

جعل و کلاهبرداری

به منظور سوء استفاده از نشانه‌های تجاری

محسن نامی

مقدمه^۱

مدارک تاریخی نشان می‌دهد که، در روم باستان، برخی از صاحب‌منصبان بر اصل «بدهی نسبت به نویسندگان گذشته» تاکید می‌کردند. این وضعیت گاهی موجب محکوم کردن دزدی نسبت به اثر ادبی و هنری دیگران می‌باشد. آثار اولیه‌ی مالکیت معنوی در غرب، را، همچنین می‌شود در قوانین سینه سایباریس^۲ در سسیل، در سال ۵۱۰ میلادی نیز جستجو کرد.

در اروپای باستان رسم بر این بود تا بر اشیای ساخته‌شده در کارگاه بعداً نشانه‌ای برای شناسایی منشاء و حتی کیفیت قرار می‌دادند. علایم کارگاه‌های زرگری و طلاکاری که بعدها و در قرون وسطی به وجود آمد، نیز، نمایانگر چنین گرایشی بود؛ اما، در قرن‌های نزدیک‌تر، ریشه‌ی گواهی ثبت را می‌توان در قانون ونیزی ۱۹ مارس ۱۴۷۴ نیز شناسایی کرد؛ اما، بهتر از آن شاید حمایت‌های تحقق‌یافته از فرمان‌های پادشاه فرانسوی به نام ژان بود که، از سال ۱۲۵۰ میلادی در منطقه‌ی بورگنی^۳ به وسیله‌ی دوک فیلیپ، نسبت به «نام‌های اولیه» و «نشانه‌های مبدا» صورت می‌گرفت. به نظر می‌رسد این گونه اقدام‌ها برای تعیین «نشانه‌های مبدا» در روم باستان و دیگر کشورها بیشتر برای کالاهای نوشیدنی چون اشربه سکرآور صورت می‌گرفته است. آغاز برداشت در ۳ متن از کتاب مالکیت فرکی بدون کلمه‌ای حذف و یا اضافه.

ماهیت علایم تجاری

علامت تجاری، عبارت است از: هرگونه واژه، نام، علامت، یا نشان (نشانه)^۴ یا ترکیبی از آن‌ها که، در تجارت و بازرگانی توسط یک شخص به منظور شناسایی و تشخیص محصولات و کالاهای منحصر به فرد خود، از کالاهای ساخته‌شده یا فروخته‌شده توسط دیگران و برای نشان دادن مبدا و منبع کالاها،

چکیده:

در پی مباحث جزایی حقوق فناوری، این مقاله به مطالعه و بررسی حوزه‌ی جزایی مالکیت نشانه‌های تجاری، صنعتی و خدماتی پرداخته است. مالکیت بر علایم و برچسب‌های تجاری از جمله اقسام مالکیت‌های صنعتی و تجاری است. حقوق مالکیت‌های صنعتی و تجاری نیز، به همراه حقوق مالکیت‌های ادبی و هنری (کپی‌رایت) مباحث حقوق مالکیت معنوی را تشکیل می‌دهند.

این نوشتار در ابتدا کلیاتی از جمله تعریف، خصوصیات، کارکردها و اقسام نشانه‌ها را بیان می‌کند و در ادامه به بررسی شرایط و مدت حمایت از این علایم می‌پردازد. در انتها نیز به بیان عنوان‌های مجرمانه مرتبط با سوء استفاده از این گونه علایم که، در قانون مجازات اسلامی از آنها ذکری به میان آمده پرداخته و روش برخورد با مواردی که قانون تعزیرات سابق برای آن‌ها مجازات در نظر گرفته بود و اکنون قانون مجازات اسلامی درباره‌ی آن‌ها ساکت است، استفاده از قواعد کلی کلاهبرداری دانسته است.

حتی، اگر آن منبع ناشناخته باشد، به کار می‌رود.

