر شده باشد» و «از قبیل» به‌خوبی می‌توان فهمید هر اثری که شرایط آثار ادبی و هنری را داشته باشد، مشمول حمایت قانون قرار می‌گیرد. شایان ذکر است که ماده ۲ لایحه تقدیمی دولت به مجلس (آبان

۱. برای دیدن اطلاعات بیشتر در این حوزه ر.ک: نجادعلی الماسی و بهنام حبیبی، «بررسی مفهوم، جایگاه و نمادهای حقوقی فولکلور»، مجله نامه مفید، شماره ۵۸، ۱۳۸۵؛ 56: wipo, ۲۰۰۸.

ماه ۱۳۹۳) در خصوص حمایت از مالکیت فکری، صراحتاً این مشکل را حل کرده است و تصریح دارد حمایت منحصر به موارد نامبرده شده نیست.

۲.۲.۴. لزوم وجود اصالت در آثار ادبی و هنری

آنچه راجع به موضوع مالکیت ادبی و هنری، علاوه بر سایر مسائل مطرح شده باید ذکر شود و در خصوص ماهیت این آثار جنبه اساسی و بنیادین دارد، این است که حقوق از آثار ادبی و هنری در صورتی حمایت می‌کند که «اصیل» (Original) باشند. بعضاً به جای اصیل از ابتکاری بودن نیز سخن گفته می‌شود که منظور یک چیز است (ر.ک: زرکلام، ۱۳۸۸: ۴۵).

اما منظور از اصیل بودن چیست؟ گفتیم که در مالکیت ادبی و هنری، حقوق از شکل بیان اثر حمایت می‌کند، نه خود ایده؛^۱ چون علی القاعده ایده تنها، قابل حمایت توسط مالکیت فکری نیست^۲ و به اصطلاح به حوزه عمومی تعلق دارد. پیرو این مقدمه باید گفت اگر شکل بیان ایده توسط آفریننده، اصالت داشته باشد یا به دیگر سخن ابتکار خود آفریننده باشد، آنگاه صرف نظر از نوع اثر (ادبی باشد یا علمی یا ...) شکل ارائه اثر (کتبی باشد یا شفاهی باشد یا ...) و کیفیت اثر (فاخر باشد یا متوسط یا ضعیف یا ...) و هدف (غایت) اثر (تبلیغاتی باشد یا علمی یا ...) مورد حمایت قرار می‌گیرد (همان: ۴۱ - ۴۵).

برای اینکه اثری اصیل باشد، معیار بررسی، شخصی (subjective) خواهد بود نه نوعی (Objective). به بیان دیگر در هر مورد خاص بررسی خواهد شد آیا اثر ادبی و هنری مخلوق ذهن پدیدآورنده آن است یا خیر؟ آیا تجلی شخصیت پدیدآور خود است یا خیر؟ بر این مبنا

۱. در برخی موارد تمیز گذاردن بین ایده و اثر دشوار است؛ به‌ویژه در آثار اقتباسی که ممکن است قاضی را با این دشواری روبرو سازد که اثر متنازع فیه صرفاً از اثر دیگر، ایده‌ای را الهام گرفته یا اینکه آن را مورد اقتباس قرار داده است.

۲. البته باید توجه داشت ممکن است تقلید ایده یا استفاده غیرمجاز و مانند آن موجب مسئولیت گردد؛ منتها نه از باب یک اثر ادبی و هنری. مثلاً اگر ایده‌ای برای کسی ابراز و تقاضای رازداری شود، ولی ایده افشا گردد یا مؤسسه‌ای، دیگران را در مقابل دریافت پول به ارائه ایده‌های جدید دعوت نماید، ولی از پرداخت وجه امتناع نماید و مانند آن، مباحثی مانند مسئولیت حقوقی و حقوق رقابت جهت حمایت از صاحبان ایده یا به عرصه می‌گذارند که نیازمند مطالعه مستقلی است.

ممکن است چند نفر نویسنده، ایده‌ای را از داستانی از مثنوی مولانا اقتباس کنند و بر اساس آن فیلمنامه بنویسند. در این صورت هر کدام «اثری مستقل و اصیل» هستند و قابل حمایت؛ گرچه هیچ کدام نو و جدید به مفهوم نوعی نیستند.

بنابراین در مالکیت ادبی و هنری، کافی است اثر، نشان از شخصیت پدیدآورنده خود داشته باشد و عین آثار قبلی نباشد.^۱ بر عکس در آثار مربوط به حوزه مالکیت صنعتی، به علت اینکه کاربرد صنعتی و تجاری آنها مدنظر است، نو بودن در مفهوم عینی به کار می‌رود و مثلاً در اختراع یا طرح صنعتی منظور از شرط نو بودن این است که مانند آن قبلاً ابداع و ایجاد نشده باشد.

۲.۲.۵. اصالت مطلق یا نسبی؟

در خصوص اصیل بودن باید گامی جلوتر رفت و توجه داشت که اصالت اثر می‌تواند مطلق یا حتی نسبی باشد. منظور از اصالت مطلق این است که اثر بر مبنای اثر پیشینی دیگری ایجاد نشده باشد؛ ولی اگر پدیدآورنده‌ای، با عاریت گرفتن تمام یا قسمتی از اثر دیگر، اثر متفاوت دیگری ایجاد کند، اصالت آن نسبی و ناقص خواهد بود (بارزترین مصادیق آثار فرعی (اشتقاقی) عبارتند از: ترجمه، تلخیص، اقتباس و تبدیل). از این رو اگر کسی بخواهد اثری فرعی پدید بیاورد، اگر حقی برای اثر اصلی باقی باشد، باید رضایت مالک، کسب شود؛ مثلاً کارگردانی که داستان نویسنده‌ای را به فیلم تبدیل می‌نماید، اگر این اقدام در زمان وجود حقوق مالی پدیدآورنده اثر اولیه باشد، باید رضایت او یا بازماندگانش جلب شود. ولی اگر پس از این مدت باشد، با حفظ حقوق معنوی، دیگر نیازی به اجازه نیست.

همچنین باید توجه داشت منشأ آثار اقتباسی یا فرعی، الزاماً آثار متعلق به افراد خصوصی نیست؛ بلکه ممکن است مواردی باشد که در فرهنگ عامه وجود داشته و به اصطلاح در حوزه عمومی^۲ باشد و پدیدآورنده با اقتباس از آن اثری جدید فراهم آورد (Wipo, 2007: 42). مثلاً بسیاری از داستان‌های مورد اقتباس شاهنامه قبلاً در فرهنگ ایرانیان وجود داشته است.^۱

۱. باید توجه داشت شکل ابراز ایده باید جدید بوده و تکراری نباشد، وگرنه اصالت اثر زیر سؤال می‌رود (Wipo, 2008: 42).

۲. برای دیدن مفهوم حوزه عمومی در مالکیت ادبی و هنری ر.ک.: Wipo, 2007: 40 and seq.

البته باید انصاف داد در برخی موارد تشخیص اینکه اثری، دارای اصالت مطلق است یا نسبی، دشوار است و در هر مورد قاضی باید با کاوش در اثر اولیه و اثر ثانوی به عنوان یک امر موضوعی، احراز کند آیا در نظر عرف، اثر دومی برگرفته از اثر اولی هست یا نه.

۲.۳. حقوق مرتبط^۲

دسته دوم حقوق مورد حمایت در حوزه مالکیت ادبی و هنری، حقوق مشهور به حقوق مرتبط یا مجاور یا وابسته یا همسایه است.

