

فصلنامه بین المللی قانون یار

License Number: 78864 Article Cod: 2019Y3N10A4 ISSN-P: 2538-3701

بررسی نقض مالکیت فکری در فضای مجازی

فروزنده شفییعی^۱

پژوهشگر و محقق

دکتر مجید دهقان چناری

هیئت علمی دانشگاه آزاد یزد

چکیده

حقوق مالکیت فکری حامی خلاقیت‌های ذهن بشر در زمینه‌های مختلف صنعتی، علمی، ادبی و هنری می‌باشد و این حمایت را از طریق برقراری مجازات برای نقض‌کنندگان حقوق، و الزام آنان به پرداخت خسارت‌های وارده به صاحبان حق انجام می‌دهد. آنچه که در همه قوانین مربوط به مالکیت فکری باید مراعات گردد، بروز بودن این قوانین و همراه بودن آن‌ها با مقتضیات جامعه و پیشرفت‌های بشری در زمینه‌های مختلف می‌باشد. هدف این تحقیق، ضمن مطالعه و بررسی نقض مالکیت فکری در فضای مجازی، شناسایی حریم خصوصی افراد و قوانین مربوط به نقض این حریم در فضای مجازی می‌باشد. روش گردآوری اطلاعات و داده‌ها به صورت استفاده از اطلاعات کتابخانه‌ای و از طریق مطالعه کتب و مقالات علمی و حقوقی بهره‌گیری مقالات علمی و تخصصی و همچنین فیش‌برداری و جمع‌بندی از آنها بوده است و در نهایت محقق از یافته‌های موجود استنباط خود را بیان نموده است. در نتیجه این تحلیل‌ها به نظر می‌رسد شناسایی اصول و سازکارهای حقوقی مالکیت فکری در فضای مجازی می‌تواند از نقض آن جلوگیری و بالا بردن آگاهی‌کنندگان از قوانین در این زمینه منجر به کاهش رفتارهای مجرمانه در این خصوص شود. با این حال با بررسی چارچوب حقوقی فعلی حقوق مالکیت فکری می‌توان دریافت که راهکارهایی برای غلبه بر این چالش قابل تصور است.

واژگان کلیدی: نقض مالکیت فکری، فضای مجازی، حریم خصوصی، حق کپی رایت

۱ نویسنده مسئول



حمایت از مالکیت فکری در گستره فرهنگی ایران زمین به طور اعم و در عرصه جهانی از مهم ترین مسائلی است که صاحبان آراء و اندیشه، ناشران و مسئولان در طیف گسترده و کلی پدید آورندگان همه گونه آثار علمی، فرهنگی، هنری و... باید به آن بپردازند این مساله مهم که اینک چالش بزرگ را در مبادلات جهانی پدید آورده ناگزیر باید در ایران با رهیافتی علمی سازمان پذیرد. حقوق مالکیت فکری در فضای مجازی در عرصه های رسانه های گروهی مانند اینترنت، رادیو و تلویزیون، نرم افزارهای کامپیوتری، شبکه های ماهواره ای و غیره که نقش تاثیرگذار آنها در تحولات اجتماعی جوامع حرکت آفرینی و رشد و توسعه پایدار اقتصادی- اجتماعی آن ها انکارناپذیر است- یکی از شعب مهم مالکیت فکری به شمار می رود از نظر تاریخی نیاز به وضع قوانین در دفاع از حقوق مالکیت فکری در فضای مجازی یا به تعبیری دیگر فضای سایبری و اینترنت است. فضای مجازی که از همان اوان پیدایش اهمیت خود را در ترویج و توسعه علمی جامعه بشری نشان داد امکان سوء استفاده وسیع را از آثار پدید آورندگان نیز فراهم آورد در سده های ۱۶ و ۱۷ و با طلوع جنبش اصلاح مذهب و اندیشه های حاکم در عصر رنسانس تکیه این نهضت ها بر حقوق و آزادی های فردی و اعتراض های سرسختانه نویسندگان و هنرمندان دولت ها را بر آن داشت که حقوق پدید آورندگان را در جنبه های مادی و معنوی به رسمیت بشناسند و آن را در قوانین موضوعه خود بگنجانند این حقوق پس از تثبیت در داخل مرزها به واسطه داد و ستد بین کشورها و تاکید صاحبان آثار علمی، ادبی، هنری و .. به حفظ حقوق خود در کشورهای دیگر ابتدا در فرایند معاملات متقابل کشورها و سپس در قراردادهای چند جانبه و جهانی بسط و تکامل یافت. مشکل حفظ حقوق مالکیت فکری بعضی از آثار و محصولات جدید مانند نرم افزارهای رایانه



ای طراحی های صنعتی و نظایر آن ها نیز در خور ذکر و تامل است. (زرکلام، ۱۳۸۸: ۱۸)

مولفان و مصنفان و هنرمندان پی افکنان و طلیعه داران فرهنگ و تمدن بشری اند. اگر آثار گرانسنگ اندیشمندان و متفکران جامعه را تعرض مصون نماند و پدید آورندگان به حمایت موثر و قوی از آثار خود دلگرم نباشند بدون تردید استقلال اقتصادی، علمی، فنی و فرهنگی ملت ها دستخوش تزلزل خواهد شد. در قرن حاضر، به علت رشد روزافزون فن آوری، ارتباط هر چه بیشتر ملت ها و به هم نزدیکتر شدن فرهنگ ها و تمدن ها، مالکیت های فکری از اهمیت خاصی برخوردار شده اند. یکی از انواع مالکیت های فکری، مالکیت در همین فضای مجازی می باشد، است. که به ویژه حق مولف را نیز در بردارد. از دیرباز، این حق مورد توجه بوده و به ویژه از زمان پیدایش صنعت چاپ، اهمیت فراوانی یافته است. حق مولف، به دو نوع: معنوی و مادی تقسیم می شود. براساس حق معنوی، مولف دارای یک سلسله امتیازات غیرمالی قانونی است، که ارتباط ویژه ای با شخصیت وی دارد. حق انتشار اثر، حق حرمت اثر، حق حرمت نام و عنوان مولف، حق عدول یا استرداد اثر و حق جایزه و پاداش، از جمله حقوق معنوی مربوط به مولف است که وی می تواند به طور مستقیم در زمان حیات، از آنها برخوردار شود و بعد از فوت وی نیز ادامه می یابد (میرحسینی، ۱۳۸۸: ۲۹) در حقوق همه کشورهای متمدن برای حمایت از حقوق مزبور، مقرراتی وضع شده است. چون بسیاری از آثار ادبی و علمی از مرزهای کشور اصلی خارج می گردد. و در کشورهای دیگر استفاده می شود، لذا حمایت از این حق جنبه بین المللی یافته و کنوانسیون های بین المللی متعددی در این باره منعقد شده است؛ که از مهمترین آنها می توان کنوانسیون های: برن (۱۸۸۶ م)، ژنو (۱۹۵۲ م) و تجدیدنظر شده (۱۹۷۱ م) پاریس و سازمان جهانی مالکیت معنوی را نام برد. در حقوق ایران نیز بعد از مدتها نابسامانی، سرانجام قانون تقریباً جامعی با عنوان: «قانون حمایت



حقوق مولفان و مصنفان و هنرمندان» در سال ۱۳۴۸ به تصویب رسید. در این مقاله ابتدا مفاهیم حریم خصوصی، نقض مالکیت فکری و فضای مجازی، بررسی می شود و سپس به بررسی انواع نقض حقوق مالکیت در فضای مجازی، نقض کپی رایت در اینترنت و ... پرداخته می شود.

بخش اول: کلیات و مفاهیم

در این قسمت، جهت درک بهتر مطالب به مفاهیم مرتبط با موضوع پرداخته می شود.

بند اول: حریم خصوصی

حریم خصوصی به مفهوم حوزه ای خصوصی و تعرض ناپذیر از حیات فردی انسان است. در این مفهوم^۱ که به معنای حق افراد در مصون از تعرض بودن حریم خصوصی به مفهوم اول است و می توان آن را حق بهره مندی از حریم خصوصی نیز نامید. (اصلائی، ۱۳۸۴: ۱۸). قلمرویی از زندگی هر شخص است که آن شخص عرفاً یا اعلان قبلی در چارچوب قانون، انتظار دارد یا دیگران بدون رضایت وی به آن وارد نشوند یا بر آن نگاه یا نظارت نکنند و یا به اطلاعات راجع به آن دسترسی نداشته یا در آن قلمرو، وی را مورد تعرض قرار ندهند. جسم، البسه و اشیا همراه افراد، امکان خصوصی و منازل، محل های کار، اطلاعات شخصی و ارتباطات خصوصی با دیگران «حریم خصوصی» محسوب می شوند.^۲ البته با توجه به اینکه

۱. معادل عبارت Private Domain

۲- این تعریف در بند ۱ ماده ۲ لایحه حمایت از حریم خصوصی ذکر شده است. لایحه ی حریم خصوصی با هدف حمایت از حریم خصوصی افراد، اطلاعات شخصی و ارتباطات و شفاف سازی اختیارات و مسئولیت های ارکان و اجزاء مختلف حکومت در زمینه ی رعایت حریم خصوصی افراد در کمیسیون لوایح دولت هشتم در خرداد سال ۵۳ تصویب شد و دولت نهم تقاضای استرداد آن را از مجلس نمود که سرانجام استرداد این لایحه در جلسه ی علنی مجلس در تاریخ ۱۶ فروردین ماه سال ۸۵ هفتم اعلام وصول شد.



حریم خصوصی مفهومی اجتماعی است و مفاهیم اجتماعی نیز با تغییر شرایط و اوضاع و احوال اجتماعی و نیز از اجتماع به اجتماع دیگر و نیز از زمانی به زمان دیگر متفاوت می باشد و ابعاد و حدود حریم خصوصی بستگی تام به فرهنگ و زمینه های اجتماعی و محیطی دارد؛ به عبارت دیگر حریم خصوصی مفهومی نسبی است (امانی، ۱۳۹۳: ۱۵). آنچه که در یک جامعه جزء حریم خصوصی محسوب می شود ممکن است در جامعه ای دیگر از حوزه حریم خصوصی خارج باشد. در قوانین داخلی نیز تعریفی از حریم خصوصی ارائه نشده و فقط در قوانین مختلف ابعاد و مصادیقی از آن مورد حمایت قرار گرفته شده است. همچنین ممکن است در میان اقشار مختلف یک جامعه نیز مساله ای جزء حریم خصوصی محسوب شده و در میان اقشار دیگر آن جامعه از حوزه حریم خصوصی خارج باشد. در تعریفی دیگر، حریم خصوصی قلمرویی از زندگی مادی و معنوی انسان است که انتظار دارد جز با رضایت وی هیچ شخصی در آن ورود پیدا نکرده و یا آن را پایش ننماید. لذا یکی از ارزشمندترین حقوق اساسی افراد یک جامعه حق حریم خصوصی است که در آن افراد با امنیت کامل به زندگی خصوصی خود پرداخته و هیچ گونه نگرانی از وجه افشای اطلاعات شخصی و تجاوز به حریم امن شخصی خود نداشته باشند. وجه اشتراک تعاریف ارائه شده از مفهوم حریم خصوصی، ضرورت وجود یک محیط مجازی یا غیر مجازی امن برای افراد جامعه که از پایش و تجاوز دیگران مصون بماند. هر شخص فارغ از هر نوع فعالیت، عقیده، خط مشی و فرهنگی که دارد نیازمند یک خلوت است که در آن خلوت با خود و با اشخاصی که خود دوست دارد مراد، تبادل نظر و گفت و گو نماید. (صادقی، ۱۳۸۸: ۱۱۳) مهم ترین واژه های مورد استفاده در بحث از حریم خصوصی عبارتند از:



۱- **حوزه خصوصی**^۱: محدوده ای از حیات فردی یا اطلاعات مربوط به چنین محدوده ای که اصولاً و صرف نظر از هر گونه استثنای قانونی، نوع بشر انتظار دارد که از دسترسی دیگران به دور مانده و بدون رضایت او منتشر نگردد.