در قانون ثبت علائم تجارتي ایالات متحده آمریکا مصوب ۱۹۴۶، علامت خدماتی این گونه تعریف شده است: اصطلاح علامت خدماتی، عبارتست از: هرگونه واژه، علامت، نشان (نشانه) یا ترکیبی از آنها که به وسیله‌ی یک شخص به منظور شناسایی و تشخیص خدمات بی‌نظیر خود از خدمات دیگران و برای نشان دادن مبدا و منبع خدمات، حتی اگر آن مبدأ ناشناخته باشد، به کار می‌رود.^۱ در اکثر کشورها، حمایت از یک علامت تجارتي یا خدماتی صرفاً پس از ثبت آن، در یک اداره دولتی صورت می‌پذیرد. حمایت قانون از علامت تجارتي به این نحو است که هرگونه استفاده‌ی غیرمجاز از آن را ممنوع می‌سازد. البته، صاحب یک علامت تجارتي یا خدماتی فقط مجاز است که مانع استفاده‌ی دیگران از آن علامت شود نه این که دیگران را از تولید کالاها و خدمات مشابه باز دارد.

کارکردهای مختلفی برای علائم تجاری و صنعتی می‌شود برشمرد. نخست معرف مبدا محصول و همچنین کیفیت آن است که، بین محصولات تمایز ایجاد می‌کند و مشتری می‌داند که، با خرید محصولی با این برچسب از کیفیت مطلوب خود بهره‌برداری خواهد کرد. کارکرد دیگری که باید برای برچسب نام برد جنبه‌ی تبلیغاتی و رقابتی آن است، یعنی هر شرکتی با استفاده از علامتی جذاب و مشتری‌جلب‌کن، می‌تواند بر اعتبار خود بیافزاید و در فروش محصولات بر رقیبان خود چیره شود.

این علائم را می‌شود در سه دسته طبقه‌بندی کرد: ۱. علائم صنعتی، که مخصوص شرکت‌های سازنده و تولیدکننده‌ی محصولات است. در نتیجه، یک محصول ممکن است دارای چند برچسب صنعتی باشد به این علت که چند شرکت در مراحل مختلف عملیات، ساخت آن را به عهده داشته‌اند و هر کدام، بعد از پایان کار، علامت شرکت خود را بر روی محصول قرار داده‌اند. ۲. علائم تجاری، که ویژه‌ی شرکت‌ها و بنگاه‌هایی است که، عملیات توزیع و فروش اولیه‌ی محصول را به عهده دارند. به همین منظور امکان ندارد که، یک محصول بیش از یک نشانه‌ی تجاری داشته باشد.

۳. علائم خدماتی، که مخصوص شرکت‌هایی است که، به امور خدماتی مشغول می‌باشند و بیشتر از این علائم در برشورها و برگه‌های تبلیغاتی شرکتشان استفاده می‌کنند.

حمایت از علائم

در این قسمت شرایط حمایت و مدت حمایت را در قوانین و مقررات ایران مورد بررسی قرار می‌دهیم.

الف) شرایط حمایت

۱. مطابق ماده‌ی ۴ قانون ثبت علائم و اختراعات، اولین

شرط حمایت قانونی از علائم، ثبت آنها است.

۲. علامت تجاری مدنظر نباید جزو موارد ممنوع شده باشد. ماده ۵ قانون ثبت علائم و اختراعات (مصوب ۱۳۱۰/۴/۱) در این باره می‌گوید: «هیچ یک از علائم ذیل را نباید به عنوان علامت تجارتي اختیار کرد و یا آنها را یکی از اجزای یک علامت تجارتي قرار داد: ۱- بیرق مملکتی کشور ایران و هر بیرق دیگری که دولت ایران استعمال آن را به طور علامت تجارتي منع کند. ۲- تمثال... مگر با اجازه‌ی مخصوص ۳- کلمات و یا عباراتی که موهم انتساب به مقامات رسمی ایران باشد ۴- علامت موسسات رسمی مانند ...