نکته مهم در خصوص موضوع شناسی این دسته از حقوق این است که حقوق در اینجا نه از شیء فکری، بلکه از «فعل» افرادی حمایت می‌کند که به بسط و توسعه آثار پدیدآورندگان آثار ادبی و هنری کمک می‌کنند. به بیان دیگر اشخاصی هستند که در عرصه علم و ادب و هنر با انجام کار، به پیشرفت مالکیت ادبی و هنری مدد می‌رسانند.

باید توجه داشت که در بسیاری موارد این امر از عهده خود پدیدآورندگان برنمی‌آید. اصولاً آثار ادبی و هنری اگر در معرض دید جامعه قرار نگیرند، بهره مادی و معنوی قابل توجهی نه برای پدیدآورندگان دارند و نه مردم؛ پس لازم است عده‌ای عهده‌دار این وظیفه گردند که آثار ادبی و هنری را اجرا یا تکثیر، منتشر و ... نمایند. اصولاً صاحبان حقوق مرتبط افرادی هستند که به این اقدامات می‌پردازند؛ به همین علت از این دسته افراد به کارگران عرصه ادب و هنر تعبیر می‌شود.

حمایت از دارندگان حقوق مرتبط در سطح بین‌المللی، نخستین بار در کنفرانس دیپلماتیک بروکسل ۱۹۴۸ مطرح شد که به منظور بازنگری کنوانسیون برن تشکیل شده بود. سرانجام این تلاش‌ها به انعقاد معاهده رم در سال ۱۹۶۱ میلادی منتهی گردید (زرکلام، ۱۳۸۸: ۲۱۲) و

۱. «کتاب خداینامه که مأخذ اصلی شاهنامه بوده، در اواخر دوره ساسانی گردآوری شد و آن مشتمل بود بر روایت‌های کتبی و شفاهی، یعنی داستان‌ها و اندیشه‌هایی که سینه‌به‌سینه جلو آمده و عصاره جوهر طبایع دوران کهن [ایرانیان] را در خود گنجانده بودند» (اسلامی ندوشن، ۱۳۹۲: ۱۶۲).

2. Related rights , neighboring rights- droits voisins.

کنوانسیون تریپس نیز در این خصوص عمدتاً مواد معاهده رم را پذیرفته است (Taubman, 2013: 51).

به طور سنتی این حقوق، به سه دسته اصلی تقسیم می‌شوند که عبارتند از: ۱. حقوق اجراکنندگان (مجریان) آثار ۲. حقوق تولیدکنندگان آوانگاشت‌ها (فنوگرام‌ها) ۳. حقوق سازمان‌های پخش رادیویی (بنگاه‌های ارتباطات صوتی - تصویری). با توجه به اینکه برای درک موضوع ضرورت دارد با این اشخاص آشنا گردیم، به توضیح هر کدام می‌پردازیم.

۲.۳.۱. اجراکنندگان آثار (performers)

منظور از اجراکنندگان، کسانی هستند که آثار ادبی و هنری را اجرا می‌کنند؛ مثلاً خواننده‌ای شعر حافظ را در یکی از دستگاه‌های موسیقی با صدای خوش اجرا می‌کند یا بازیگری قسمت‌هایی از فیلم‌نامه را اجرا می‌کند که مربوط به نقش اوست.

۲.۳.۲. تهیه‌کنندگان آوانگاشت‌ها (فنوگرام‌ها) (Phonogram producers)

منظور اشخاص حقیقی یا حقوقی هستند که برای نخستین بار آثار موسیقایی را ضبط می‌کنند. منظور از آوانگاشت یا فنوگرام، عبارت است از: ضبط هرگونه اثر شفاهی بر روی حامل‌های صوتی. البته امروزه همان‌طور که برخی کشورها پذیرفته‌اند، باید حمایت مشابهی از تهیه‌کنندگان آثار صوتی - تصویری نیز صورت گیرد.

۲.۳.۳. سازمان‌های پخش رادیویی (Broadcasting organisations)

منظور از سازمان‌های پخش رادیویی سازمان‌هایی هستند که از طریق امواج رادیویی، صدا یا تصویر یا هر دو را جهت دریافت عموم، انتقال می‌دهند.

در پایان، باید توجه داشت که در برخی موارد ممکن است پدیدآور، خود، مجری اثر یا ضبط‌کننده یا حتی پخش‌کننده آن باشد؛ مثلاً شخصی خود شعری بسراید و آهنگی تنظیم کند و با صدای خود آن را اجرا کند یا هنرمندی صاحب بنگاه ضبط و تکثیر آثار صوتی باشد و آثار خود را ضبط و تکثیر نماید. بدون شک در چنین مواردی فرد، مورد حمایت قوانین متعدد، بسته به شأن مربوطه قرار می‌گیرد. برای مثال در اولین فرض، هم مشمول قانون حمایت از حقوق ادبی و هنری می‌گردد هم قانون حمایت از حقوق مرتبط.

۲.۴. حقوق مالکیت صنعتی^۱

همان‌طور که از عنوان این دسته از حقوق برمی‌آید، مصادیقی که حمایت می‌شوند، مواردی هستند که در صنعت (البته در معنای عام خود)، کاربرد دارند. در جدیدترین تقسیم‌بندی، مصادیق این حقوق را به دو دسته اصلی تقسیم می‌کنند (Taubman, 2013: 2):

۱. علامت محورها؛ ۲. سایر مصادیق؛ که ما هم به همین ترتیب، مصادیق را بررسی می‌نماییم.

۲.۴.۱. علامت محورها

حمایت از علامت‌ها شامل کلیه علائمی می‌گردد که هدف اصلی آنها، بیان تمایز یک محصول یا خدمت از سایر موارد مشابه یا غیر مشابه می‌باشد و مصادیق اصلی آن عبارتند از: علائم تجاری، نشانه‌های جغرافیایی و اسامی مبداء.

۲.۴.۲. علامت تجاری^۲

در گذشته‌ها علامت تجاری فقط راجع به کالاهای محسوس و مادی کاربرد داشته است؛ ولی اکنون با توجه به اهمیت تجارت خدمات، در این حوزه هم به کار می‌رود و اطلاق عنوان علامت تجاری اکنون، هم شامل علائم مربوط به کالاها است و هم خدمات. در معاهده تریپس نیز بر این اساس عنوان علامت تجاری Trademark شامل هر دو می‌شود (ماده ۱۵). با این حال در متون قدیمی‌تر یا برخی نوشته‌ها، هنوز هم از عنوان Trademark برای علائم مربوط به کالاهای محسوس و ملموس و Service Mark برای علائم مربوط به خدمات استفاده می‌شود.

منظور از علامت تجاری، علامتی است که کالاها و خدمات یک شخص حقیقی یا حقوقی را از سایر کالاها و خدمات ممتاز می‌گرداند. قانون‌گذار ایران در بند الف ماده ۳۰ قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶ (از این پس از این قانون به اختصار قانون ۱۳۸۶ یاد می‌کنیم)، علامت تجاری را چنین تعریف کرده است: «علامت یعنی هر نشان قابل رؤیتی که بتواند کالاها یا خدمات اشخاص حقیقی یا حقوقی را از هم متمایز سازد». بند یک ماده ۱۵ تریپس نیز علامت تجاری را چنین تعریف می‌کند: «۱. هرگونه علامت یا ترکیبی از علائم که بتواند کالاها یا

1. Industrial property -La propriété industrielle.

2. Trademark.

خدمات یک مؤسسه را از کالاها یا خدمات مؤسسات دیگر متمایز گردانند، علامت تجاری به شمار خواهد آمد. چنین علائمی، به‌ویژه کلمات شامل اسامی مشخص، حروف، اعداد، عناصر تصویری و ترکیبی از رنگ‌ها و همچنین هرگونه ترکیبی از این علائم، واجد شرایط لازم برای ثبت به عنوان علائم تجاری خواهند بود. در مواردی که علائم ذاتاً نمی‌توانند کالا یا خدمات مربوط را متمایز گردانند، اعضا ممکن است قابلیت ثبت را به تشخیص تمایز از طریق موارد استعمال ثبت مربوط سازند. اعضا به عنوان شرطی برای ثبت، می‌توانند بخواهند که علائم از لحاظ بصری قابل مشاهده باشند».