۲- **حریم خصوصی**^۲: حق اولیه افراد در مصون ماندن حوزه خصوصی ایشان از هر گونه مداخله و تعرض فاقد مجوز قانونی و همچنین منبع دیگران از آگاهی بر اطلاعات این حوزه.

۳- **حق خلوت**: معادل عبارت حریم خصوصی است

۴- **حریم خصوصی در منازل و اماکن**^۳: حق اولیه افراد در مصون از تعرض و تجاوز بودن منازل و اماکن و به طور کلی مکان های سرپوشیده یا محصور متعلق به ایشان.

۵- **حریم خصوصی اطلاعاتی**^۴: عبارت است از حق اولیه افراد در محرمانه باقی ماندن و جلوگیری از تحصیل، پردازش و انتشار داده های شخصی مربوط به ایشان مگر در موارد مصرح قانونی.

۶- **حریم خصوصی ارتباطاتی**^۵: حق اشخاص در امنیت و محرمانه باقی ماندن محتوای کلیه اشکال و صور مراسلات و مخابرات متعلق به ایشان و اطلاعات مربوط به آن.

۷- **حریم خصوصی جسمانی**^۱: حق اشخاص در حمایت و مصون از تعرض بودن تمامیت جسمانی و بدنی ایشان، از جمله جنبه های مرتبط به سلامت جسمی و روحی و همچنین مشخصات و خصوصیات محرمانه بدنی آنها.

1 - Private Domain

2 - Privacy Right

3 - Territorial Privacy

4 - Information privacy

5 - Communication privacy

۸- داده های شخصی^۲: مشخصات، ممیزات و اطلاعات مربوط به یک شخص معین یا قابل تمایز که موجب تمایز او از سایرین گردد.

۹- داده های شخصی حساس^۳: داده ها و اطلاعات مربوط به اشخاص حقیقی که مربوط به جنبه های کاملاً شخصی و فردی زندگی او از قبیل مشخصات نژادی، عقاید سیاسی و فلسفی، اطلاعات مربوط به سلامتی جسمی و روانی، اطلاعات اقتصادی و ... می باشد.

۱۰- پردازش داده ها^۴: عبارت از شخص حقیقی یا حقوقی عمومی یا خصوصی که تعیین اهداف و راهکار و ابزار پردازش را به موجب قوانین و مقررات مختلف بر عهده دارد (اصلائی، ۱۳۸۴: ۲۹-۲۷).

بخش دوم: نقض مالکیت فکری

منظور از نقض مالکیت های فکری آن است که یک مورد از حقوق مادی یا معنوی ناشی از مالکیت فکری، بدون اجازه قانون یا دارنده حق مورد استفاده قرار گیرد (جوناسکو ، ۲۵:۱۳۸۰). به دیگر سخن، از آثار متعلق به دیگران بدون اجازه آنها استفاده شود که به یکی از حقوق مادی یا معنوی پدید آورنده اثر یا منتقل الیه هر یک از حقوق مادی متعلق به آن اثر لطمه و زیان وارد آید (زرکلام ، ۱۳۸۸: ۱۸). طبق این تعریف، اگر آثار علمی، هنری و موسیقی فردی بدون اجازه وی یا منتقل الیه برای تکثیر، عرضه یا نمایش، در یکی از رسانه های همگانی مورد استفاده قرار گیرد، یا فیلمی که یک شرکت فیلم برداری از یک مسابقه ورزشی به صورت انحصاری تهیه کرده است؛ بدون اجازه دارنده حق پخش، از تلویزیون یا

-
- 1 - Bodily privacy
 - 2- Personal data
 - 3 - Sensitive Personal
 - 4 - Data Processing



اینترنت پخش شود، و یا کتاب یا مقاله‌ی علمی متعلق به یک نویسنده بدون اجازه وی به نام دیگری یا به صورت تحریف شده در یکی از رسانه‌های همگانی، منتشر یا پخش شود، نقض محقق شده است. (میرحسینی ۱۳۸۸: ۵۸) برای تحقق نقض حقوق پدید آورندگان در رسانه‌های همگانی، طبق قانون کپی رایت انگلستان، عناصر زیرالزام است:

۱- از اثر پدید آورنده کپی برداری شود.

۲- اثر کپی شده به عموم عرضه می‌شود.

۳- اثری که از آن کپی برداری شده است، قبلاً به عموم ارائه شده باشد.

۴- عرضه اثر کپی برداری شده به عموم از طریق پخش و نشر آن‌ها در یکی از رسانه‌های همگانی انجام گرفته باشد.

بند اول: فضای مجازی

فضای سایبر به عنوان مجموعه تعامل‌های انسان‌ها از طریق رایانه و فن آوری‌های نوین ارتباطات، بدون در نظر گرفتن «زمان» و «مکان»، توسط ویلیام گیبسون نویسنده داستان علمی تخیلی در کتاب «نورومونسر» در سال ۱۹۸۴ به کار برده شد. وی فضای سایبر را بازنمایی گرافیکی از داده‌ها از نظام‌های رایانه‌ای می‌داند. مفهومی که مورد نظر گیبسون بود، شاید به نوعی به هوش مصنوعی و رباتیک نزدیک تر است تا آنچه اکنون به نام «فضای سایبر» شناخته می‌شود. این مفهوم نه چندان روشن اولیه، به تدریج دستمایه گفتمانی فلسفی در حوزه سایبر شد و چندی نپایید که حوزه سایبر نه به عنوان محدوده‌ای آزمایشگاهی یا علمی، که خود به مثابه جهانی مستقل، مورد بررسی قرار گرفت. این سخن درستی است که با گسترش استفاده از مفهوم نوین سایبر، هر آنچه پس یا پیش از واژه «سایبر» قرار گیرد، به نوعی به بیان

رابطه انسان و رایانه می پردازد. در عین حال، رویکردهای گوناگون به فضای سایبر قابل انکار نیست. مفهوم فضای سایبری معطوف به فضای ساختگی و خیالی واقعیت مجازی و اینترنت است که انسان از طریق آن به فضای واقعیت مجازی وارد می شود. بدون فن آوری، فضای سایبر بی معنا خواهد بود. اکنون، فضای سایبر را با موضوعات علمی - تخیلی مقایسه می کنند. این نوع ناکجا آباد است که در آن می توان هویت‌های چندگانه داشت. در واقع، اینترنت دروازه فضای سایبر است، اما فضای سایبر، با ویژگی‌هایی چون میزان و چگونگی دسترسی، راهبری، فعالیت اطلاع‌یابی، بالندگی و اعتماد شناخته می شود (خانیکی و بابائی، ۱۳۹۰: ۷۶-۷۷).

بخش سوم: انواع نقض حقوق مالکیت در فضای مجازی

فضای مجازی و دیجیتالی بودن محیط هیچگونه تاثیری در اصل حمایت از اثر ندارد. در واقع آنچه در این محیط قرار دارد قالبی است که در حمایت از اثر واجد اهمیت نیست، زیرا قبل از همه اثر فکری نتیجه یک فعالیت خلاقانه است که در شکل بیرونی و مستقل از قالب تجلی می کند. بنابراین آثاری که از قبل وجود داشته و سپس به صورت دیجیتالی در آمده نظیر موسیقی و عکس و آثاری که از ابتدا به صورت دیجیتالی ایجاد شده اند همین قدر که اصیل باشند مورد حمایت می باشند (جوناسکو، ۲۸:۱۳۸۰). به این ترتیب، هیچ تردیدی در لزوم حمایت از آثاری که به طور سنتی به عنوان اثر ادبی و هنری شناخته شده اند و یا آثاری که در بستر مبادلات الکترونیکی با بهره‌گیری از رایانه ایجاد شده اند نظیر نرم افزارها و پایگاه الکترونیکی و هر داده پیام که محتوی آنها را آثار ادبی و هنری تشکیل می دهد، وجود ندارد. (حبیبی مجنده، ۲۸: ۱۳۹۵) در اینجا، بحث تقسیم انواع مالکیت فکری را در اینترنت صرفاً محدود به مطالبی می کنیم که مستقیماً تحت تأثیر محیط الکترونیکی قرار دارند. در معاهدات بین المللی و قوانین کشورهایی پیشرفته آنچه که بیشتر تحت تأثیر فضای مجازی قرار گرفته و



موجب وضع مقررات و قوانین خاص گردیده مربوط به حوزه حقوق مالکیت ادبی و هنری و حقوق مرتبط و علایم تجاری و نام های دامنه است (صادقی، ۱۳۷۶: ۴۱). یعنی در واقع معاهدات اینترنتی وایپو^۱ و همچنین قانون مربوط به فضای مجازی ایالات متحده و همچنین دستورالعمل اتحادیه اروپا راجع به مقررات فضای مجازی، تماما اختصاص به تعیین تکلیف در رابطه علایم تجاری دارد. البته همانطور که می دانیم شاخه های دیگر حقوق مالکیت فکری از قبیل حقوق اختراعات و حقوق اسرار تجاری نیز تحت تاثیر محیط دیجیتالی قرار گرفته و مباحث و مسایلی راجع به آن ها در تعامل با فضای الکترونیکی ایجاد شده است. اما این موضوعات در مقایسه با موضوعات یاد شده اهمیت چندانی در این محیط ندارند، خصوصا اینکه در مورد اسرار تجاری حفاظت از آنها بیشتر از نظر فنی مد نظر است. توافق بین المللی در خصوص مطرح شدن اختراعات در محیط دیجیتالی به آن صورتی که آثار مورد حمایت حقوق مالکیت ادبی و هنری مطرح گردیده، وجود ندارد (تاج آبادی و رنجبری، ۱۳۹۰: ۹۹). در واقع همانگونه که بیشتر اشاره شد آنچه که در شبکه به عنوان اختراع مورد حمایت است رو ش های تجاری است و این امر در بسیاری از کشورها مورد پذیرش نیست (میرحسینی، ۱۳۸۸: ۳۷) از سوی دیگر برقراری حمایت های کمتر و بازگذاشتن راه های امکان استفاده بیشتر در نظام های حقوقی کشورها در حال توسعه و کمتر توسعه یافته مستلزم کاستن از موارد مورد حمایت است. در نهایت هر چند نمی توان منکر پذیرش اختراع در فن آوری دیجیتالی شد، اما اینکه در صحنه ارتباطات و تبادل اطلاعات نیز مواردی را بخواهیم اختراع محسوب کنیم، مشکل است. (انصاری و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۲۰) پشتیبانی از حقوق مالکیت فکری قلمرو محور است. یعنی هر کشور محدوده حق مالکیت و تشکیلات تخطی مالکیت فکری را تعیین