هلال احمر ۵- علامی که مخل انتظامات عمومی و یا منافعی عفت باشد.»

۳- بند دوم ماده ۹ قانون ثبت علائم و اختراعات بیان داشته است که: علامت تجارتي نباید قبلاً ثبت شده باشد، چون در این صورت مالکیت این علائم مخصوص ثبت‌کننده اول بوده و قانون فقط از او حمایت می‌کند.

۴- به طوری که پیش از این اشاره شد یکی از کارکردهای علائم تجاری، خاصیت تمایز بخشی آن‌ها است. به همین خاطر نشانه‌هایی مورد حمایت قرار می‌گیرند که، در عمل، این نقش را ایفا نمایند. ماده ۹ قانون ثبت علائم و اختراعات در این باره مقرر داشته است: «در موارد ذیل

متصدی شعبه‌ی مذکور در ماده‌ی ۶ تقاضای ثبت را رد خواهد کرد... ۲- در صورتی که... شباهت علامت با علامت دیگری که ثبت شده است به قدری باشد که مصرف‌کنندگان عادی یعنی اشخاصی را که اطلاعات مخصوصی ندارند به اشتباه بیاندازند.»

۵- باید قواعد صوری مربوط به ثبت علامت رعایت شود. ماده ۶ قانون ثبت علائم و اختراعات مقرر داشته است «کسی که تقاضای ثبت علامتی را می‌کند باید شخصاً و یا توسط وکیل ثبت آن را از شعبه‌ی مخصوصی که در دفتر محکمه‌ی ابتدایی تهران برای این امور تشکیل می‌شود به موجب اظهارنامه بخواهد...» این‌نامه‌ی اصلاحی اجرای قانون ثبت علائم تجاری و اختراعات (مصوب ۱۳۳۷) نیز به جزئیات بیشتری درباره‌ی مراحل صوری ثبت علائم تجاری اشاره کرده است که، برای اختصار در این جا از ذکر آن‌ها خودداری می‌شود.

• در اروپای باستان رسم بر

این بود تا بر اشیای

ساخته‌شده در کارگاه بعداً

نشانه‌ای برای شناسایی

منشاء و حتی کیفیت قرار

می‌دادند. علائم کارگاه‌های

زرگری و طلاکاری که بعدها

و در قرون وسطی به وجود

آمد، نیز، نمایانگر چنین

گرایش بود؛ اما، در قرن‌های

نزدیک‌تر، ریشه‌ی گواهی

ثبت را می‌توان در قانون

ونیزی ۱۹ مارس ۱۴۷۴ نیز

شناسایی کرد

ماده ۶ قرارداد اتحادیه پاریس برای حمایت مالکیت صنعتی (مصوب ۲۰ مارس ۱۸۸۳) که به تاریخ ۱۳۳۷/۱۲/۱۰ با تصویب مجلس شورای ملی به صورت قانون درآمد اظهار می‌دارد: «اولاً ... ب. ۱- مع هذا در موارد زیر ممکن است تقاضای گواهینامه رد شود ... ثانیاً علایمی که فاقد وجه مشخصه بوده و یا منحصرأ از علامت‌ها یا نشانه‌هایی ترکیب یافته که در تجارت ممکن است برای تعیین نوع، کیفیت، کمیت، مقصد، قیمت، مبدا محصولات و یا زمان تولید به کار برده شود ... ثالثاً - علامت‌هایی که بر خلاف اخلاق و یا نظم عمومی است مخصوصاً آنهایی که ممکن است باعث فریب مردم گردد...»

در خصوص قابل تمیز بودن یک نشانه باید گفت این خاصیت فقط درباره کالایی که نشانه‌ی تجاری برای عرضه‌ی آن استفاده شده است، سنجیده می‌شود. برای مثال علامت سیب برای عرضه‌ی محصولات، محصول سیب به طور قطع نامتمایز است، ولی نشانه‌ی سیب برای رایانه‌های شخصی این خاصیت را به طور کامل دارد.