هدف علامت تجاری این است که نشان دهد کالا یا خدمت توسط چه شخصی (اعم از حقیقی یا حقوقی) تولید یا ارائه می‌شود.^۱ از این رو دارای دو عنصر مقوم می‌باشد که بدون آنها عنوان علامت تجاری قابل صدق نیست: ۱. علامت باید تمیزدهنده کالا و خدمت از موارد مشابه باشد (شرط ایجابی) ۲. علامت نباید موجب گمراهی مصرف‌کننده باشد (شرط سلبی) (میرحسینی، ۱۳۹۱: ۱۳۸).

علائم ممکن است از ترکیب کلمات، حروف، اعداد، تصاویر، اشکال و رنگ‌ها یا ترکیب آنها باشد. اکنون به علت پیشرفت‌های صنعتی شاهد علائم نوظهور نیز هستیم؛ نظیر علائم سه‌بعدی (نظیر شیشه نوشابه کوکاکولا) علائم شنیداری (مانند صدای غرش شیر که علامت شرکت مترو گلدن مایر (MGM) است و علائم بویایی (مثلاً بوی چمن تازه بریده شده برای توپ تنیس) (Taubman, 2013: 58 – 59). البته قانون‌گذار در ایران – همان‌طور که از صدر بند الف ماده ۳۰ برمی‌آید – فقط علائم قابل رؤیت را مشمول حمایت قرار داده که تبعیضی غیرقابل قبول است. صرف‌نظر از مصادیق معمولی علائم تجاری، دو نوع خاص از علائم تجاری وجود دارند:

۲.۴.۲.۱. علائم‌های جمعی (collective marks)

منظور علائمی است که به جمعیتی تعلق دارد – نظیر انجمن مهندسان یا حسابداران یا تولیدکنندگان فرش – و اعضا با به کار بردن آن علامت نشان می‌دهند که به آن جمعیت تعلق دارند. به بیان دیگر انجمنی که علامت جمعی را ثبت می‌کند، برای امکان استفاده از آن مقرراتی را وضع

۱. ممکن است یک شرکت چندین و چند علامت داشته باشد؛ مثلاً چندین نوع رب گوجه فرنگی با ویژگی‌ها یا کیفیت‌های متفاوت تولید کند و برای هر یک علامت خاص به ثبت رساند.

می‌کند که افراد عضو فقط در صورتی که کالا یا خدمتشان مطابق با آن شرایط باشد، حق استفاده دارند (wipo , 2008: 69)؛ مثل علامت جمعی Royal thai silk برای محصولات ابریشم تایلند.

کنوانسیون پاریس در ماده ۷ مکرر خود به این نوع علائم اشاره دارد و بند ب ماده ۳۰ قانون ۱۳۸۶ ایران آن را چنین تعریف می‌کند: «ب - علامت جمعی یعنی هر نشان قابل رؤیتی که با عنوان علامت جمعی در اظهارنامه ثبت معرفی شود و بتواند مبدأ و یا هرگونه خصوصیات دیگر مانند کیفیت کالا یا خدمات اشخاص حقیقی و حقوقی را که از این نشان تحت نظارت مالک علامت ثبت شده جمعی استفاده می‌کنند، متمایز سازد».

۲.۴.۲.۲. علامت‌های تصدیقی یا تأییدی (guarantee marks, certification marks)

علائمی هستند که به کالاها یا خدماتی اعطا می‌شوند که استانداردهای مورد تأیید یک شخص حقیقی یا حقوقی خصوصی یا دولتی را داشته باشند. در صورتی که کالا یا خدمتی بتواند جواز استفاده از این علامت را به دست بیاورد، نشانگر آن است که استانداردهای مورد تأیید و تصدیق آن شخص حقیقی یا حقوقی را دارد؛ مثلاً اگر کالایی در ایران علامت استاندارد را داشته باشد، نشانگر آن است که الزامات مورد نظر «سازمان ملی استاندارد ایران» را رعایت می‌کند یا اگر لباسی علامت wool mark را داشته باشد، نشانه آن است که کیفیت پشم مورد تأیید شرکت مربوطه را دارد.

گفتنی است که هر کسی که بتواند اثبات کند معیارهای شخص حقیقی یا حقوقی مربوطه را دارد، می‌تواند از علامت استفاده کند؛ بر خلاف علائم جمعی که استفاده‌کننده، باید عضو جمعیت یا انجمن مربوطه باشد (برای دیدن سایر تفاوت‌ها ر.ک: میرحسینی، ۱۳۹۰: ۷۱ - ۷۳).

۲.۵. نشانه‌های جغرافیایی^۱ و اسامی مبدأ^۲

نشانه جغرافیایی علامتی است برای کالاهایی که منشأ جغرافیایی خاص دارند و بر این اساس دارای کیفیت یا شهرتی هستند که منسوب به آن محل جغرافیایی است (Wipo, Understanding industrial Property: 14). بند الف ماده ۱ قانون حمایت از نشانه‌های جغرافیایی، «نشانه‌های جغرافیایی» را بر اساس بند ۱ ماده ۲۲ معاهده تریپس چنین تعریف می‌کند: «نشانه جغرافیایی نشانه‌ای است که مبدأ کالایی را به قلمرو، منطقه یا ناحیه‌ای از کشور منتسب می‌سازد؛ مشروط بر این که کیفیت و مرغوبیت، شهرت یا سایر خصوصیات کالا اساساً قابل انتساب به مبدأ جغرافیایی آن باشد». مثلاً محصولات کشاورزی دارای ویژگی‌هایی هستند که بسته به وضعیت آب و هوایی و خاک و ... است؛ نظیر منطقه توسکانی Tuscany در ایتالیا که روغن زیتون خوبی در آنجا به دست می‌آید. حتی ممکن است ویژگی‌های انسانی (مهارت و ...) یک منطقه باعث تمایز کالاهای آن منطقه شود؛ نظیر ساعت سوئیس (Wipo, Understanding industrial Property: 14).

بدینسان هرگاه ویژگی‌های طبیعی یا انسانی یک منطقه (اعم از روستا، شهر، کشور) روی کیفیت محصولات آن منطقه مؤثر باشد، با ثبت آن علامت می‌توان کالاهای آن منطقه را از سایر کالاهای مشابه متمایز کرد.

نوع خاصی از نشانه‌های جغرافیایی، «اسامی مبدأ» هستند و برای کالاهایی به کار می‌روند که در محلی تولید شده‌اند که ویژگی‌های آن محل، به نحو انحصاری یا اساسی، در تولید آنها دخالت داشته است؛ مثل اسم مبدأ (علامت) Habana برای تنباکویی که در منطقه هاوانا کوبا کشت می‌شود. ماده ۲ کنوانسیون لیسبون، اسامی مبدأ را چنین تعریف می‌نماید: «۱. در این موافقت‌نامه «اسم مبدأ» به اسم جغرافیایی کشور، منطقه یا محلی اطلاق می‌شود که محصول نشأت گرفته از آنجا و کیفیت و مشخصات آن منحصرأ یا اساساً به دلیل محیط جغرافیایی از جمله عوامل طبیعی و انسانی است. ۲. کشور مبدأ کشوری است که اسم آن یا اسم منطقه یا محل

1. Geographical indication- indication géographique.

2. appellation of origin- L'appellation d'origine.