1 WCT-WPPT



می نماید. با پیدایش اینترنت مالکیت فکری دیجیتال شد و از طریق آن منتقل گردید. بسیاری از علامت های تجاری برای تبلیغات، اجناس بازاری و خدمات شرکت ها بر روی اینترنت قرار گرفته اند. در زمینه حق کپی برداری تعداد زیادی از نوشته ها، فیلمها، هنر و برنامه های رایانه ای از طریق اینترنت انتقال داده شده اند. سیستم حق انحصاری امتیاز نیز به اینترنت راه یافته است (گرجی، ۱۳۷۲: ۳۳). امروزه به طور رایج بسیاری از شرکت ها برای روش های تجاری آنلاین خود حق امتیاز انحصاری قائل اند. در حالی که کاربران اینترنت به راحتی از طریق اینترنت کار تجاری و تبادل نظرات مورد نیازشان را انجام می دهند، با این وجود حقوق مالکیت معنوی در این محیط دستخوش تخطی می باشد. در محیط اینترنت فرد متخلف می تواند با استفاده از نام تجاری دیگری به عنوان بر چسب اصلی به راحتی مشتریان را به سوی وب سایت خود بکشاند و نیز به راحتی به طور غیر قانونی از حق کپی برداری دیگران سوء استفاده کرد و آن را توزیع نماید. به علاوه، به خاطر ماهیت جهانی اینترنت، نقض مالکیت معنوی اینترنتی درون یک کشور رخ نمی دهد، بلکه در میان مرزها رخ می دهد. (میر حسینی، ۱۳۸۸: ۲۵۸).



بخش چهارم: نقض کپی رایت در اینترنت و مطالعات فرسنگی

در این مورد نیز مشکل زمانی رخ می دهد که آپلود مطالبی که دارای حق کپی برداری است در میان مرزها رخ بدهد. برای مثال، ممکن است این دعوی وجود داشته باشد که فردی ساکن فرانسه باشد و بدون اینکه از شرکتی انگلیسی اجازه ای بطلبد، حق کپی برداری آن را در آلمان نقض کند (واعظی نژاد، ۱۳۸۱: ۱۲۲). چون این دعوی به سه کشور مربوط می باشد، پرسشهای مشابهی در این میان ایجاد می شود: دادگاه کدام کشور حق قضاوت در این مورد را دارد؟ و چه قانونی بایستی در این پرونده اعمال گردد؟

بند اول: انواع نقض حقوق مولف

نقض حقوق مولف به واسطه انجام هر گونه اقدام غیر مجاز در رابطه با کل یا بخشی اساسی از اثر مورد حمایت صورت می گیرد. هر گونه نسخه برداری، تکثیر، انتشار، اجرا، توزیع و پخش یک اثر مشمول حمایت قوانین مربوط به حق مولف چنانچه بدون اجازه مولف یا هر دارنده دیگر حق مزبور صورت گیرد، نقض حقوق مولف تلقی و موجب مسئولیت می شود. دادگاه های آمریکا نقض بخش اساسی اثر را نقض حقوق مولف تلقی نموده و ضابطه اساسی بودن نقض را کیفیت نقض می دانند و نه کمیت آن (میرحسینی، ۱۳۸۸: ۳۵).

نقض حقوق مولف ممکن است به دو شکل صورت گیرد:

۱- نقض ابتدایی

نقض ابتدایی در واقع انجام و اجرای هر یک از حقوق انحصاری مولف بدون اجازه اوست. حقوق انحصاری مولف عموماً عبارتند از حق تکثیر، ارائه و عرضه اثر به عموم، اجرا و پخش آن از طرق مختلف از جمله از طریق رادیو و تلویزیون، چنانچه شخصی نسبت به یک اثر ادبی یا هنری یا نرم افزار مشمول حمایت، یکی از این اقدامات را بدون اجازه دارنده حق مولف انجام دهد، مرتکب نقض ابتدایی شده است (نوروزی، ۱۳۹۰: ۲۹). در این گونه موارد که نقض حقوق مولف به نحو مستقیم صورت می گیرد، مسئولیت شخص ناقض حقوق مزبور مطلق می باشد و اثبات و احراز تقصیر خواننده ضرورت نداشته بلکه صرف اثبات زیان وارده و رابطه سببیت زیان و فعل خواننده کافی است. حتی خواننده نمی تواند با اثبات عدم تقصیر خود از مسئولیت فرار نماید (ابراهیم زاده پاشا، ۱۳۷۶: ۷۶).

۲- نقض ثانوی



نقض ثانوی حقوق مولف به نحوی است که مستقیماً حقوق مزبور نقض نمی شود، بلکه به نوعی زمینه نقض از قبیل وارد کردن، فروختن یا توزیع یا هر گونه معامله در مورد آثار نقض شده مشمول حقوق مولف فراهم می گردد. ویژگی مهم و مشترک این نوع نقض که آن را از نقض ابتدایی جدا می سازد، وجود عنصر علم و آگاهی برای تحقق مسئولیت عامل جهت جبران خسارت می باشد. البته علم واقعی شرط نیست، بلکه وجود هر گونه قرینه و اوضاع و احوالی که دلالت بر علم و اطلاع متعارف شخص نماید به نحوی که چنانچه شخص متعارفی غیر از خواننده در شرایط خاص مزبور به جای خواننده قرار گیرد و از موضوع عمل نقض کننده حقوق مولف دیگری آگاه شود، کافی است (ابراهیم زاده پاشا، ۱۳۷۶: ۷۷).

بند دوم: مشکلات کپی رایت در اینترنت

رابطه بین اینترنت و قانون حق چاپ پیچیده است. اینترنت یک سیستم بین المللی برای انتقال و بار آفرینی مطالبی بوده که بیشتر آن ها با حق چاپ محافظت می شود، با این وجود احتمالات غیر قابل تصویری برای تخلف حق چاپ به بار می آورد و قانون حق چاپ را به چالش می کشد. ویژگی های زیر از طرف اینترنت مشکلات خاصی را برای قانون حق چاپ فراهم ساخته است:

الف) اطلاعات ممکن است به راحتی بازآفرینی و توزیع شوند، یعنی زمانی که اطلاعات به صورت دیجیتال بر روی رایانه وصل به اینترنت می باشد، آن اطلاعات به راحتی قابل آپلود، دانلود و توزیع شدن می باشد.

ب) کاربران اینترنت انتظار دسترسی رایگان به مطالب حق چاپ را دارند. به دیگر سخن، اکثر مطالب حق چاپ منتشر شده در اینترنت به طور رایگان در دسترس می باشند. این امر



باعث شده است کاربران در برابر بهایزدایی بابت مطالب اینترنتی مقاومت کنند(صادقی، ۱۳۷۶:۶۳)..

ج) کاربران اینترنت ممکن است به طور بی نام عمل کنند. بنابراین، تعیین کاربر اینترنت به طور فردی دشوار می باشد. لذا کاربران ممکن است تخلف حق چاپ را با احتمال شناسایی ضعیف مرتکب شوند، به ویژه اگر تخلفات در سطح محدود بوده و دائم نباشند (اصلائی، ۱۳۸۴: ۲۹-۲۷).

۱- چارچوب بندی

قاب بندی یا چارچوب بندی نوع دیگری از ارتباط پویاست که شبیه لینک ارتباطی درون برنامه ای است که به طراح وب سایت این اجازه را می دهد تا کل سایت بیرونی را به درون برنامه بکشاند و دور آن را با چارچوب ایجاد خود طراحی کند. تاثیر این امر همانند لینک ارتباطی درون برنامه ای آن است که سایت بیرونی در ظاهر بخشی از سایت محلی است و یو آر ال بدون تغییر باقی می ماند(جوناسکو، ۱۳۸۰:۲۲۵).. لینک ارتباطی دو شکل دارد: لینک ارتباطی فوق متن و لینک ارتباطی درون برنامه ای. لینک ارتباطی با مرجع فوق متن بر روی صفحه با عبارت های لایت شده ظاهر می شود و با رنگ یا فرمت خاصی از متن جدا می باشد. نمونه ای از آن موردی است که زیر آن خط کشیده شده باشد. زمانی که کاربر اینترنت با کلیک بر روی لینک ارتباطی آن را فعال می سازد، نرم افزار جستجو گر وب، متن متناظر را از سایت بیرونی باز می یابد و یک مورد کپی ایجاد می کند که بر روی صفحه نمایش داده می شود. هر گونه ارتباط با سایت محلی (سایت لینک ارتباطی) زمانی که جستجو گر، ارتباطی با سایت بیرونی برقرار سازد به طور همزمان به اتمام می رسد این نوع ارتباط لینک ارتباطی به بیرون نام دارد. اگر کاربر آدرس یو آر ال (URL) را روی جستجو گر بررسی کند، آدرس از



صفحه شروع کاربر به صفحه لینک ارتباطی تغییر می یابد. ریسک لینک درون برنامه آن است که کاربران اینترنت گمان کنند سایت های ارتباطی به هم وصل شده اند (ابراهیم زاده پاشا، ۱۳۷۶:۳۰). این ریسک زمانی افزایش می یابد که ارتباط درون برنامه ای و چارچوب گذاری مورد استفاده باشد. در نتیجه کاربران نمی توانند تشخیص دهند که محتوا سایت بیرونی است و اشتباها سرمنشاء اطلاعات تلقی می شود. در این قبیل موارد چنانچه کشورهای زیادی درگیر این نوع دعوی گردند، دادگاه تمام این کشورها ممکن است در مورد روند قضایی دعوی نمایند. اگر چنین مواردی در کشور دیگر رخ دهد، آیا دادگاه از همان قانون و حکم کشور مبدا استفاده خواهد کرد؟ چون کشورهای مختلف ممکن است استثنای متفاوتی برای حق کپی برداری قائل شوند، پس از آن که درباره ی صلاحیت قضایی تصمیم گیری گردد، دادگاه تعیین خواهد کرد که چه قانونی باید اعمال شود (میرحسینی، ۱۳۸۸: ۲۵۸)

۲- آپلود مطالب با حق چاپ

چون انتقال مطالب حق چاپ از طریق اینترنت ساده و رایج می باشد، بسیاری از کاربران اینترنت این واقعیت را در نظر دارند که مطالب حق چاپ درج شده را به وب سایت خود آپلود کنند. چون بسیاری از پرونده های آپلود در آمریکا رخ داده است، جا دارد سه نظریه را در مورد تخلف حق چاپ تحت قانون آمریکا بدانیم. سه نظریه در مورد تخلف حق چاپ وجود دارد: تخلف مستقیم، تخلف معاونت و تخلف نیابتی.