در خصوص این که یک علامت نباید فریب‌دهنده باشد، می‌شود این مثال را تصور کرد که، یک کارخانه‌ی قالی‌بافی هندی نام تبریز یا اصفهان را برای قالی‌های خود برگزیند تا خریدار تصور کند با خرید آن یک قالی ایرانی می‌خرد.

● در قانون ثبت علایم تجاری ایالات متحده آمریکا مصوب ۱۹۴۶، علامت خدماتی این گونه تعریف شده است: اصطلاح علامت خدماتی، عبارتست از: هرگونه واژه، علامت، نشان (نشانه) یا ترکیبی از آنها که به وسیله‌ی یک شخص به منظور شناسایی و تشخیص خدمات بی‌نظیر خود از خدمات دیگران و برای نشان دادن مبدا و منبع خدمات، حتی اگر آن مبدا ناشناخته باشد، به کار می‌رود

در مورد استفاده نکردن از نشانه‌های خلاف نظم و اخلاق عمومی نیز، باید اشاره کرد که، موسسات حق ندارند در علامت‌های خود از علایم و نمادهای موسسات عمومی مثل ادارات و وزارت‌خانه‌ها و یا احزاب غیرقانونی و یا تصاویر بر خلاف قوانین و عرف ملی استفاده کنند.^۲

ب) مدت حمایت ثبت علامت تجاری از تاریخ تسلیم اظهارنامه مربوط به مدت ده سال اعتبار دارد.

ماده‌ی ۱۴ قانون ثبت علایم تجاری و اختراعات بیان می‌دارد: «علاماتی که ثبت شده باشند از تاریخ تسلیم اظهارنامه حمایت خواهند شد و مدت اعتبار ثبت علامت، ده سال است ولی صاحب علامت می‌تواند تقاضای تجدید ثبت نماید در این صورت حق استعمال انحصاری ده سال دیگر با صاحب علامت خواهد بود و به همین طریق هر تجدید

ثبت، حق مزبور را برای ده سال تضمین می‌نماید.» در صورتی که صاحب علامت تمایل به استمرار سابقه‌ی ثبت داشته باشد، می‌تواند حداکثر ظرف ۶ ماه از انقضای اعتبار تصدیق ثبت، اقدام به تجدید علامت نماید. در صورت سپری شدن این مدت علامت ثبت شده فاقد اعتبار قانونی خواهد بود.^۲

جرایم و مجازات‌ها

قانون مجازات اسلامی در مورد نشانه‌ها و علامت‌های تجاری ۵ عنوان مجرمانه زیر را مدنظر قرار داده است:

۱. جعل علامت: مواد ۵۲۵، ۵۲۸ و ۵۲۹ این عنوان مجرمانه را ذکر کرده‌اند.

ماده ۵۲۵ جعل علامت شرکت‌ها و موسسات اداری دولتی و نهادهای انقلاب اسلامی را جرم انگاشته و علاوه بر جبران خسارت، مجازاتی برابر ۱ تا ۱۰ سال حبس برای مرتکب آن در نظر گرفته است.

ماده ۵۲۸ جعل علامت ادارات، موسسات و یا نهادهای عمومی غیردولتی را مستحق ۶ ماه تا ۳ سال حبس به همراه جبران خسارت وارده می‌داند.

ماده ۵۲۹ نیز، مجازات جعل علامت شرکت‌های غیردولتی و تجارت‌خانه‌ها را برابر با ۳ ماه تا ۲ سال حبس و جبران خسارت ذکر کرده است.

۲. استعمال علامت: قانون مجازات اسلامی استعمال علامت تجاری را در سه صورت جرم دانسته است.