واقع شده در آن، اسم مبدأ محسوب می‌شود و معروفیت محصول به‌خاطر آن است». بنابراین رابطه بین نشانه جغرافیایی و اسم مبدأ عموم و خصوص مطلق است؛ پس هر اسم مبدأیی، نشانه جغرافیایی هم هست؛ ولی هر نشانه جغرافیایی، اسم مبدأ نیست؛ زیرا فقط وقتی می‌توان سخن از اسم مبدأ گفت که پیوند کیفی اساسی یا انحصاری‌ای میان محل و کالا باشد.

نشانه‌های جغرافیایی و اسامی مبدأ برای کشورهایی مثل ایران^۱ که دارای محصولات و فرآورده‌های سنتی هستند که سابقه برخی به هزاران سال قبل می‌رسد، اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد؛ زیرا با ثبت این‌گونه نشانه‌ها و اسامی، می‌توان از یک طرف از محصولات مورد نظر حمایت کرد و عرضه آنها را گسترش داد و از سوی دیگر مانع سوء استفاده دیگر کشورها شد.

۲.۶. نام تجاری^۲

«نام تجاری» به تعبیر فصل سوم قانون ۱۳۸۶ یا به تعبیر قانون تجارت در باب چهاردهم خود، «اسم تجاری»، متأسفانه از همان آغاز قانون‌گذاری در ایران مورد عنایت جدی قرار نگرفته است؛ زیرا اگر چه قانون تجارت ۱۳۱۱ هفت ماده به آن اختصاص داده، نه آن را تعریف کرده و نه احکام آن را به وضوح بیان نموده و نه ضمانت اجرای مناسبی برای حمایت از آن مقرر کرده است. از این‌رو اشخاص بسیاری برای حمایت از نام تجاری خود مجبور بوده‌اند آن را به صورت علامت تجاری ثبت کنند. این بی‌توجهی در قانون ۱۳۸۶ نیز ادامه یافت و مقنن فقط در بند ج ماده ۳۰ به نحو بسیار کلی آن را تعریف نمود و چند ماده پراکنده به آن اختصاص داد که باید حتماً در آینده برای رفع خلأ قانونی در این حوزه اقدام جدی شود.

۱. کنوانسیون پاریس در بند ۲ ماده یک از علائم منبع و اسامی مبدأ نام می‌برد. قسمت سوم از بخش دوم معاهده تریپس نیز تحت عنوان نشانه‌های جغرافیایی (GI) به این موضوع پرداخته است. قانون‌گذار ایران در سال ۱۳۸۳ قانون مستقلی تحت عنوان حمایت از نشانه‌های جغرافیایی تصویب نموده است. در سال ۱۳۸۲ نیز ایران به موافقت‌نامه مادرید ۱۸۹۱ در مورد جلوگیری از نصب نشانه‌های منبع غیرواقعی یا گمراه‌کننده بر کالا، و در سال ۱۳۸۳ نیز به معاهده لیسبون راجع به حمایت از اسامی مبدأ و ثبت بین‌المللی آنها پیوست.

2. Trade name.

بند ج ماده ۳۰ قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶ مقرر می‌نماید: «نام تجارتي یعنی اسم یا عنوانی که معرف و مشخص‌کننده شخص حقیقی یا حقوقی باشد». در واقع در حوزه حقوق مالکیت فکری و تجارت، مراد از اسم تجارتي آن اسمی است که باعث می‌گردد یک «تاجر» از تاجر دیگر مجزا و مشخص شود.

کنوانسیون پاریس، ماده ۸ خود را به اسم تجاری اختصاص داده و حمایت از آن را خواستار شده است؛ بدون آنکه از آن تعریفی ارائه نماید. موافقت‌نامه تریپس هم در این حوزه، مواد مذکور در معاهده پاریس را در خود گنجانده و مواد مستقلى به اسم تجاری اختصاص نداده است. به هر حال همان‌طور که در جامعه اسم و فامیل افراد نقش حیاتی دارد و بدون آن نظام اجتماعی مختل می‌گردد، باید در حوزه تجارت نیز از اسامی تجاری افراد حمایت گردد و راه بر سوءاستفاده سایر افراد بسته شود.

۲.۷. سایر موارد

در این قسمت به مصادیق مالکیت صنعتی به غیر از علائم می‌پردازیم.

۲.۷.۱. اختراع^۱

ماده ۱ قانون ۱۳۸۶ اختراع را چنین تعریف می‌کند: «اختراع نتیجه فکر فرد یا افراد است که برای اولین بار فرایند یا فرآورده خاصی را ارائه می‌کند و مشکلی را در یک حرفه، فناوری، صنعت و مانند آنها، حل می‌نماید».^۲

اختراع (Invention) با گواهی اختراع یا ورقه اختراع (Patent) که یک سند و گواهی‌نامه است، تفاوت دارد. اختراع خود ایجاد و ابداع است؛ ولی برای هر اختراعی، گواهی اختراع (Patent) صادر نمی‌شود؛ مگر اینکه شرایط قانونی آن فراهم باشد؛ بنابراین تا گواهی اختراع، برای اختراعی اخذ نشود، آن اختراع مشمول حمایت‌های قانونی نخواهد شد. ماده ۳ قانون ۱۳۸۶ نیز مقرر می‌دارد:

1. Invention.

۲. کتاب هَند بوک وایپو اختراع را این‌چنین تعریف کرده است: «اختراع عبارت است از یک راه حل برای مسئله‌ای خاص در زمینه فناوری. اختراع می‌تواند فرآورده باشد یا فرایند» (wipo, 2008: 17).

«گواهی‌نامه اختراع سندی است که اداره مالکیت صنعتی برای حمایت از اختراع صادر می‌کند و دارنده آن می‌تواند از حقوق انحصاری برخوردار شود».

برای شناخت اختراع نخست باید توجه داشت که اختراع و اکتشاف (Discovery) با هم فرق دارند. بند ۱ ماده ۱ معاهد ژنو مصوب ۱۹۷۸، اکتشاف را چنین تعریف می‌کند: «اکتشاف علمی، به شناخت پدیده‌ها، خواص یا قوانین عالم مادی‌ای می‌پردازد که قبل از این شناخته نشده و قابل ارزیابی نبوده باشند». در واقع ما در اختراع چیزی را ایجاد می‌کنیم؛ اما در اکتشاف به چیزی آگاهی پیدا می‌کنیم که قبلاً علم به وجود آن نداشتیم (wipo, 2008: 4).

البته رابطه اختراع و اکتشاف بسیار نزدیک است. خیلی اوقات اکتشاف مقدمه اختراع است و تا زمانی که بشر قواعد علوم طبیعی را کشف نکند، نمی‌تواند چیزی را اختراع کند؛ مثلاً در حوزه ژنتیک تا انسان ژن‌ها را کشف نکرده بود، اختراعات ژنتیکی به دست نمی‌آمد.

اگر اکتشاف در معنی خاص خودش به کار رود، چون چیز جدیدی به وجود نیامده، به آن اختراع اطلاق نمی‌شود و به عنوان اختراع هم قابل حمایت نیست. به همین جهت در کنوانسیون پاریس اکتشافات مورد حمایت قرار نگرفته‌اند.^۲ ماده ۴ قانون ۱۳۸۶ نیز بیان می‌دارد: «موارد زیر از حیطه حمایت اختراع خارج است: الف. کشفیات ...».