مصوبه حق چاپ سال ۱۹۷۶ به تخلف مستقیم می پردازد. طبق مصوبه سال ۱۹۷۶ تخلف زمانی رخ می دهد که متخلف به حقوق انحصاری دارنده حق چاپ تجاوز می کند که شامل حق بازآفرینی، توزیع، نمایش عمومی و انجام کار حق چاپ می باشد (میرحسینی، ۱۳۸۸: ۸۶). تخلف معاونت زمانی رخ می دهد که متخلف با دانش و عمد و آگاهی از فعالیت تخلف آمیز



به رفتار تخلف آمیز دیگری کمک می نماید. به همین ترتیب، متخلف نیابتی در قبال اقدامات گوناگون متخلف، مسئول می باشد، زمانی که (۱) توانایی کنترل و حق مهار اقدامات متخلف را داشته باشد و (۲) مزیت مالی مستقیم از تخلف را عاید خود سازد. ۳- دانلود مطالب با حق چاپ زمانی که مطالب حق چاپ، آپلود می گردند و دردسترس قرار می گیرند، کاربران اینترنت در گام بعدی آن را دانلود می کنند. شکی نیست که کاربران چنین مطالبی را بدون کسب اجازه از دارندگان حق چاگ دانلود می کنند. دارندگان حق چاپ نیز تمایل چندانی به شکایت کردن علیه میلیون ها فرد متخلف نشان نمی دهند. در مقابل توجه زیادی به مسئولیت پذیری طرفینی شده است که تجهیزات فعالیت های تخلفی را در اختیار افراد می نهند (واعظی نژاد، ۱۳۸۱: ۶۶). در پرونده شرکت رکورد ای. ام و شرکت وی ناپستر امکان انتقال فایل های ام. پی. تری را بین کاربران میسر نمود و شرکت نرم افزار فایل اشتراکی خود را به طور رایگان از طریق وب سایت خود توزیع کرد و کاربران آن را از طریق فرایند فایل مشترک که در سرور مرکزی دسته بندی شده، فایل های ام، پی. تری را دانلود نمودند. این فایل ها به طور مستقیم از درایو هارد کاربران از اینترنت دانلود می شدند. ای. ام رکورد در رویکرد و دیگر شرکت های مرتبط علیه ناپستر در دادگاه محلی آمریکا در شمال کالیفرنیا بابت تخلف حق کپی برداری شکایت نمودند. دادگاه بر این باور بود که کاربران ناپستر که فایل های حاوی حق کپی برداری را دانلود کرده بودند، به حق بازآفرینی شاکتی تجاوز نموده اند. در واقع، ناپستر نسبت به تخلف کاربران از حق کپی برداری شاکتی آگاهی داشت. به علاوه، بدون فراهم سازی فعالیت های حمایتی ناپستر، کاربران نمی توانستند موسیقی هارا به راحتی دانلود کنند. این بدین معناست که ناپستر سایت و امکانات را برای تخلف مستقیم فراهم نموده و در این کار معاونت داشته است. در مورد تخلف نیابتی ناپستر، دادگاه محلی خاطر نشان ساخت که ناپستر



به لحاظ مالی از دسترسی به آثار حفاظت شده در سیستم خود بهره برداری برده است. چون شواهد نشان داد که در آمد آینده ناپستر به افزایش تعداد کاربربستگی دارد، با در دسترس بودن موسیقی کاربران زیادی در سیستم ناپستر ثبت نام کردند (گرجی، ۱۳۷۲: ۱۳۱).. به همین دلیل، دادگاه تعیین نمود که ناپستر قادر به نظارت بر خط مشی حقوق و کنترل دسترسی به سیستم بوده است. دور نهم از نتیجه گیری های دادگاه محلی نشان داد که ناپستر در تخلفات معاونت و نیابتی دست داشته است (دوران، ۱۳۹۱: ۷۸)

آنچه باید گفت این است که در این موارد بایستی مسائل زیرمد نظر نهاده شوند:

۱. میزان قدرت فرد برای جلوگیری از تخلف

۲. اهمیت رابطه بین فرد دارای اختیار و فرد دچار ارتکاب عمل تخلف

۳. آیا فرد دارای اختیار قانونی گام های قانونی جهت جلوگیری از تخلف برداشته است.

بند سوم: نقض حقوق نشانی های اینترنتی

حمایت از نشانی های اینترنتی برای جلوگیری از تجاوز دیگران و سوء استفاده احتمالی از نشانی های اینترنتی با مقاصد سودجویی یا گمراهی و اغفال مصرف کنندگان، و به منظور حفظ نظم احتمالی و ایجاد آرامش در یک جامعه منظم و متمدن کاملاً لازم و ضروری است. دارنده و یا صاحب قانون یک نام یا نشانی اینترنتی وقتی از حق تقدم یا حقوق انحصاری آن می تواند استفاده کند که آن را در مراجع صلاحیتدار به ثبت رسانده باشد. در برخی کشورها مثل آلمان، فرانسه، آمریکا، استرالیا برای ایجاد حق تقدم ضابطه قاعده اولویت در اقدام اعمال می گردد. حقوق و امتیازات وقتی ارزش پیدا می کنند، که مورد حمایت مراجع داخلی و بین المللی قرار گیرند. به همین صورت تجاوز وقتی تحقق می یابد که شخصی یا



اشخاصی با استفاده غیر مجاز از یک نام اینترنتی دیگری و تقلید از عناصر اساس متشکله آن، نشانی مشابه ای را ثبت کنند. هر چند فرض اخیر تقریباً محال است (شاید چون ثبت می شود) ولی فرض محال، محال نیست. تجاوز به حقوق ناشی از نام و نشانی اینترنتی ممکن است با سوء نیت باشد یا نباشد، بنابراین در این زمینه ۲ فرض قابل تصورات است:

در فرض نخست، شخص با علم و اطلاع از وجود حق تقدم در زمینه نام اینترنتی متعلق به شخص ثالث عمداً اقدام به ثبت آن به نام خود می کند و یا متعهداً با تغییرات گمراه کننده ای در نشانی اینترنتی آنرا برای خود به ثبت می رساند. در این صورت تجاوز توأم با تقلب و سوء نیت باید دارای ضمانت اجرای مدنی و کیفری لازم باشد تا از این طریق حقوق مسلم صاحبان حق تقدم مورد حمایت قرار گیرد (آیتی، ۱۳۷۵: ۴۴).

فرض دوم آن است که متقاضی بدون علم و آگاهی به وجود سابقه، نام اینترنتی مشابه با نام و نشانی دیگری را به ثبت برساند. در این فرض اقدام صورت گرفته ممکن است کاملاً اتفاقی و نادر باشد که در این صورت نیز نباید لطمه ای به صاحب حق وارد شود و اینگونه تجاوزات باید از طریق ابطال نام ثبت شده بعدی از بین برود و خسارت وارده به صاحب حق تقدم نیز باید جبران گردد. به علاوه، مرجع ثبت کننده را باید از باب تسبیت و تقصیر ناشی از عدم دقت لازم، مسئول اینگونه خسارت دانست. هر چند به علت عدم سوء نیت ضمانت اجرای کیفری اینگونه اقدامات منتفی می باشد، ولی مدعی حق مراجعه به ثبت را برای اخذ خسارت پرداختی از متضرر طبق قاعده مسلم حقوقی لاضرر از ثبت نام دامنه خواهد شد. حقوق و امتیازات وقتی ارزش پیدا می کنند، که مورد حمایت مراجع داخلی و بین المللی قرار گیرند (صادقی، ۱۳۷۶: ۴۹). به همین صورت تجاوز وقتی تحقق می یابد که شخصی یا اشخاصی با استفاده غیر مجاز از یک نام اینترنتی دیگری و تقلید از عناصر اساس متشکله آن، نشانی مشابه ای را ثبت



کنند. هر چند فرض اخیر تقریبا محال است (شاید چون ثبت می شود) ولی فرض محال، محال نیست. تجاوز به حقوق ناشی از نام و نشانی اینترنتی ممکن است با سوء نیت باشد یا نباشد، بنابراین در این زمینه دو فرض قابل تصور است:

در فرض نخست، شخص با علم و اطلاع از وجود حق تقدم در زمینه نام اینترنتی متعلق به شخص ثالث عمدا اقدام به ثبت آن با خود می کند و یا متعهدا با تغییرات گمراه کننده ای در نشانی اینترنتی آنرا برای خود به ثبت می رساند در این صورت تجاوز توأم با تقلب و سوء نیت باید دارای ضمانت اجرای مدنی و کیفری لازم باشد تا از این طریق حقوق مسلم صاحبان حق تقدم مورد حمایت قرار گیرد.

فرض دوم آن است که متقاضی بدون علم و آگاهی به وجود سابقه، نام اینترنتی مشابه نام و نشانی دیگری را به ثبت برساند. در این فرض اقدام صورت گرفته ممکن است کاملا اتفاقی و نادر باشد که در این صورت نیز نباید لطمه‌ای به صاحب حق وارد شود و اینگونه تجاوزات باید از طریق ابطال نام ثبت شده بعدی از بین برود و خسارت وارده به صاحب حق تقدم نیز باید جبران گردد. به علاوه، مراجعه کننده را باید از باب تسبیت و تقصیر ناشی از عدم دقت لازم، مسئول اینگونه خسارت دانست. هر چند علت عدم سوء نیت ضمانت اجرای کیفری اینگونه اقدامات منتفی می باشد، ولی مدعی حق مراجعه به ثبت را برای اخذ خسارت پرداختی از متضرر طبق قاعده مسلم لاضرر از ثبت کننده نام دامنه خواهد داشت (حبیبی مجنده، ۱۳۹۵: ۲۹). یکی دیگر از دامنه های حقوقی مالکیت فکری، حقوق دارندگان علائم تجاری و مالکیت صنعتی در فضای الکترونیکی است. در تعریف علامت تجاری گفته اند که عبارتست از هر کلمه، نام، علامت، طرح یا حرفی که در عالم تجارت جهت تعیین هویت یک محصول خاص و تمیز آن از سایر محصولات استفاده می شود. علامت تجاری ارتباط یک کالای



خاص را با یک شرکت خاص به عنوان منبع اصلی تولید آن کالا مشخص می کند. «علامت تجاری نشانه ای است که کالاها یا خدمات تولید شده یا خدمات ارائه شده توسط یک شخص یا بنگاه اقتصادی را از کالاها یا خدمات شخص یا بنگاه اقتصادی دیگر متمایز می سازد و مصرف کننده به وسیله آن علامت می تواند کالا را از سایر تولیدات مشابه تشخیص دهد. یک علامت تجاری ثبت شده نوعی حقوق انحصاری را برای دارنده آن جهت استفاده از علامت مزبور در مورد کالا یا خدمات مورد نظر در کشور محل ثبت علامت ایجاد می کند. به عنوان مثال Wandercola علامت تجاری مشهوری برای نوشیدنی است. چنانچه شرکت دیگری قصد داشته باشد محصولات دیگر مثل تی شرت یا محصول دیگری با این نام تولید نماید می بایست از شرکت و صاحب علامت مزبور اجازه بگیرد، در غیر این صورت به لحاظ تقلب و تعرض به علامت قابل تعقیب خواهد بود. به منظور حمایت از حق مصرف کنندگان و تشویق رقابت های مشروع در بستر مبادلات الکترونیکی استفاده از علائم تجاری به صورت دامنه و یا هر نوع نمایش برخط که موجب فریب شخص در مورد اصالت کالا یا خدمات شود نیز می بایست در فضای مجازی مورد حمایت کشورها قرار گیرد. دلیل این مسئله از آنجا ناشی می شود که شرکت ها اعم از کوچک و بزرگ اغلب با ایجاد ایستگاه های اینترنتی با مشتریان خود ارتباط برقرار می کنند (اصلائی، ۱۳۸۴: ۲۹).