۱. استعمال علامت اگر با علم به جعلی بودن آن باشد.
۲. به دست آوردن بدون مجوز به همراه استعمال آن علامت.
۳. استعمال به منظور القای شبهه در کیفیت تولیدات و خدمات باشد.

ماده ۵۲۵ کسی را که با علم به جعل و تزویر، علامتی را که متعلق به شرکت‌ها و موسسات اداری دولتی و نهادهای انقلاب اسلامی است، مورد استعمال قرار دهد، مستحق ۱ تا ۱۰ سال حبس به همراه جبران خسارت دانسته است.

ماده ۵۲۸ مجازات استعمال عالمانه از علامت مجعول ادارات، موسسات یا نهادهای عمومی غیردولتی را ۶ ماه تا ۳ سال حبس و جبران خسارت ذکر کرده است.

ماده ۵۲۹ نیز مقرر داشته است: «هر کسی ... علامت یکی از شرکت‌های غیر دولتی ... یا یکی از تجارتخانه‌ها را با علم به جعل استعمال کند علاوه بر جبران خسارت وارده به حبس از سه ماه تا دو سال محکوم خواهد شد.»

ماده ۵۳۰ نیز، استعمال علامت ادارات، شرکت‌ها و تجارتخانه‌ها را که، مسبوق به دست آوردن بدون مجوز آن باشد، جرم دانسته و در مورد مجازات آن بیان کرده است: «علاوه

بر جبران خسارت وارده به دو ماه تا دو سال حبس محکوم خواهد شد.»

اما، درباره‌ی سومین مورد استعمال علامت، تبصره‌ی ماده‌ی ۵۲۵ اظهار کرده است: «هر کس عمداً و بدون داشتن مستندات و مجوز رسمی داخلی و بین‌المللی به منظور القای شبهه در کیفیت تولیدات و خدمات از نام علائم استاندارد ملی یا بین‌المللی استفاده کند به حداکثر مجازات مقرر در این ماده (۱۰ سال حبس) محکوم خواهد شد.»

۳. وارد کشور کردن علامت مجعول: ماده‌ی ۵۲۵ قانون مجازات اسلامی داخل کشور کردن علامت مجعول یکی از شرکت‌ها و یا موسسات یا ادارات دولتی و یا نهادهای انقلاب اسلامی را جرم‌انگاری کرده و علاوه بر جبران خسارت، مجازاتی برابر ۱ تا ۱۰ سال حبس برای آن مقرر داشته است. به نظر می‌رسد صادر کردن علامت مجعول این نهادها نیز بهتر بود در این ماده به عنوان جرم شناخته می‌شد چون از خصوصیات و ویژگی‌هایی برابر با این عمل (داخل کشور کردن) برخوردار است.

۴. سبب استعمال شدن: ماده ۵۳۰ قانون مجازات اسلامی، سبب استعمال شدن علامتی را که بدون مجوز به دست آورده شده است، جرم دانسته و مقرر داشته است: «هر کس... علامت ادارات یا شرکت‌ها یا تجارتخانه‌های مذکور در مواد قبل را بدون مجوز به دست آورد... یا سبب استعمال آن شود علاوه بر جبران خسارت وارده به دو ماه تا دو سال حبس محکوم خواهد شد.»

البته باید توجه داشت که این عنوان مجرمانه تا حدودی کلی است و مصادیقی چون توزیع، تبلیغ و فروش آن را در برمی‌گیرد و بهتر بود که قانون‌گذار هر کدام از این مصادیق را به صورت مشخص جرم‌انگاری کرده و مجازات متناسب برای آن‌ها در نظر می‌گرفت.

