

حمایت قانونی از تولیدات مرتبط با مد در قوانین مالکیت فکری ایران و فرانسه

ستار زرکلام^۱، سید امین روح‌الامینی^{۲*}

۱. استادیار، گروه حقوق خصوصی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران
 ۲. کارشناس ارشد، حقوق مالکیت فکری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران
- (تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱/۳۰؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۶/۲۵)

چکیده

در حقوق ایران، قانون ثبت علائم و اختراعات مصوب ۱۳۱۰، قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸، قانون ثبت علائم، اختراعات و طرح‌های صنعتی مصوب ۱۳۸۶ و لایحه جامع مالکیت ادبی و هنری مصوب ۱۳۹۳ (در صورت فعلیت به صورت قانون لازم‌الاجرا)، به‌عنوان منبعی عام و قانون ساماندهی مد و لباس مصوب ۱۳۸۵، در این زمینه به‌مثابه منبع قانونی خاص برای استناد محسوب می‌شوند. در حقوق فرانسه نیز، حمایت از محصولات مربوط به مد، در بازه زمانی ۱۷۹۲ تا ۱۹۰۲، در چارچوب حق مؤلف و حقوق طرح‌ها و مدل‌ها به‌طور عام و از سال ۱۹۰۲ به بعد و به‌ویژه با تصویب قانون جامع مالکیت فکری (کد مالکیت فکری) در سال ۱۹۹۲، ذیل عناوین مختلفی از جمله از آفرینش‌های مرتبط با صنایع فصلی پوشاک و زیورآلات و تولیدات فصلی مورد توجه قانون‌گذار این کشور قرار گرفته است.

کلیدواژگان

آفرینش‌های پوششی، آفرینش‌های زیبایی، حقوق مالکیت ادبی و هنری، حقوق مالکیت صنعتی.

مقدمه

پیشرفت و توسعه روزافزون جوامع اقتضا می‌کند که به تبع تحولات انجام‌گرفته، حقوق و مقررات حمایتی نیز، گام‌به‌گام با این تحولات همراه شود و بیش‌ازپیش، گستره وسیع‌تری از امور را در زیر چتر حمایت خویش قرار دهد.

یکی از مسائلی که با رشد صنعت و به موازات آن، پیشرفت حقوق مالکیت فکری، وارد متون نظری حقوقی کشورها شده، بحث مربوط به مد و به تبع آن، آفرینش‌ها و کالاهای پوششی و طرح‌ها و مدل‌ها - به‌مثابه مصادیق صنعت مد- است. صنعت مد، یکی از منابع مهم درآمدی هر کشور به‌ویژه کشورهای پیشتاز در این عرصه از جمله فرانسه است. نگاهی به آمار تجاری این صنعت گویای میزان اهمیت و نقش آن در اقتصاد کشور است. مطابق با داده‌های آماری سال ۲۰۱۰، در زمینه حرفه‌های وابسته به مد در فرانسه، میزانی بالغ بر ۶۵ درصد خرید جامعه فرانسوی، مرتبط با آفرینش‌های پوششی و زیبایی به‌عنوان مصادیق حوزه مد است که از این میزان، ۳۵ درصد آن، مربوط به ادکلن و عطر، ۲۵ درصد آفرینش‌های پوششی، ۲۷ درصد مربوط به لوازم آرایشی و ۱۳ درصد مربوط به سایر آفرینش‌های تزئینی است. بدین ترتیب، مطابق با آمار رسمی، کشور فرانسه در سال ۲۰۱۰، مبلغی به میزان ۳۷۷۹۶ میلیون یورو از تولیدات مربوط به صنعت مد، کسب درآمد کرده است (Buydens, 2010, p.232). از سوی دیگر، بیان این نکته نیز خالی از لطف نیست که با استقرار در موضوعات حقوق مالکیت فکری، کم‌تر و شاید هیچ موضوعی را نتوان یافت که مانند مد، به‌طور مستقیم با انواع مصادیق حقوق مالکیت فکری اعم از مالکیت ادبی و هنری، و مالکیت صنعتی از جمله فولکلور^۱، حق اختراع، علامت تجاری، طرح صنعتی، طرح‌ها و الگوها، نقاشی و تصاویر و جز آن در ارتباط باشد.