بخش پنجم: موارد استفاده تخلف آمیز از نام و علامت تجاری

تنها دلیل اینکه چرا فردی که جز مدعیان نیست، می خواهد از نام و علامت قلمرو برای گنجاندن نام تجاری خود استفاده کند، آن است که می خواهد خودش یا محصولش را به جای یک عضو گروه مدعی جا بزند. لذا استفاده از این نام ها و علامتها به ضرر و زیان حق انحصاری مدعیان تلقی می شود. منازعه نام ها و علامتهای تجاری در اینترنت در سطح جهانی



رخ می دهد لذا امکان نقض بالقوه در حقوق نام تجاری مدعیان وجود دارد. بنابراین، مدعیان در کشورهای مختلف می توانند بر مبنای این امر پیش روند که تخلف نام تجاری در آنجا روی داده است. در چنین موقعی دادگاه های این کشورها بر مسائل نقض مالکیت مشترک اعمال روند قضایی می کنند و طبق قوانین خود تصمیمات متنوعی می گیرند.

بند اول: استفاده از نام تجاری دیگری به عنوان نام عرصه خود (دامنه) قانون

نام تجاری

یکی از پدیده های نوین مربوط به جرایم سایبری که مبنای مسئولیت مدنی نیز می باشد، پدیده ای بنام «سایبر اسکاتینگ» سایبر اسکاتینگ عبارت است از اینکه شخص با استفاده از نام و علائم تجاری اشخاص دیگر اقدام به ثبت یک نام دامنه بنام خود نموده تا بعدا در موقعیت های مناسبی نام دامنه مزبور را به همان اشخاص دارنده علائم تجاری مزبور به قیمت دلخواه خود بفروشد. اصطلاح دامنه سطح بالا (.تی. ال. دی) به توصیف عام، دات کام، دات نت و غیره اطلاق می گردد یا اینکه معرف کشوری است که در آن قلمرو به ثبت رسیده است، برای مثال یو.کی. برای بریتانیای کبیر و اف ار برای فرانسه به کار می رود. قلمرو سطح دوم (اس. ال.دی) که معمولا شامل نام تجاری یا نام تجاری همانند پاندا دات کام می باشد زمانی که یک وب سایت به منظور اهداف تجاری ایجاد می شود، کاربران اینترنت انتظار دارند اس. ال. دی (دامنه سطح دوم) حاوی نام شرکت یا نام تجاری مورد نظر باشد. نام های قلمرو نه تنها به عنوان آدرس اینترنتی کاربران عمل می کنند، بلکه مالکیت وب سایت ها، محصولات یا خدمات آنها را تعیین می نماید. به هر حال هر نام دامنه ای می تواند یک وب سایت را تعیین کند و به لحاظ جهانی منحصر به فرد می باشد، گر چه که محدوده سرزمینی و خصوصیت نام تجاری این امکان را برای چندین شرکت فراهم می سازد تا از یک نام تجاری مثلا پاندا



استفاده کنند. (دوران، ۱۳۹۱: ۲۵۰) بنابراین، حالاتی تحت عنوان کاربرد همزمان وجود دارد، که در آن هر دو طرف احساس می کنند بابت استفاده از نام قلمرو مورد نظر به خاطر شرکت خودشان یا نام تجاری حق مشروعیت دارند. نوع دیگری از حالات تحت عنوان ثبت عنوان اینترنتی یا سرقت نام قلمرو وجود دارند که در آن متخلف نام تجاری ای را با عنوان نام قلمرو با هدف سودجویی از آن با فروش به دارنده نام تجاری به ثبت می رساند. اتحادیه اینترنت برای اسامی و اعداد تعیین شده (آیکن) که یک اتحادیه غیرانتفاعی است که جهت تضمین منحصر به فرد بودن هویت نام ها در اینترنت، مسئول تعیین آدرس های IP، اختصاص فضای اینترنت، تعیین پارامترهای پروتکل، نام های دامنه و مدیریت سیستم می باشد.

بند دوم: استفاده از نام تجاری دیگری در محتوای وب سایت

قانون نام تجاری قلمرویی این امکان را فراهم می سازد تا تاجران مختلف تحت روندهای قضایی مختلف از یک نام تجاری برای خدمات یا اجناس استفاده نمایند به هر حال، اینترنت ماهیت جهانی دارد و مرزهای قلمرویی نمی شناسد و مطالب درج شده روی وب سایت در سراسر جهان در دسترس می باشند، لذا نشانه‌ها یا نام تجاری واقع شده توسط تاجر بر روی اینترنت ریسک تخلف نام های تجاری ثبت شده در روندهای قضایی دیگر را به دنبال دارد. دادگاه های کشورهای مختلف ممکن است رویکرد متفاوتی را اتخاذ کنند. هر چند نه طرفین و نه نام تجاری ارتباطی با یکدیگر ندارند، آن ها ممکن است بر منبای این امر اعمال قانون نمایند که وب سایت متخلف در سطح جهان قابل دسترسی و جایگاه تخلف و جایگاه اعمال قانون وجود دارد. پیامد آن است که دادگاه های کشورهای مختلف بر یک پرونده مشابه اعمال قانون می کنند و تصمیمات متفاوتی می گیرند. تخلف نام تجاری موردی است که فرد به طور فعال یک فعالیت تجاری را در کشور مربوطه دنبال می کند. (انصاری و همکاران،



۱۳۹۱: ۲۷۸) به علاوه، اگر مختلف که نام تجاری را بر روی وب سایت درج می کند، فعالیت و سودجویی تجاری خود را در چندین کشور یا در سطح جهانی دنبال نماید، پرونده با این کشورها ارتباط پیدا می کند و قوانین نام تجاری آن ها برای تعیین پرونده به اجرا گذاشته می شوند. برای توضیح مسائل پیش آمده فرض می کنیم پرونده ارتباطی به دو کشور مختلف داشته باشد. نخست آن که اگر یک کشور دارای رویکرد مشابهی به استفاده از نام تجاری در اینترنت باشد، و کشور دیگر نام تجاری را به محض درج شدن در اینترنت فراگیر و قابل استفاده در هر جا تلقی کند، به کارگیری قوانین این دو کشور به نتایج کاملاً متفاوتی می انجامد. دوم آنکه اگر دو کشور دارای آزمون و محک یکسانی برای استفاده از نام تجاری در اینترنت باشند دادگاه های آن ها تصمیمات متفاوتی بر مبنای استانداردهای مختلف تعیین میزان وجود فعالیت های تجاری طبق قوانین نام تجاری خودشان می گیرند لذا استفاده از نام تجاری دیگری در وب سایت دعوی قوانین را در بر می گیرد.

بخش ششم: نقض حق اختراع

طبق تعریف سازمان جهانی مالکیت فکری (وایپو) اختراع محصول یا فرآیندی است که راه نوینی را جهت انجام کاری ارائه می دهد و یا راه حل فنی جدیدی را برای حل مشکلی خاص پیشنهاد می کند (تاج آبادی و رنجبری، ۱۳۹۰: ۱۹۹). گواهینامه حق امتیاز یا حق ثبت اختراع از سوی دولت یا کشور مورد تقاضا به مخترع یا نماینده قانونی او اعطا می شود. دارنده گواهینامه حق امتیاز، دارای حقی انحصاری برای بهره برداری از اختراع ثبت شده است. انحصار مجموعه ای از حقوق منحصر به فردی است که از طرف دولت ها برای مدتی معین در اختیار شخص خاصی قرار می گیرد. با انقضای دوره زمانی حق امتیاز حمایت از اختراع پایان گرفته و استفاده از آن در اختیار عموم خواهد بود. در واقع آنچه در شبکه به عنوان اختراع



مورد حمایت است روش های تجاری ای است و این امر در بسیاری از کشورها مورد پذیرش نیست (نوروزی، ۱۳۹۰: ۹۸). از سوی دیگر برقراری حمایت های کمتر و باز گذاشتن راه های امکان استفاده بیشتر در نظام های حقوقی کشورها در حال توسعه و کمتر توسعه یافته مستلزم کاستن از موارد مورد حمایت است. در نهایت هر چند نمی توان منکر پذیرش اختراع در فن آوری دیجیتال شد، اما اگر بخواهیم در صحنه ارتباطات و تبادل اطلاعات مواردی را اختراع محسوب کنیم، با مشکلات زیادی روبه رو خواهیم بود. در واقع باید بین دو بحث تفاوت قائل شد، یکی فناوری و دیگری فعالیت و روابط اشخاص در محیط مزبور، موضوع بحث مقاله حاضر مربوط به فعالیت ها و به طور کلی موضوعات مطروحه در فضای مجازی است.

بند اول: روش های تجاری حق اختراع

دادگاه ها رهنمودهای زیادی در به کارگیری حقوق ماهوی در خصوص پرونده های تخلف در رابطه با روش های تجاری حق اختراع مطرح نکرده اند. برای مثال، در پرونده آمازون دات کام و بارنزانده نوبل دات کام دادگاه محلی آمریکا در ناحیه غرب واشینگتن به طور خلاصه حق اختراع آمازون را که به روش تک کلیک و سیستم ترتیب خرید اینترنتی هدایت شده بود با سیستم واریسی تک کلیک بارنزانده نوبل مقایسه نمود و طبق رای نهایی اش حق اختراع آمازون را مورد تخلف تلقی کرد. دادگاه محلی بر تحلیل اعطای حکم اولیه تأکید نمود، اما دادگاه استیناف مبنی بر اینکه بارنزانده نوبل مساله اساسی اعتبار حق اختراع آمازون را مطرح کرده بود، حکم اولیه را پس گرفت (زرکلام، ۱۳۸۸: ۶۵). سپس پرونده حل و فصل شد و پیگیری دیگری انجام نشد. هر چند این پرونده حل شد، اما به خاطر ماهیت بدون مرز بودن اینترنت، مسائل بالقوه ای را در چنین پرونده هایی می توان مشاهده کرد. حق اختراع اینترنتی معمولاً شامل اجزایی است که در کشورهای مختلف نهاده شده است. این بدین معنی است که



دادگاه این کشورها ابتدا در مورد صلاحیت قانونی تصمیم و دعوی می کنند و پس از تصمیم گیری در این مورد، تعیین می گردد که چه قانونی باید اعمال گردد (زرکلام، ۱۳۸۸: ۶۵).