۵. استعمال نکردن «علامت تجاری اجباری»: ماده‌ی ۱ قانون ثبت علائم و اختراعات، داشتن علامت تجاری را اختیاری دانسته به غیر از مواردی که دولت آن را الزامی می‌کند. ماده‌ی ۵ طرح آیین‌نامه نصب و ثبت اجباری علائم صنعتی بر روی برخی از محصولات دارویی و خوراکی و آرایشی^۸ نیز ثبت علائم تجاری برخی از کالاهای موضوع این آیین‌نامه را اجباری دانسته است. بنابراین استعمال علامت تجاری روی کالاهای یادشده الزامی است و اشخاصی که بدون رعایت مصوبه‌ی یادشده، علامت تجاری اجباری را مورد استعمال قرار ندهند، اجناس مذکور را «آگاهانه» در معرض فروش قرار دهند یا به فروش برسانند مشمول مجازات پیش‌بینی شده در قانون مجازات اسلامی (حبس تا شش ماه) می‌شوند.^۹

در پایان لازم است به این نکته اشاره شود که، دسیسه و تقلب

در معامله ماهیتاً فرقی با کلاهبرداری ندارد. لیکن قانون‌گذار، بنا به دلایلی، تحمیل مجازات کلاهبرداری عام را به مرتکبان این گونه اعمال مصلحت ندانسته و مجازات کمتری برای آنان پیش‌بینی کرده بود. بدین ترتیب قانون تعزیرات سابق در موارد ۱۲۰ الی ۱۲۳ مواردی از دسیسه و تقلب در کسب و تجارت را برشمرده و مجازات‌هایی را برای مرتکبان این اعمال پیش‌بینی کرده بود و بر این اساس جعل علامت تجاری ثبت‌شده در ایران یا استفاده از آن، یا فروش جنسی که علامت مجعول بر روی آن است و یا تقلید از علامت جعل‌شده به وسیله‌ی الحاق یا کسر یا تغییر قسمتی از خصوصیات آن، به نحوی که

موجب فریب مشتری شود، موجب مجازات شلاق تا ۷۴ ضربه می‌شد.

این مواد در قانون تعزیرات مصوب سال ۱۳۷۵ حذف شده‌اند و بنابراین در این گونه موارد باید به سایر مواد قانونی و از جمله ماده‌ی عام راجع به کلاهبرداری^{۱۰} استفاده کنیم.^{۱۱}

منبع‌ها و ماخذ

۱. حقوق مالکیت بر علائم تجاری و صنعتی، دکتر عبدالحمید شمس، انتشارات سمت، تهران: ۱۳۸۲؛
۲. syharis
۳. Device
۴. حقوق مالکیت فکری، علیرضا نوروزی، نشر چاپار، تهران: پاییز ۸۱
۵. مجموعه قوانین و مقررات حمایت از حقوق مولفان، مصنفان، هنرمندان و مخترعان، زیر نظر عباسعلی رحیمی اصفهانی، معاونت پژوهشی ریاست جمهوری، تهران: ۱۳۸۲؛
۶. سازمان جهانی مالکیت معنوی (واپو)، گردآوری و تنظیم: بهرام صابری اتصاری، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی وزارت امور خارجه، تهران: ۱۳۸۱؛
۷. راهنمای ثبت، نصرت‌الله دوستی، انتشارات حقوق‌دانان، تهران: ۱۳۷۹؛
۸. مجموعه قوانین و مقررات ثبتی، غلامرضا حجتی اشرفی، انتشارات گنج دانش؛
۹. حقوق مالکیت بر علائم تجاری و صنعتی، دکتر عبدالحمید شمس، انتشارات سمت، تهران: ۱۳۸۲؛
۱۰. ماده‌ی ۱ قانون تشدید مجازات مرتکبین ارتشاء و اختلاس و کلاهبرداری مصوب ۱۳۶۴/۴/۲۸ مجلس شورای اسلامی و تأیید ۱۳۶۷/۹/۱۵ مجمع تشخیص مصلحت نظام
۱۱. جرایم علیه اموال و مالکیت، دکتر حسین میرمحمدصادقی، نشر میزان، تهران: پاییز