از لحاظ استانداردهای بین‌المللی، امری اختراع محسوب می‌شود که سه شرط (عنصر مقوم) را داشته باشد: ۱. نو باشد؛ ۲. حاوی گام ابتکاری باشد؛ ۳. کاربرد صنعتی در معنای عام داشته باشد.

نو بودن Novelty: اختراعی نو است که در فن یا صنعت قبلی پیش‌بینی نشده باشد. منظور از فن یا صنعت قبلی (Prior art) مطابق ماده ۴ قانون ۱۳۸۶ عبارت است از: هر چیزی که در نقطه‌ای از جهان از طریق انتشار کتبی یا شفاهی یا از طریق استفاده عملی یا هر طریق دیگر، قبل از تقاضا یا در موارد حق تقدم ناشی از اظهارنامه ثبت اختراع، افشا نشده باشد.

1. Geneva Treaty on the International Recording of Scientific Discoveries ۱۹۷۸.

۲. کنوانسیون ۱۹۶۷ استکهلم، که سند تأسیس واپو است، از اکتشاف در ماده ۲ نام برده است: «مالکیت فکری شامل حقوق مربوط به موارد ذیل می‌شود: ... ۴. کشفیات علمی (Scientific Discovery)». در این ماده کشفیات علمی در زمره مصادیق مالکیت فکری آورده شده، اما تحت عنوان اختراع قابل حمایت نیستند.

نو بودن امری سلبی است. یعنی اینکه لازم نیست در اداره مالکیت صنعتی جدید بودن را ثابت کرد کافی است که ادعا شود آنچه ارائه شده قبلاً وجود نداشته است (نافی را نفی کافی است یا امر عدمی به دلیل نیاز ندارد).^۱

حاوی گام ابتکاری بودن (Inventive step): این شرط بسیار مهم است و معمولاً اختراعات به سبب این شرط است که قبول یا رد می‌شوند. در ماده ۲ قانون ۱۳۸۶ آمده است: «اختراعی قابل ثبت است که حاوی ابتکار جدید... باشد. ابتکار جدید عبارت است از: آنچه در فن یا صنعت قبلی وجود نداشته و برای دارنده مهارت عادی در فن مذکور معلوم و آشکار نباشد...». عناصر تشکیل‌دهنده گام ابتکاری عبارتند از:

۱. ابتکاری جدید و حرکتی رو به جلو وجود داشته باشد.
۲. این ابتکار جدید برای یک کارشناس دارای مهارت عادی (Ordinary Skill) قابل شناسایی نباشد (wipo, 2008: 20).

کارشناسان معمولاً سه امر را در بررسی وجود یا عدم گام ابتکاری یک اختراع لحاظ می‌کنند: مسئله‌ای که توسط اختراع حل می‌شود (چه چیزی را حل می‌کند؟). بررسی پاسخ به مسئله یا نیاز (چطور حل می‌کند؟). بررسی آثار و فواید عملی (آیا مفید است؟). اگر کارشناس به این نتیجه برسد که آن مسئله توسط یک فرد با مهارت عادی قابل طرح و حل است و نتیجه آن قابل پیش‌بینی، دیگر آن اختراع ادعایی حاوی گام ابتکاری نخواهد بود (wipo, 2008: 21). و در صورت احراز وجود شرایط مذکور تصدیق می‌نماید که گام ابتکاری موجود است.^۲

۱. در هندبوک وایپو تصریح شده است: «نو بودن، چیزی نیست که بتوان آن را اثبات کرد یا نشان داد؛ کافی است بیان شود که چنین چیزی در گذشته وجود نداشته است» (wipo, 2008: 19).

۲. در نو بودن کافی است در فن قبلی (Prior Art) چنین اختراعی وجود نداشته باشد. اما منظور از گام ابتکاری این است که اختراع نه‌تنها نو باشد، بلکه حرکت خلافانه اساسی و قابل اعتنا در آن وجود داشته باشد. بنابراین نسبت نو بودن و واجد گام ابتکاری بودن عموم و خصوص مطلق است؛ یعنی هر اختراعی که دارای گام ابتکاری باشد، نو هم هست؛ اما هر اختراعی که نو باشد، الزاماً حاوی گام ابتکاری نیست.

کاربرد صنعتی: اختراع باید در صنعت به مفهوم عام کاربرد داشته باشد. ماده ۱ قانون ۱۳۸۶ بیان می‌دارد: «... مشکلی را در یک حرفه، فن، فناوری، صنعت و مانند آن حل می‌نماید» و در ماده ۲ همان قانون مقرر می‌دارد: «... مراد از صنعت معنای گسترده آن است و شامل مواردی نظیر صنایع دستی، کشاورزی، ماهیگیری و خدمات نیز می‌شود». دلیل وجود این شرط آن است که اختراع باید نتیجه و کاربردی عملی داشته باشد؛ پس صرف کاربرد نظری کافی نیست.

۲.۷.۲. اختراع کوچک (مدل مفید)^۱

اختراع کوچک یا مدل مصرفی یا شیء مصرفی یا نمونه وسیله رفع احتیاج (ترجمه غیرقابل قبول مقنن از معاهده پاریس در بند ۲ ماده ۱ سال ۱۳۳۷)، همان اختراع است؛ منتها در مرتبه نازل‌تر. به بیان دیگر اگر آنچه ابداع شده است، حاوی مراتبی از ویژگی‌های اختراع باشد، تحت عنوان اختراع کوچک قابل حمایت است؛ مانند ابداع لیوانی که دمای محتویات خود را ثابت نگه دارد.^۲

توضیح آنکه در بسیاری کشورها، به‌ویژه در مورد ابداعات مکانیکی (بدون آنکه مختص به این حوزه باشد)،^۳ سعی می‌کنند از نوآوری‌های افراد حمایت کنند؛ حتی اگر آن ابداعات حائز شرایط اختراع نباشند. به این شکل ثبت این ابداعات را آسان‌تر می‌نمایند؛ البته در مقابل، حوزه و مدت حمایت کمتر می‌گردد.

برای شناخت بهتر موضوع اختراع کوچک باید آن را با اختراع «مقایسه» کرد:

۱. گام ابتکاری مورد نیاز در اختراع کوچک، رقیق‌تر از اختراع و حتی غیر لازم است؛ اگر چه نو بودن ضروری است.

1. utility model.

۲. برای دیدن اطلاعات بیشتر در این حوزه رک: سعید حبیب و زهرا شاکری، «ابعاد حقوقی نمونه اشیاء مفید، با تأکید بر مطالعه تطبیقی»، فصلنامه حقوق، دوره ۴۱، شماره ۱، ۱۳۹۰.

۳. برای مثال، در آلمان که کشوری صنعتی و پیشرفته است، اختراعات کوچک می‌تواند در حوزه مواد شیمیایی، صنایع غذایی یا دارویی هم باشد (http://dpma.de/english/utility_models/index.html) (Last visited 1. 2. 2015).