با توجه به اینکه به‌ویژه در حقوق ایران، در تبیین و توصیف مد، از حیث برخی مفاهیم، اصطلاحات و شرایط مربوط به قواعد و مصادیق مورد حمایت آن، اختلاف دیدگاهی وجود دارد،

1. Folklor

عمده‌ترین پرسش‌هایی که در این زمینه بیان می‌شود، این است که نخست، تولیدات مربوط به مد، از چه گستره‌ای برخوردار است و دیگر اینکه، حقوق ایران و فرانسه در رویارویی با این موضوع، چه قالب حمایتی برای آن برگزیده‌اند. بدین ترتیب و در راستای پاسخ‌دهی به پرسش‌های یادشده، در این نوشتار، ضمن مفهوم‌شناسی مد، دایره مصادیق تولیدات مرتبط با مد و قواعد و مقررات قابل استناد برای حمایت از آن در حقوق ایران و فرانسه بررسی شده است.

مفهوم مد

مد، در لغت به معنای سلیقه تازه و روش جدید است. اما در اصطلاح، به تغییر سلیقه ناگهانی گروهی از افراد گفته می‌شود که گرایش به انجام‌دادن رفتاری خاص یا مصرف کالای خاص یا درپیش‌گرفتن سبکی متفاوت، به‌طور موقت در زندگی را به دنبال دارد (Breesé, 2004, p.374).

این واژه به واژگانی مانند مدرن، مدرنیته و مدرنیزاسیون نزدیک است. در اروپای قرون وسطی، از این واژه‌ها پرهیز می‌شد و مقوله جدید و بدیع با واژه «نیو»^۱ توصیف می‌شد (بیات، ۱۳۸۸، ص ۳۵). شیء یا پدیده نو (نیو)، امر تازه‌ای بود که متعلق به ساحت آسمانی و ناشی از آفرینش‌گری خداوند و خلاقیت الهی و در مقابل، پدیده «مدرن» و «مد» متعلق به ساحت زمینی و دهری بود. مد، ناشی از اراده انسان برای خلاقیت بود و مفهومی نزدیک به «بدعت» در فرهنگ اسلامی داشت. اما همزمان با سنت‌زدایی در امور اجتماعی اروپا در عصر روشنگری، واژه‌هایی مانند مدرن و مد نیز تقدیس شدند و بیش‌ازپیش، مقبولیت عمومی یافتند (بیات، ۱۳۸۸، ص ۳۵ و ۳۶).

از لحاظ واژگانی، مد، «سلیقه و روشی که باب روز است، اعم از طرز زندگی، سر و وضع ظاهری و غیره و معمولاً گذراست که در زمان‌های مختلف تغییر می‌کند» (دهخدا، ۱۳۹۲، ص ۱۱۰۶). همچنین، در راستای تعریفی از این مفهوم در حقوق ایران می‌توان گفت «مد، به‌عنوان جزئی از پیکره حقوق مالکیت فکری، هرگونه پوشاک و لوازم زینتی برای بدن انسان را شامل شده

1. New ou nouveau

است که در دو قالب حق مؤلف و حقوق مالکیت صنعتی، دربردارنده حقی مالی و معنوی برای صاحب آن است و در صورت نقض این حقوق، طراح و خلق‌کننده آن را نسبت به استفاده از ضمانت اجرای مدنی و کیفری بهره‌مند می‌سازد» (پیروزان‌فرد، ۱۳۸۸، ص ۲).