بند دوم: حق اختراع نرم افزار

دادگاه رهنمودهای کمی در مورد اجرای حقوق ماهوی در پرونده های تخلف در مورد این نوع حق اختراع مطرح کرده اند. برای مثال، در فن آوری های ایولاس و شرکت مایکروسافت، دادگاه محلی آمریکا در ناحیه شمالی ایلینویس تحلیل زیادی از تخلف حق اختراع ایولاس در نرم افزار جستجوی اینترنتی انجام نداد، بلکه یافته های هیات منصفه را در مورد تخلف پیگیری کرده و بر آن مبنا قضاوت نمود. زمانیکه مایکروسافت درخواست استیناف نمود، دادگاه تجدیدنظر بر مساله ارزیابی مجدد پرونده های قضاوت جدید تاکید نموده و پرونده حل و فصل گردید. حال اگر در این پرونده طرفین از کشورهای مختلف باشند یا محصول مورد تخلف در اینترنت به افرادی در کشورهای مختلف فروخته شود، پرونده به چند کشور ارتباط پیدا می کند. در چنین موقعیتی، اقدام تخلف حق اختراع مستلزم بازاندیشی حیطه قانونی و انتخاب مسائل قانونی است. تخلفات اینترنتی مشکلات بسیاری را برای قانون حق مالکیت فکری اینترنتی به بار آورده است. برای مواجهه با این مسائل، فن آوری های دیجیتال برای حفاظت از حقوق نقض مالکیت روی کار آمده اند که در مبحث بعدی آن را بررسی می کنیم (تاج آبادی و رنجبری، ۱۳۹۰: ۴۶).

بند سوم: نقایص فناوری اطلاعات

در بالا نشان داده شده که در حالی که فن آوری ها به حفاظت از مالکیت فکری کمک می کند، در بطن خود دارای مشکلاتی نیز می باشد. برای مثال، اس. سی. ام. اس را می توان با نقایص نرم افزار و طراحی از کار انداخت. مشکل رمزگذاری نیز آن است که فن آوری



ریاضی را می توان برای رمزگشایی اثر بدون استفاده از رمز به کار برد. به همین ترتیب، مشکلات امضا دیجیتال عبارت اند از:

به سرقت رفتن رمز، به اشتباه انداختن برنامه رمز گذاری، و لو دادن آن توسط کاربر. در کل، مشکل این فناوری ها آن است که کامل نیستند و تحت نفوذ کاربران ماهر قرار دارند. مشکل دیگر آن است که این فناوری ها چطور باید پیاده سازی شوند. احتمال کمی وجود دارد که تمامی یا اکثریت برقرارکنندگان ارتباط، این فناوری ها را داوطلبانه اتخاذ نمایند (میرحسینی، ۱۳۸۸: ۷۷). بنابراین، به کارگیری آنها اغلب مستلزم دخالت دولت می باشد. مشکلات بالقوه ای در مورد مشروعیت و صدور حکم از سوی دادگاه وجود دارد. این مشکلات زمانی پیش می آیند که دادگاه برای اجرای برخی از فناوری ها دستوری صادر می کند. به علاوه، اگر پرونده ای در بین مرزها رخ دهد، موقعیت پیچیده تر خواهد بود. چون پرونده با بیش از یک کشور در ارتباط است، دادگاه باید تصمیم گیری نماید که قانون کدام کشور اجرا گردد. یک فناوری ممکن است تحت قانون یک کشور مجاز باشد، اما طبق قانون دیگری ممنوع باشد. طبیعت فرامرزی اینترنت از نظر محل وقوع بزه، و اثر و دلایل آن این پرسش را به وجود می آورد که قانونگذار چگونه می تواند در سطح ملی و فراملی از حقوق پدیدآورندگان خود دفاع کند؟

بند چهارم: امضای دیجیتال

در کنار رمز گذاری، دیگر رمز گذاری امضاء دیجیتال می باشد. طرح های امضای دیجیتال شامل یک جفت کلید رمز (یک رمز خصوصی و یک رمز عمومی) می باشد که باید برای ارسال گر ایجاد شود. ارسال کننده رمز خصوصی را نگه می دارد اما رمز عمومی را منتشر می سازد. ارسال کننده برای امضای برخی داده ها از نرم افزار خاصی برای محاسبه و ارزیابی داده



ها از قبیل محتویات و ویژگی های آن استفاده می کند، که به عملکرد آمیزشی معروف است (شفیعی، ۱۳۹۱: ۷۹). وی این چکیده را با رمز خصوصی رمزگذاری می کند تا یک امضا دیجیتالی درست کند. زمانی که دریافتگر داده ها و امضا دیجیتال را دریافت نمود، از کلید عمومی ارسالگر برای رمزگشایی امضا دیجیتال استفاده می کند. وی بعد ترکیبی از داده ها را با استفاده از عملکرد ترکیبی ایجاد می کند و هر دو مورد را مقایسه می کند. اگر آنها دقیقاً مثل هم باشند، دریافت کننده می داند که داده ها پس از امضا دست نخورده اند و با استفاده از رمز خصوصی ارسالگر فرستاده شده اند. به هر حال، در این میان مشکلاتی وجود دارد که امضا دیجیتال نمی تواند حل کند. برای مثال، داده ها ممکن است از برخی مسیرها دیگر نیز مانند غلطگیری از برنامه رمزگذاری یا لو دادن از سوی کاربر قابل دسترسی باشند.

بخش هفتم: منابع قانونی مسئولیت ناشی از نقض مالکیت فکری (حقوق

مولف) در اینترنت

مبنای قانونگذاری فضای مجازی در کشورهای اروپایی دستورالعمل های اتحادیه اروپا و کنوانسیون های شورای اروپا است، که میزان زیادی از اجزای آن برگرفته از مکتوبات سازمان های تخصصی تر مانند آی. سی. دی کانون وکلای آمریکا و آنستیرال می باشد. این سازمان ها در زمینه های مشخصی مانند حمایت از داده فروش از راه دور امضاء دیجیتال، زیرساخت کلید عمومی، امضا الکترونیکی و تجارت الکترونیکی توصیه نامه ها، رهنمودها و مدل های تقنینی متعددی ارائه داده اند که هر یک از آن ها به طور کامل و یا خلاصه در قانون های ملی اروپایی مورد استفاده قرار گرفته است؛ مانند مفاد دستورالعمل شماره ۴۶ مورخ ۱۹۹۵ اتحادیه اروپا در زمینه حمایت از داده که به وسیله همه کشورهای اروپایی در قانون ملی منعکس شده است. کشورهای کامن لا برخلاف کشورهایی که حقوق نوشته دارند از تدوین مقررات



منحصر به فرد و قابل تمیز زیادی سود جسته اند. پس از انتشار رسمی مدل قانونی امضاء دیجیتال توسط کانون وکلای آمریکا در ۱۹۹۶، یوتا نخستین ایالتی بوده که در ۱۹۹۵ (قبل از انتشار رسمی سند) عین این قانون را با تغییراتی اندک تصویب نمود و سایر ایالات به سرعت در این زمینه قانون تصویب نمودند. همچنین کشور آمریکا تنها کشوری است که قانون دیجیتال هزاره را در ۱۹۹۷ تصویب کرد که به طور شخصی از حق مالکیت محصولات دیجیتال در فضای سایبر حمایت می کرد (تاج آبادی و رنجبری، ۱۳۹۰: ۹۹). این کشور حتی در مورد یک زمینه خاص قانونی، مانند قانون حق تکثیر، قانون های متعددی تصویب نموده است. نظام حقوقی کشورهای آسیایی و کشورهای در حال توسعه معمولاً متأثر از فعالیت سازمان های بین المللی، سازمان های منطقه ای و در بعضی موارد روش های تقنینی در دو مدل مذکور است. در اغلب کشورهای آسیایی قانون های مکفی برای پوشش مسائل حقوقی و کیفی فضای الکترونیکی وجود ندارد.

بند اول: معاهدات اینترنت سازمان جهانی مالکیت فکری

با توجه به ضرورت پیش بینی قواعد خاص در خصوص حدود حمایت از پدیدآورندگان آثار ادبی و هنری و نحوه اعمال آنها به جهت تاثیر فناوری دیجیتال در این حوزه، در سال ۱۹۹۶ نگرانی های مربوط به امکان فرار از «اقدامات فنی حمایتی»^۱، بسیاری از اعضای سازمان مالکیت فکری را بر آن داشت که دو معاهده را که به معاهدات اینترنت سازمان جهانی مالکیت فکری معروفند تصویب نمایند که به موجب آنها دولت های عضو موظف گردیدند حمایت های مناسب و راهکارهای جبران خسارت قانونی موثری را در مقابل «گریز غیرقانونی



از اقدامات فنی حمایتی» پیش گیرند. مهمترین ویژگی های این معاهدات در زمینه کپی رایت عبارتند از:

۱. ایجاد حق انتقال دیجیتال که در معاهده به عنوان حق انحصاری مولفان آثار ادبی - هنری جهت صدور اجازه انتشار عمومی آثار آنان از طریق بی سیم و با سیم پیش بینی شده است از قبیل اینکه مولفان به نحوی در دسترس عموم قرار گیرد که افراد جامعه بتوانند در هر زمان و از هر مکانی که بخواهند به آثار مزبور دسترسی پیدا کنند.

۲. طرف های متعاقد معاهده آزادند که محدودیت ها یا استثنائاتی را در مورد حقوق مولفان در برخی از موارد پیش بینی نمایند مشروط بر اینکه با استفاده معمول و متعارف از اثر متعارض نبوده و به نحو نامتعارفی به منافع مشروع مولف صدمه نزنند.

۳. طرف های متعاقد مکلف به پیش بینی حمایت قانونی مناسب و راه های حقوقی جبران خسارت موثر در مقابل فرار از فناوری حمایت کپی رایت می باشند.