۲. مدت حمایت از اختراع کوچک کوتاه‌تر است (wipo, 2008: 40) و در کشورهای مختلف، متفاوت، ولی بین هفت تا ده سال است؛ بدون امکان تمدید مدت.
 ۳. تشریفات ثبت اختراع کوچک سریع‌تر و ساده‌تر است و معمولاً حدود شش ماه طول می‌کشد.
 ۴. هزینه ثبت اختراع کوچک کمتر است.
 ۵. در برخی کشورها، اختراع کوچک را فقط در برخی حوزه‌های خاص فنی و فقط برای فرآورده‌ها و نه فرایندها می‌پذیرند.^۱
- در حقوق ایران همچون برخی کشورها مقررات مستقلی راجع به حمایت از اختراعات کوچک وجود ندارد؛ گرچه ایران به کنوانسیون پاریس پیوسته و از جمله موضوعات مورد حمایت طبق بند ۲ ماده یک کنوانسیون، اختراعات کوچک است. با این حال در ایران عملاً و تحت نظام اختراع، از اختراعات کوچک حمایت می‌کنند که قابل انتقاد است و باعث افراط یا تفریط در حمایت از این دسته مصادیق مالکیت صنعتی می‌گردد.

۲.۷.۳. طرح‌های صنعتی

طرح‌های صنعتی مربوط می‌شود به زیبا شدن کالا جهت جذب و جلب مشتری؛ مثلاً وقتی شما به بازار مراجعه می‌کنید و قصد خرید ساعت دیواری دارید، هر کدام را که زیباتر باشد و بهتر به دل بنشیند، انتخاب می‌کنید و می‌خرید. این همان کارکرد طرح‌های صنعتی است.

ماده ۲۰ قانون سال ۱۳۸۶ طرح صنعتی را چنین تعریف کرده است: «از نظر این قانون، هرگونه ترکیب خطوط یا رنگ‌ها و هرگونه شکل سه‌بعدی با خطوط، رنگ‌ها یا بدون آن، به گونه‌ای که ترکیب یا شکل یک فرآورده صنعتی یا محصولی از صنایع دستی را تغییر دهد، طرح صنعتی است. در یک طرح صنعتی، تنها دسترسی به یک نتیجه فنی بدون تغییر ظاهری مشمول حمایت از این قانون نمی‌باشد». امروزه طرح‌های صنعتی در بسیاری از کالاها ی صنعتی کاربرد دارند و کالاها با

1. http://www.wipo.int/sme/en/ip_business/utility_models/utility_models.htm.

شکل‌های مختلفی ارائه می‌شوند؛ مثلاً ساعت و جواهرآلات یا اجناس تجملاتی، ابزارآلات پزشکی، اسباب خانگی، پارچه‌ها، اسباب‌بازی‌ها و حتی وسایل نقلیه.

حمایت از طرح‌های صنعتی به دو شیوه صورت می‌پذیرد: بعضی از نظام‌های حقوقی از طریق مالکیت ادبی و هنری حمایت می‌کنند و برخی کشورها از طریق مالکیت صنعتی از آن حمایت می‌کنند؛ از جمله کشور ایران.

در خصوص لزوم حمایت از طرح‌های صنعتی، اولین کنوانسیون، کنوانسیون پاریس است که در ماده ۵ بیان می‌کند که طرح‌های صنعتی باید در همه کشورهای عضو اتحادیه پاریس مورد حمایت قرار بگیرند. ولی مشخص نشده که از طریق سازوکار مالکیت ادبی و هنری از آنها حمایت شود یا مالکیت صنعتی؟

بند یک ماده ۲۵ معاهده تریپس مقرر می‌دارد: «اعضا از آن دسته از طرح‌های صنعتی که مستقلاً ایجاد شده و نو یا اصیل باشند، حمایت می‌کنند. اعضا می‌توانند مقرر دارند طرح‌هایی که با طرح‌های شناخته‌شده یا مجموعه‌ای از ویژگی‌های طرح‌های شناخته‌شده تفاوت چشمگیری نداشته باشند، طرح‌های تازه یا اصیل تلقی نشوند. اعضا می‌توانند مقرر دارند این حمایت شامل طرح‌هایی نشود که اساساً تحت تأثیر ملاحظات فنی یا کارکردی قرار دارند». بنابراین معاهده تریپس هم همانند معاهده پاریس نگفته از چه طریق (ادبی، هنری یا صنعتی) حمایت باید کرد و به کشورها آزادی عمل داده است.

قانون ۱۳۸۶ ایران، در خصوص حمایت از طرح‌های صنعتی ماده ۲۱ مقرر می‌دارد: «طرح صنعتی زمانی قابل ثبت است که جدید و یا اصیل باشد». صرف‌نظر از اینکه ذکر عبارت «و یا» در قانون‌نویسی، پسندیده نیست، متأسفانه مقنن در ترجمه دچار اشتباه شده و گمان کرده منظور معاهده تریپس این بوده که قانون‌گذاران می‌توانند سیستم مالکیت صنعتی یا ادبی هنری را هم‌زمان و در عرض هم برای حمایت اعمال کنند. درحالی‌که هر کدام از این سیستم‌ها اقتضائات خاص خود را دارد؛ مثلاً بر طبق نظام مالکیت صنعتی، طرح‌های صنعتی زمانی حمایت می‌شوند که ثبت شده باشند؛ ولی در مالکیت ادبی و هنری، ثبت لازم نیست یا اینکه مدت حمایت از طریق مالکیت صنعتی بین پنج تا پانزده سال است؛ ولی مدت حمایت از کپی‌رایت بین سی تا هفتاد سال است.

تفاوت دیگر این است که طرح صنعتی وقتی ثبت شود، حمایت کاملی را به دست می‌آورد و کپی آن نقض حق محسوب می‌شود، ولی در نظام کپی‌رایت نقض فقط با ایجاد همان اثر اصلی تحقق می‌یابد؛ بنابراین حمایت مالکیت صنعتی کوتاه‌تر است، ولی مؤثرتر می‌باشد.

تفاوت بین طرح صنعتی و اختراع هم قابل توجه است. طرح صنعتی به ظاهر کالا و زیبایی آن می‌پردازد و نگاهش به کاربرد فنی کالا یک نگاه تبعی است؛ اما در اختراع جنبه کاربرد صنعتی مدنظر است و بیشتر به جنبه نوآورانه بودن و خلاقیت آن پرداخته می‌گردد. به همین علت در اختراع عنصر حاوی گام ابتکاری بودن شرط است، ولی در طرح صنعتی چنین امری شرط نیست.

۲.۷.۴. مدارهای یکپارچه^۱

نقشه جانمایی (layout) مدارهای یکپارچه، محصول فکر انسان است که دستیابی به آن نیازمند سرمایه‌گذاری مالی و انسانی هنگفتی است. هدف این است که ابعاد آنها کوچک‌تر، ولی کارکردشان بیشتر شود. مهم‌ترین حوزه‌های کاربردی مدارهای یکپارچه عبارت است از: ساعت، تلویزیون، ماشین لباسشویی، اتومبیل، رایانه و صنایع نظامی (Wipo, Understanding industrial Property: 11).

در کنوانسیون پاریس به مدارهای یکپارچه اشاره‌ای نشده است. معاهده‌ای که در خصوص مدارهای یکپارچه تصویب شده، معاهده واشنگتن^۲ است که هنوز اجرایی نشده؛ با این حال معاهده تریپس بعضی از مقررات آن را در خود گنجانده است.

بر اساس تعریفی که در ماده ۲ معاهده واشنگتن بیان شده، مدار یکپارچه، محصولی است که دارای کارکرد الکترونیکی بوده و در شکل نهایی یا میانی خود دارای اجزای متعدد می‌باشد و حداقل یکی از این اجزای متعدد فعال بوده و همه یا برخی از ارتباطات میان این اجزا به صورت یکپارچه طراحی یا همه بر روی یک قطعه دیگر قرار گرفته باشند.