بند دوم: مقررات جدید معاهدات اینترنت در زمینه کپی رایت

ماده (۱۱) (WCT) و ماده (۱۸) معاهده (WPPT) مقرراتی در خصوص تضمین اجرای انواع ابزار فنی که برای حمایت از اجرای کپی رایت در محیط های دیجیتال و شبکه ای لازم و ضروری است پیش بینی نموده به طوری که قانونگذاران کشورهای عضو را مکلف نموده تا از یک چارچوب مشخصی که در معاهدات مزبور برای اقدامات فنی حمایتی پیش بینی شده است، تبعیت نمایند. براساس معاهده (WCT) حق تکثیر به نحوی که در ماده (۹) کنوانسیون برن پیش بینی شده در محیط دیجیتال نیز جهت استفاده از آثار مزبور به صورت دیجیتال قابل اعمال است و ذخیره سازی اثر مشمول کپی رایت به صورت دیجیتال الکترونیکی نیز به منزله



تکثیر و نسخه برداری در مفهوم ماده (۹) کنوانسیون برن تلقی شده است. براساس ماده (۸) معاهده (WCT) حق عرصه اثر برای مولفان در محیط الکترونیکی تضمین شده است به نحوی که به مولفان حق انحصاری کنترل دسترسی کاربران به آثار آنها در قالب سیستم های ارتباطی زنده از جمله سیستم های کارتی و اینترنت اعطا شده است. طرف های معاهد مکلف گردیدند اقدامات قانونی کافی و موثر را در مورد اطلاعات مدیریت حقوق در موارد زیر اتخاذ نمایند: اعمالی که باعث تحریک، توانمندسازی، تسهیل یا مکتوم نگه داشتن نقض هر حق مورد حمایت معاهدات مزبور یا کنوانسیون برن شود و حقوق انحصاری و حقوق مستلزم دریافت هزینه را پوشش دهد شامل اعمال زیر می شود: حذف یا تغییر اطلاعات مدیریت حقوق الکترونیک بدون کسب مجوز، توزیع، وارد ساختن اطلاعات برای توزیع، پخش یا ارائه آثار یا نسخه های آن آثار به عموم با علم به اینکه اطلاعات مدیریت حقوق الکترونیکی بدون اخذ مجوز برداشته شده یا تغییر یافته است. براساس ماده (۱۴) معاهده (WPPT) تولیدکنندگان فنوگرامها از رهگذر وسایل بی سیم و با سیم از حق انحصاری اجازه انتشار و در دسترس عموم قرار دادن آثار خود برخوردارند به نحوی که اعضای جامعه در هر زمان و مکانی که اراده نمایند می توانند به آن آثار دسترسی یابند. براساس معاهده WCT پدیدآورندگان حق صدور اجازه نسخه های اصلی و کپی برنامه های رایانه ای، آثار سینمایی و آثار صوتی ضبط شده خود به عموم یا منع از آن را دارند. با توجه به مقدمه معاهدات مزبور برقراری توازن میان منافع دارندگان کپی رایت و مصالح عمومی ضرورت دارد. استثنائات و محدودیت های وارد بر حق تکثیر و نسخه برداری در معاهدات مزبور تابع معیار سه مرحله ای کنوانسیون بوده و همان محدودیتها و استثنائات احصاء شده در کنوانسیون های برن و رم نیز در مورد آثار مشمول اخیر مجاز شمرده شده است (میرحسینی، ۱۳۸۸: ۵۶). در معاهدات مزبور، در مورد اخیر قانونگذاران



ملی کشورهای عضو جهت تعیین استثنائات و محدودیت های دارندگان کپی رایب حدود مشخصی تعیین نشده است و براین اساس طرف های متعاہد مجازند کہ استثنائات و قیود جدیدی را کہ مناسب محیط های الکترونیکی و شبکه ای دیجیتال هستند، وضع نمایند.

بند سوم: معاهده آوانگاری و اجراء سازمان جهانی مالکیت فکری (وایپو)

۱۹۹۶

قاعده اصلی حمایت کشورها در این معاهده، همچون سایر معاهدات این سازمان طرز رفتار ملی است (ماده ۴). طبق این قاعده هر کشوری صرف نظر از تابعیت بزه دیده و مکان انتشار اثر، مطابق سیستم قانونی حق تالیف و حق تکثیر خود اقدام به حمایت می کند و به همان اندازه از فرد خارجی و اثر خارجی حمایت می کند که از نقض حق پدید آورنده خودی حمایت می کند. این قاعده به نفع کشورهای جهان سوم و کشورهایی نظیر ایران است که از یک سیستم حمایتی مکفی و موثر برخوردار نیستند، و در نتیجه کشورهای پیشرفته از آثار کشورهایمانند ما با تمام قوا حمایت می کنند، همچنان که از تبعه خود حمایت می کنند. در اهمیت این قاعده به نفع کشورهایی مانند ایران همین بس که ایالات متحده آمریکا عضویت کنوانسیون برن را تنها به دلیل حاکمیت این قاعده تا سال ۱۹۸۹ نپذیرفت. در این معاهده حق معنوی اجراکنندگان به رسمیت شناخته شده است (ماده ۵) و در تعادل بین دو نظام حق تکثیر و حق تالیف، مدت حمایت حق معنوی به حداقل مدت حمایت اقتصادی یعنی ۵۰ سال پس از فوت مولف محدود شده است. در این معاهده حقوق اقتصادی اجراکنندگان در اجرای زنده (ماده ۶)، حق تکثیر، حق توزیع، حق اجاره، حق در دسترس قرار دادن اجراها (مواد ۷ الی ۲۰)، و نیز عین این حقوق برای تولیدکنندگان آواها (مواد ۱۱، ۱۲، ۱۳ و ۱۴) مورد توجه قرار گرفته است. به همین ترتیب، در معاهده مورد نظر حق امتیاز برای پخش گسترده و ارتباطات عمومی،



استثنائات و مدت حمایت از آن برای ۵۰ سال از تاریخی که اجرا در یک محصول ثابت می‌یابد در نظر گرفته شده است.

بند چهارم: معاهده حق تکثیر سازمان جهانی مالکیت فکری (وایپو) ۱۹۹۶

در ماده نخست این معاهده ارتباط ماده ۲۰ کنوانسیون برن در زمینه حمایت از آثار هنری و ادبی تصریح، و قلمرو حمایت حق تکثیر تنها بر بیان استوار شده است و نه ایده‌ها، فراگردها، روش‌ها، اجرای مفاهیم ریاضی و امثال آن (ماده ۲). طبق ماده ۴، برنامه‌های کامپیوتری صرف نظر از طریقه یا روشی که بیان شده است، به عنوان آثار ادبی داخل در مفهوم ماده ۲ کنوانسیون برن محسوب خواهند شد. ماده ۵ به تشریح پایگاه داده و کیفیت حمایت از آنها می‌پردازد: نحوه گزینش یا آرایش آنها مورد حمایت است. حق توزیع و حق اجاره برنامه‌های کامپیوتری، آثار سینمایی و شنیداری (مواد ۶ و ۷) از جمله موارد قابل ذکر در این معاهده است. نیز حق ارتباط با عموم آثار هنری و ادبی با سیم و بی سیم در این معاهده مورد حمایت قرار گرفته است (ماده ۸). همانند معاهده آوانگار و اجراء وایپو، مواد ۱۱ و ۱۲ این قانون به اقدامات فنی و مدیریت حق اطلاعات اختصاص یافته است (نوروزی، ۱۳۹۰: ۴۵). ماده ۱۳ از کشورهای امضاء کننده می‌خواهد که سیستم قضایی خود را برای اجراء این حقوق تا حد ممکن قوی و موثر سازند.

بند پنجم: دستورالعمل جامعه اروپا راجع به کپی رایت و حقوق مرتبط در

جامعه اطلاعاتی

دستورالعمل مزبور نشأت گرفته از معاهدات سازمان جهانی مالکیت معنوی در مورد اینترنت بوده که در سال ۲۰۰۱ به تصویب اتحادیه اروپا رسید. هدف دستورالعمل مزبور هماهنگ

سازی قواعد راجع به حق تکثیر و حق ارائه آثار به عموم از طریق وسایل بی سیم و با سیم و نیز حق توزیع و نشر آثار و حمایت حقوقی از سیستم های ضد نسخه برداری و اطلاعات راجع به اطلاعات مدیریت حقوق بوده است. از جمله مهمترین مباحثی که در دستورالعمل واجد اهمیت خاص بوده و دستورالعمل در این زمینه دارای نوآوری است عبارتند از:

۱. حق تکثیر و نسخه برداری

۲. حق ارائه به عموم

۳. حق توزیع

۴. حمایت از اقدامات فنی

این اتحادیه در سال ۲۰۰۱ میلادی بعضی از جنبه های حق تکثیر و حقوق مرتبط با آن را در جامعه اطلاعاتی مورد توجه قرار داده است. حمایت از برنامه های کامپیوتری، حق اجاره و قرض، حق تکثیر و حقوق مرتبط با پخش گسترده برنامه ها از طریق ماهواره و کابل، و مدت حمایت و حمایت قانونی از پایگاه های داده (ماده ۱) از جمله مواردی است که در این دستورالعمل مورد توجه قرار گرفته است. علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

بند ششم: قانون حق تکثیر هزاره دیجیتال ۱۹۹۸ آمریکا

در دوازده اکتبر ۱۹۹۸ کنگره آمریکا قانون حق تکثیر عصر دیجیتال را تصویب کرد. این قانون از اجزا و قطعات پیچیده ای تشکیل شده است تا ظاهراً بتواند با اجزا و قطعات پیچیده فضای مجازی در حمایت از حقوق و منافع مشروع بازیگران آن هماهنگ باشد. قانون حق تکثیر عصر دیجیتال، اجزای اصلی معاهده وایپو را در خلال مواد قانونی پوشش داده است. قانون حق تکثیر عصر دیجیتال دستکاری و جعل مدیریت اطلاعات حقوق را جرم محسوب



نموده و به ویژه کسانی را که چنین محصولات جعل شده ای را توزیع می کنند، مجازات می کند (اصلائی، ۱۳۸۴: ۲۹-۲۳).

بخش هفتم: بررسی نقض نام و علامت تجاری در نظام حقوقی آمریکا

در سال ۱۹۹۸ در آمریکا یک پرونده راهنما که در واقع راهنمایی برای قانونگذاری در آمریکا تلقی می شد، مطرح بود.^۱ قضیه از این قرار بود که نتوپن نام دامنه Panavision. Com را ثبت نمود و از وب سایت مزبور جهت نمایش دادن تصاویری از شهر پانا^۲ در ایلی نویز^۳، استفاده کرد. سپس نام دامنه مزبور را به قیمت ۱۳ هزار دلار به پانا ویزیون (شبکه تلویزیونی شهر پانا) پیشنهاد داد. پاناویزیون پیشنهاد مزبور را رد نمود و به استناد قانون فدرال تضعیف علائم تجاری (FIDA) علیه وی اقامه دعوی نمود. براساس قانون مزبور خواهان می بایست موارد زیر را اثبات می نمود:

- علامت تجاری یک علامت مشهور بوده است.

- خواننده از علامت مزبور در عرصه تجارت استفاده نموده است.

- قبل از اینکه خواننده شروع به استفاده از علامت بنماید، علامت مزبور از شهرت برخوردار بوده است و استفاده خواننده از علامت تجاری موجب کاهش قابلیت و کاربرد آن جهت تشخیص و تمیز کالاها و خدمات از یکدیگر شده و در نتیجه موجب تقلیل و کم رنگ شدن ارزش علامت تجاری مورد نظر شده است. (انصاری و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۰۸) در مقابل نتوپن چنین استدلال نمود که از نام دامنه مزبور استفاده تجاری ننموده است، بلکه صرفاً تصویر را بر

1 - Panavision V. Toeppen , 1998

2- Pana

3 - Illinois

روی وب سایت عرضه و نمایش داده است. مع هذا، دادگاه چنین تصمیم گرفت که خواننده با عرضه پیشنهاد فروش نام دامنه، قصد خود را جهت استفاده تجاری از آن ابراز نموده و در نتیجه شرط مربوطه با «استفاده تجاری» از علامت محقق است. دادگاه های آمریکا در خصوص دعاوی مربوط به نامهای دامنه بر مبنای سه اصل مهم از حقوق علام تجاری رسیدگی و مبادرت به صدور حکم می نماید:

- اصل اول: استفاده تخلف آمیز از علامت تجاری موجب ایجاد احتمال اشتباه برای مصرف کنندگان شود.

- اصل دوم که موفقیت آمیزترین اصل در چنین دعاوی نیز بوده است، عبارتست از ارزیابی میزان تاثیر نام دامنه مورد اعتراض در تقلیل ارزش علامت تجاری.

- اصل سوم عبارتست از رقابت غیر منصفانه مشروط بر اینکه علامت تجاری به صورت دامنه فدرال ثبت نشده باشد.

اما این اصول سنتی در خصوص دعاوی مربوط به نام های دامنه بویژه در خصوص تقلیل ارزش علامت تجاری در آمریکا کافی نبود. لذا در سال ۱۹۹۹ قانون ضد سایر اسکاتینگ حمایت از مصرف کننده (ACPA) به تصویب کنگره رسید که بر خلاف عنوان آن هدف اولیه این قانون حمایت از منافع دارندگان علائم تجاری بود. بر اساس این قانون هر شخصی که با سوء نیت و با هدف انتفاعی مبادرت به ثبت یا استفاده از نام دامنه ای نماید که در زمان ثبت آن همان «علامت تجاری واجد وصف تمایز دهنده» یا علامت تجاری مشهور بوده و یا به نحو گمراه کننده ای مشابه آنها بوده و یا موجب تقلیل ارزش علامت تجاری مشهور باشد، در مقابل دارنده علامت تجاری مزبور از جهت مدنی مسئول خواهد بود. همچنین ذیل ماده ۴۳



قانون علائم تجاری مصوب ۱۹۴۶ این کشور اخیراً اصلاح شده و عمل شخصی که با سوء نیت و به منظور سودجویی دست به ثبت علامت تجاری غیر می زند جرم انگاشته شده است (زرکلام، ۱۳۸۸: ۱۱۵).

نتیجه گیری و پیشنهادها

نتایج مقاله حاضر حاکی از آن است که مفهوم مالکیت فکری در فضای مجازی، حمایت از دستاوردهای جدید علمی، فنی، و یا هر اثر فکری دیگر اعم از مالکیت ادبی، هنری و یا حقوق مالکیت صنعتی می باشد. ابعاد حقوقی مالکیت فکری در فضای مجازی شامل قانون کپی رایت، نشانی اینترنتی، حریم شخصی مانند نام و علائم تجاری و آثار هنری و ادبی می باشد و به نظر می رسد شناسایی اصول و سازکارهای حقوقی مالکیت فکری در فضای مجازی میتواند از نقض آن جلوگیری و بالا بردن آگاهی استفاده کنندگان از قوانین در این زمینه منجر به کاهش رفتارهای مجرمانه در این خصوص شود. مسئولیت ناشی از نقض بر عهده ناقض اثر باشد و ضمانت اجرای آن بر اساس ضمانت اجراهای پیش بینی شده در معاهدات بین المللی و قوانین کشور ناقض باشد. حق حریم خصوصی مهمترین حق پشتیبان مالکیت فکری به شمار می رود. حفاظت از داده ها از چنان ارتباط تنگاتنگی با حق حریم خصوصی برخوردار است که مطابق نظر برخی از نویسندگان می توان آن را وجهی از حق حریم خصوصی تلقی کرد. از این رو با پذیرش این فرض اولیه می توان چنین اظهار داشت که مالکیت فکری در فضای مجازی که از جمله مسائل مرتبط به حفاظت از داده ها است و ارکان آن با برخی از اصول حفاظت داده ها توجیه شده اند نیز ریشه در حریم خصوصی دارد، اصول حفاظت از داده ها به عنوان نسخه الکترونیکی حریم خصوصی، توجیه کننده حقوق مالکیت فکری هستند و به واسطه قرابت خود با حق حریم خصوصی، مالکیت فکری را به جنبه ای نوظهور از این حق بدل می کنند.



آزادی بیان از دیگر حقوق بشری است که با مالکیت فکری در ارتباط است. از ابتدای طرح مفهوم مالکیت فکری در فضای مجازی، نگرانی هایی در خصوص تأثیر نامطلوب اعمال این حق بر آزادی بیان در اینترنت نیز از قابلیت اعمال برخوردار است و از این رو گروهی بر این باور هستند که سپردن حق حذف داده ها به افرادی که داده ها با آنها مرتبط است، عملاً حق کاربران ثالث نسبت به بازنشر اطلاعات مربوطه و نیز گفتگو و تبادل نظر در خصوص آنها را محدود می کند. علی رغم توجه پیش نویس به ضرورت توازن میان این حقوق و ارائه برخی راهکارها در این ارتباط، متأسفانه چارچوب مناسبی برای برقراری این توازن طراحی نشده است و می توان این چارچوب را نیازمند بازبینی و اصلاح دانست. این راهکارها با دو چالش عمده همراه هستند، از یک سو وظیفه دریافت و اجرای درخواست های حذف داده ها بر عهده کنترل کنندگان داده ها قرار داده شده است و از سوی دیگر، مقرره مواردی که مالکیت فکری در اینترنت می تواند در مقابل حق بر آزادی بیان محدود شود را به طور کلی مورد اشاره قرار داده است. کلی گویی مقرره در این خصوص و عدم اشاره به جزئیات و ضوابط امر، عملاً ابتکار عمل را به طور کامل به دست کنترل کننده داده ها سپرده است. در نتیجه این تحلیل ها به نظر می رسد که فرضیه طرح شده در خصوص وجود چالش میان حقوق مالکیت فکری در فضای مجازی و آزادی بیان اثبات شده باشد. با این حال با بررسی چارچوب حقوقی فعلی حقوق مالکیت فکری می توان دریافت که راهکارهایی برای غلبه بر این چالش قابل تصور است. با عنایت به ایرادات موجود در نظام طراحی شده برای مالکیت فکری در پیش نویس مقرره عمومی حفاظت از داده ها، این نتیجه دریافت می شود که ابهامات موجود در این بخش از مقرره عملاً حق آزادی بیان را در موقعیتی به مراتب ضعیف تر از مالکیت فکری قرار داده و چالش میان این دو حق را پررنگ کرده است. با توجه به این امر که مقرره مورد بحث به



درستی ضرورت توازن میان حق مالکیت فکری و آزادی بیان را مورد تأکید قرار داده است. رفع پاره ای از ابهامات موجود در چارچوب فعلی می تواند به رفع تداخل میان دو حق کمک شایانی کند. رفع ابهامات موجود در مفاهیمی همچون داده های شخصی، اهداف رسانه ای و بیان ادبی و هنری مانع تفسیرهای موسع از محدودیت وارده بر حق آزادی بیان می شود و با اصول حاکم بر محدودیت های این حق که در ماده ۱۹ میثاق حقوق مدنی و سیاسی ذکر شده اند، سازگار می شود. این سازگاری تا حدودی می تواند پاسخگوی چالش مهم پیش روی مالکیت فکری در زمینه تعارض آن با حق آزادی بیان، باشد. به علاوه، روشن شدن مفاهیم فوق الذکر توسط قانون گذار، تا حدودی می تواند ایراد مربوط به مسئولیت کنترل کنندگان در رسیدگی به درخواست های حذف را رفع کند. با توجه به مطالب این مقاله پیشنهاد می-گردد با جمع آوری و منسجم کردن قوانین حمایتی از مالکیت فکری و وضع مقررات و مجازات های متناسب و فرهنگ سازی جدی به وسیله رسانه عمومی در جهت پیشگیری از جرایم علیه مالکیت فکری.

ایجاد تصویب قوانین خاص در خصوص نحوه ی استفاده از فضای مجازی و محدودیت های آن.

ارتقای فرهنگ استفاده از فضای مجازی برای جلوگیری از جرایم در فضای مجازی.

تعیین واحد درسی در تمام رشته های دانشگاهی خصوصاً حقوق

و همچنین با توجه به گستردگی موضوع پیشنهاد می شود تحقیقات بیشتری در ابعاد گسترده تر در این زمینه انجام گیرد تا تمام جوانب حقوقی مالکیت فکری در فضای مجازی بررسی گردد.

منابع و مآخذ

الف) کتب

- ۱- اصلانی، حسن. (۱۳۸۴). حقوق مالکیت صنعتی در فضای سایبر، تهران: نشر میزان.
- ۲- امانی، تقی. (۱۳۹۳). قوانین و مقررات حقوق مالکیت فکری. تهران: انتشارات بهنامی.
- ۳- انصاری، باقرو همکاران، (۱۳۹۱)، مسوولیت مدنی رسانه های همگانی، تهران: انتشارات ریاست جمهوری.
- ۴- آیتی، حمید، (۱۳۷۵)، حقوق آفرینش های فکری، تهران: نشر حقوقدان.
- ۵- زر کلام، ستار (۱۳۸۸). حقوق تجارت الکترونیک، موسسه مطالعات و پژوهشهای حقوقی، تهران: انتشارات شهر دانش.
- ۶- شفیعی شکیب، مرتضی، (۱۳۹۱)، حق مولف، قوانین و مقررات ملی و بین المللی، تهران: خانه کتاب.
- ۷- صادقی نشاط، امیر (۱۳۷۶)، حمایت حقوق پدیدآوردگان نرم افزارهای کامپیوتری، تهران: انتشارات سازمان برنامه و بودجه. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- ۸- میرحسینی، سید حسن. (۱۳۸۸). مقدمه ای بر حقوق مالکیت معنوی. تهران: نشر میزان.
- ۹- نوروزی، علیرضا، (۱۳۹۰)، حقوق مالکیت فکری، حق مولف و مالکیت صنعتی، تهران: نشر چاپار.

ب) مقالات

- ۱۰- تاج آبادی، رضا و رنجبری، صفرعلی، (۱۳۹۰)، کاربرد کپی رایت و قوانین و مقررات آن در محیط الکترونیکی، ماهنامه اطلاع یابی و اطلاع رسانی، شماره ۱۶،



۱۱- جوناسکو، اورلیان، (۱۳۸۰). ترجمه محسن فرشاد، مجله موسسه تطبیقی دانشگاه تهران،

شماره ۲،

۱۲- حبیبی مجنده، محمد (۱۳۹۵)، حق دسترسی به اطلاعات و کپی رایت در فضای

مجازی، فصلنامه حقوق پزشکی، ویژه نامه حقوق مالکیت فکری، شماره ۱۰،

۱۳- خانیکی، هادی و بابائی، محمود، (۱۳۹۰)، فضای سایبر و شبکه های اجتماعی، فصلنامه

انجمن ایرانی مطالعات جامعه اطلاعاتی، دوره اول، شماره ۱،

۱۴- گرجی، ابوالقاسم، (۱۳۷۲)، مشروعیت حق و حکم آن با تأکید بر حق معنوی، مجله

دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دوره ۲۵، شماره ۰،

۱۵- واعظی نژاد، صغری، (۱۳۸۱)، سازمان جهانی مالکیت معنوی (وایپو)، فصلنامه کتاب

های اسلامی، شماره ۸.

ج) پایان نامه ها

۱۶- ابراهیم زاده پاشا، حسن، (۱۳۷۶)، حمایت از مولفین برنامه های کامپیوتری، پایان نامه

کارشناسی ارشد حقوق خصوصی، دانشکده حقوق، دانشگاه شهید بهشتی تهران.

۱۷- دوران، بهزاد (۱۳۹۱)، تأثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی، پایان نامه دکتری،

دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس.