1. Integrated Circuit.

2. Treaty on Intellectual Property in Respect of Integrated Circuits, Washington 1989.

تبصره ۲ ماده ۶۲ قانون تجارت الکترونیک مصوب ۱۳۸۲ در تعریف مدارهای یک پارچه مقرر می‌دارد: «یک جزء الکترونیکی با نقشه و منطقی خاص است که عملکرد و کارایی آن قابلیت جایگزینی با تعداد بسیار زیادی از اجزاء الکترونیکی متعارف را داراست. طراحی‌های نقشه، جانمایی و منطق این مدارها بر اساس قانون ثبت علائم و اختراعات مصوب ۱۳۱۰/۴/۱ [قدیم] و آیین‌نامه اصلاحی اجرای قانون ثبت علائم تجاری و اختراعات مصوب ۱۳۳۷/۴/۱۴ [قدیم] مورد حمایت می‌باشد».

تفاوت اصلی مدارهای یکپارچه با طرح‌های صنعتی در این است که در مدارهای یکپارچه برخلاف طرح‌های صنعتی، به شکل ظاهری و شکل خارجی و زیبایی مدار، اصلاً توجه نمی‌شود و تفاوت مدارها با اختراع در این است که یکی از شرایط اصلی اختراع ابتکاری بودن است که در خصوص مدارهای یکپارچه این شرط الزاماً محقق نمی‌شود؛ گرچه ممکن است مدارهای یکپارچه در شرایطی اختراع محسوب شوند (میرحسینی، ۱۳۹۱: ۲۲۶).

۲.۷.۵. اسرار تجاری^۱

ماده ۶۵ قانون تجارت الکترونیک مقرر می‌دارد: «اسرار تجاری الکترونیکی "داده پیام"ی است که شامل اطلاعات، فرمول‌ها، الگوها، نرم‌افزارها و برنامه‌ها، ابزار و روش‌ها، تکنیک‌ها و فرایندها، تألیفات

منتشر نشده، روش‌های انجام تجارت و دادوستد، فنون، نقشه‌ها و فراگردها، اطلاعات مالی، فهرست مشتریان، طرح‌های تجاری و امثال اینها است که به طور مستقل دارای ارزش اقتصادی بوده و در دسترس عموم قرار ندارد و تلاش‌های معقولانه‌ای برای حفظ و حراست از آنها انجام شده است». به بیان مختصرتر می‌توان گفت: منظور از اسرار تجاری، دانش‌های فنی محرمانه و گردآوری اطلاعات مفید است که در انجام فعالیت‌های صنعتی خاص یا در توسعه فنون سودمند یک هدف صنعتی، ضرورت دارد (نقل از: همان: ۲۳۵).

1. Trade Secrets.

در کنوانسیون پاریس مستقلاً به اسرار تجاری اشاره‌ای نشده؛ اما در کنوانسیون تریپس به طور مفصل از ماده ۳۹ به بعد، به اسرار تجاری پرداخته شده است. در حقوق داخلی ما از اسرار تجاری به طور صریح و روشن حمایت نشده است؛ اما در قانون مسئولیت مدنی و قانون مجازات اسلامی و قانون تجارت الکترونیک مواردی وجود دارد که می‌توان با استناد به آنها از اسرار تجاری حمایت کرد.

توضیح آنکه چون اسرار تجاری ارزش مالی دارند، مال محسوب می‌شوند و ما می‌توانیم حمایت‌هایی را که از اموال می‌کنیم، در مورد اسرار تجاری هم به کار ببریم. پس اگر کسی اسرار تجاری را از بین ببرد، طبق قانون مسئول جبران ضرر و زیان است یا اگر کارمند شرکتی اطلاعات مربوط به شرکت را کپی کرده و در اختیار دیگری قرار دهد، به جرم خیانت در امانت محکوم می‌شود.^۱

۲.۷.۶. رقابت نامشروع^۲

بند ۲ و ۳ ماده ۱۰ مکرر معاهده پاریس، رقابت نامشروع را این‌گونه تعریف کرده است: «۲. هر رقابتی که برخلاف معمول شرافتمندانه صنعت یا تجارت انجام گیرد یک رقابت نامشروع تلقی می‌شود. ۳. مخصوصاً اعمال ذیل باید ممنوع گردد: اولاً هر عملی که ممکن است به نحوی از انحاء موجب اشتباه با مؤسسه محصولات یا فعالیت صنعتی یا تجارتی یک رقیب شود. ثانیاً اظهارات خلاف واقع در تجارت که ممکن است باعث تزلزل اعتبار مؤسسه، محصولات یا فعالیت صنعتی یا تجارتی یک رقیب گردد. ثالثاً مشخصات یا اظهاراتی که به کار بردن آن در بازرگانی، موجب اشتباه عامه راجع به ماهیت، طرز ساخت، صفات ممیزه، جنس، قابلیت استعمال یا کمیت کالا گردد». مباحث مربوط به رقابت نامشروع از جمله مباحث مهم حقوق است. با این حال باید توجه داشت که حقوق مالکیت فکری به معنی اخص خود شامل آن نمی‌شود؛ گرچه از آن کمک می‌گیرد تا حقوق صاحبان آثار فکری در حوزه تجارت حفظ گردد.

۱. رأی شعبه ۳۱ دادگاه تجدیدنظر استان تهران (نقل از میرحسینی، ۱۳۹۱: ۲۳۸). در واقع اسرار تجاری، مالی بوده که به کارمند یا کارگر سپرده شده بوده است.

2. Unfair competition.

در حقوق ایران در این باره به‌ویژه فصل نهم قانون «اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی» مصوب ۱۳۸۶ تحت عنوان «تسهیل رقابت و منع انحصار» قابل ذکر است که مقررات نسبتاً مناسبی در این زمینه دارد.^۱

۲.۷.۷. ارقام گیاهی

مطابق با قانون ثبت ارقام گیاهی و کنترل و گواهی بذر و نهال مصوب ۱۳۸۲ و آیین‌نامه اجرایی آن، «ارقام گیاهی جدید چنانچه واجد شرایط زیر باشند ثبت می‌شوند: الف. جدید بودن رقم، به شکلی که با ارقام ثبت یا شناخته‌شده قبلی از نظر خصوصیات ژنتیکی تمایز داشته باشد. ارقام تراریخته نیز مشمول این بند خواهند بود. ب. رقم جدید از نظر ژنتیکی و ظاهری یا هر دو مورد یکنواخت باشد. ج. خصوصیات رقم اعم از دورگ (هیبرید) یا غیر دورگ (غیرهیبرید) در سال‌های تولید و تکثیر ثابت بماند. تبصره ۱. ذخایر ژنتیک گیاهی اصلاح‌نشده و وحشی به عنوان ذخایر ملی تلقی گردیده و ثبت آنها تحت نام بخش‌های غیردولتی مجاز نمی‌باشد. ثبت این‌گونه ذخایر بر اساس تقاضای دستگاه‌های دولتی تحت نام دولت جمهوری اسلامی ایران انجام خواهد شد». بنابراین تمام یا قسمتی از گیاه و هر فرآورده‌ای که به صورت مستقیم از مواد برداشت‌شده تولید شود، در صورت حائز شرایط بودن، می‌تواند به عنوان ماده گیاهی رقم حمایت گردد.^۲ ماده ۵ قانون هم مقرر می‌دارد: «ثبت ارقام اصلاح‌شده

۱. ماده ۵۱ این قانون مقرر می‌دارد: «حقوق و امتیازات انحصاری ناشی از مالکیت فکری نباید موجب نقض مواد ۴۴ تا ۴۸ این قانون شود. در این صورت شورای رقابت اختیار خواهد داشت یک یا چند تصمیم زیر را اتخاذ کند:

الف) توقف فعالیت یا عدم اعمال حقوق انحصاری از جمله تحدید دوره اعمال حقوق انحصاری؛
 ب) منع طرف قرارداد، توافق یا مصالحه مرتبط با حقوق انحصاری از انجام تمام یا بخشی از شرایط و تعهدات مندرج در آن؛
 ج) ابطال قراردادها، توافق‌ها یا تفاهم مرتبط با حقوق انحصاری در صورت مؤثر نبودن تدابیر موضوع بندهای "الف" و "ب" این ماده».

۲. برای توضیحات بیشتر در این زمینه ر.ک: سعید حبیبی و راضیه حیدری، «دامنه حقوق مالکیت فکری در حمایت از ارقام جدید گیاهی»، فصلنامه مطالعات خصوصی، دوره ۴۴، شماره ۲، ۱۳۹۳.

گیاهی باعث مالکیت معنوی و به منزله تعلق انحصاری بهره‌برداری اقتصادی از آن رقم به مدت حداکثر هجده سال برای اصلاح‌کننده (حقیقی یا حقوقی) می‌باشد. هرگونه استفاده تجاری از ارقام ثبت‌شده منوط به کسب مجوز کتبی از اصلاح‌کننده است. تبصره: به‌نژادگرانی که رقمی را به ثبت می‌رسانند، می‌توانند امتیاز انحصاری بهره‌برداری اقتصادی خود را به اشخاص حقیقی و حقوقی دیگر واگذار نمایند».

نتیجه

با توجه به مباحث قبلی به عنوان نتیجه باید گفت: در حقوق مالکیت فکری موضوعات مورد حمایت، چیزهایی هستند که در ذهن پدیدآورنده، آفریده می‌شوند و به دیگر سخن، پدیدآورنده با استفاده از نیروی فکری خود، در ذهن خود، شیئی ارزشمند خلق می‌کند و در صورتی که ابراز شود و ارزش مالی داشته باشد، حقوق مالکیت فکری بسته به مورد تحت عنوان حقوق مالکیت ادبی و هنری یا حقوق مالکیت صنعتی، از آثار ایجادشده حمایت می‌کند. آثار فکری در این ویژگی مشترکند، ولی تفاوت‌هایی میان مصادیق این دو دسته وجود دارد که مهم‌ترین آنها این است که در آثار ادبی و هنری تأکید بر حمایت از شکل ابراز ایده است، ولی در اموال صنعتی تأکید بر حمایت از خود ایده است که پس از طی مراحل قانونی، مورد حمایت قرار می‌گیرد و همین مسئله باعث تفاوت‌هایی در آثار و احکام این دو دسته می‌گردد. در ادامه نیز مصادیق اصلی حقوق مالکیت ادبی و هنری و مالکیت صنعتی بیان شد و موضوعات قابل حمایت تبیین گردید. دیدیم که برخی آثار مثل طرح‌های صنعتی یا نرم‌افزارهای رایانه‌ای این قابلیت را دارند که بسته به مورد تحت هر دو نظام مورد حمایت قرار گیرند. در آخر باید گفت قوانین ایران در برخی حوزه‌ها، نظیر اسم تجاری یا اختراعات کوچک (اشیاء مفید) با فقدان قانون مناسب، مواجه است که دخالت مقنن را ایجاب می‌کند.

منابع

فارسی

۱. ابراهیمی دینانی، غلامحسین، فلسفه و ساحت سخن، تهران: هرمس، چاپ اول، ۱۳۸۹.
۲. اسلامی ندوشن، محمدعلی، دیپاچه‌ها، تهران: شرکت سهامی انتشار، چاپ دوم، ۱۳۹۲.
۳. اسماعیلی، محسن، «آثار مورد حمایت در حقوق مالکیت‌های ادبی و هنری ایران و شرایط آن»، فصلنامه پژوهشی دانشگاه امام صادق (ع)، شماره ۲۸، صفحات ۲۷ - ۳۵، ۱۳۸۴.
۴. الماسی، نجادعلی و حبیبی، بهنام، «بررسی مفهوم، جایگاه و نمادهای حقوقی فولکلور»، مجله نامه مفید، شماره ۵۸، ۱۳۸۵.
۵. پیلوار، رحیم، فلسفه حق مالکیت، تهران: شرکت سهامی انتشار، چاپ اول، ۱۳۹۱.
۶. جعفری لنگرودی، محمدجعفر، حقوق اموال، تهران: گنج دانش، چاپ پنجم، ۱۳۸۰.
۷. حائری یزدی، مهدی، کاوش‌های عقل عملی، مؤسسه پژوهشی حکمت و فلسفه ایران، چاپ دوم، ۱۳۸۴.
۸. حبیبی، سعید و شاکری، زهرا، «ابعاد حقوقی نمونه اشیاء مفید: با تأکید بر مطالعه تطبیقی»، فصلنامه حقوق، دوره ۴۱، شماره ۱، ۱۳۹۰.
۹. حبیبی، سعید و حیدری، راضیه، «دامنه حقوق مالکیت فکری در حمایت از ارقام جدید گیاهی»، فصلنامه مطالعات خصوصی، دوره ۴۴، شماره ۲، ۱۳۹۳.
۱۰. حکمت‌نیا، محمود، مبانی مالکیت فکری، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، چاپ دوم، ۱۳۸۷.
۱۱. دراهوس، پیتر، فلسفه مالکیت فکری، ترجمه محمود حکمت‌نیا با همکاری مهدی معلی و علی تقی‌خانی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، چاپ اول، ۱۳۹۱.
۱۲. زرکلام، ستار، حقوق مالکیت ادبی و هنری، تهران: سمت، چاپ دوم، ۱۳۸۸.
۱۳. صادقی، محمود و طهماسبی، علی، «حقوق پدیدآورنده پایگاه داده: مطالعه‌ای تطبیقی در حقوق خارجی و حقوق ایران»، مجله حقوقی دادگستری، شماره ۵۰ و ۵۱، ۱۳۸۴.

۱۴. صفایی، سیدحسین، حقوق مدنی و حقوق تطبیقی، تهران: میزان، چاپ اول، ۱۳۷۵.
۱۵. کاتوزیان، ناصر، اموال و مالکیت، تهران: دادگستر، چاپ دوم، ۱۳۷۸.
۱۶. غنی‌نژاد، موسی، تجددطلبی و توسعه در ایران معاصر، تهران: مرکز، چاپ اول، ۱۳۷۷.
۱۷. محمدزاده وادقانی، علی‌رضا، گفتاری در حقوق بین‌الملل مؤلف و حقوق مجاور، تهران: میزان، چاپ اول، ۱۳۹۳.
۱۸. میرحسینی، سیدحسن، مقدمه‌ای بر حقوق مالکیت معنوی، تهران: میزان، چاپ سوم، ۱۳۹۱.

انگلیسی

1. Drahos, Peter, A philosophy of intellectual property, Dartmouth pub, 2001.
2. Harris, J. W, Property and justice, Oxford, 1996.
3. Idris, Kamil, Intellectual Property a power tool for economic growth, Wipo pub, 2003.
4. Taubman, Antony, Wagner, Hannu, Watal, Tayashra, A handbook on the Wto trips agreement, Cambridge Pub, 2013.
5. Terré, François et Simler, Philippe, Droit civil, Les biens, 7 édition, Dalloz, 2006.
6. Wipo, intellectual Property handbook, Wipo pub, Geneve, 2008.
7. Wipo, Lea l'n from the past, creat the future the arts and copy right, Wipo pub, 2007.
8. Wipo, Understanding copyright and related rights, wipo pub Number. 909E.
9. Wipo, Understanding industrial Property, wipopub. Number 805 E.