همچنین، مطابق با آنچه برخی نویسندگان فرانسوی نگاشته‌اند، مد را می‌توان معیار زیبایی‌شناسی^۱ دارای نظام ضمانت اجرای حقوقی مدنی و کیفری در صورت نقض تعریف کرد که صاحبان این آثار را در برابر هرگونه تجاوز به حقوق مادی و معنوی‌شان بهره‌مند از حمایت حقوقی دانسته است (Vivant et Bruguière, 2012, p.276). همچنین، در برخی فرهنگ لغت‌های عمومی زبان فرانسه، مد به این شرح تعریف شده است: «مد، عبارت از نوعی سبک و سیاق خاص زندگی و تفکر در یک دوره یا کشور یا مکان خاص است» (Rey, Le petit Robert, 2012, p.308). بدین ترتیب، علاوه بر اینکه وفق تعریف مد در حقوق ایران، پوشش و زینت برای اجزای بدن انسان معادل با مفهوم مد تلقی شده، همپایی آن با سلیقه و نیاز روز نیز به‌عنوان وجه شاخص این مفهوم مد نظر قرار گرفته است. در فرانسه نیز، همچنان که پیدا است، تعریف از مد چنان به صورت کلی بیان شده است که حتی نوع و شیوه تفکر افراد را نیز در برهه زمانی خاص دربرمی‌گیرد. نکته بااهمیت دیگر در زمینه تعریف یادشده این است که ذکر واژگانی نظیر «دوره»، «کشور» و «مکان» خاص، نسبی و موقتی بودن این مفهوم را به ذهن متبادر می‌کند (Vivant et Bruguière, 2012, p.277).

علاوه بر این، شایان ذکر است مطابق با تعریف حقوقی این مفهوم در حقوق ایران، و با استقرا میان تألیفات ناظر بر حقوق مد در فرانسه، دیدگاه غالب بر آن است که تولیدات مرتبط با آفرینش‌های پوششی - زیبایی (مد) از این ظرفیت حقوقی برخوردار است که در چارچوب دو نظام مالکیت ادبی و هنری و مالکیت صنعتی قابل حمایت باشد. عده‌ای دیگر از نویسندگان فرانسوی، پا را فراتر نهاده و ادعا کرده‌اند که مانند بیشتر کشورهای دارای حقوق نانوشته که در

1. Critère d'esthétique

آن‌ها حقوق مربوط مد، به صورت استقلالی به رسمیت شناخته شده و دارای نظام حمایتی اختصاصی^۱ است - توسعه روزافزون مصادیق این صنعت و ضرورت رفع ابهام از مقررات حمایتی آن، وجود نظام حقوقی مستقل در حقوق فرانسه را در این زمینه، ایجاب می‌کند (Cohen, 2010, p.240).

گستره مصادیق مد در حقوق ایران و فرانسه

آفرینش‌های پوششی

مفهوم آفرینش‌های پوششی^۲، دو معنای عام و خاص دارد. مقصود از آفرینش‌های پوششی در معنای عام، هرگونه پوششی برای هر یک اجزای بدن انسان یا ابزار و وسایل زندگی است. بدین‌سان، این عنوان، صرفاً بر آنچه به‌عنوان لباس از آن یاد می‌شود، اطلاق نمی‌شود، بلکه لوازمی از قبیل عینک، کفش، حتی طلا و جواهر و در کل، زیورآلاتی را که زینت‌بخش اجزای بدن آدمی یا زندگی وی است نیز دربرمی‌گیرد (Buydens, 2010, p.241).

در مقابل، عنوان آفرینش‌های پوششی در معنای خاص، صرفاً به آنچه به‌عنوان لباس و پوشاک از آن یاد شده، اطلاق می‌شود و از این روی، شامل مصادیق عام پوشش نخواهد شد. شایان ذکر است دیوان عالی کشور فرانسه، در یکی از آرای خود بر این مطلب صحه گذاشته و بر این اعتقاد است که هر زمان، اصطلاح آفرینش‌های پوششی به‌کار گرفته می‌شود، باید آن را در معنای عام در نظر گرفت تا بدین ترتیب، مصادیق فراوانی با عنوان آثار قابل حمایت مرتبط با مد، مورد توجه قرار گیرد (Buydens, 2010, p.277).

آفرینش‌های زیبایی

آفرینش‌های زیبایی^۳ نیز در دو مفهوم عام و خاص به‌کار می‌رود. این عنوان در مفهوم عام خود در

1. Sui generis
2. Créations vestimentaires.
3. Créations esthétique.

واقع، دربردارنده همه محصولات و تولیداتی است که زینت‌بخش انسان بوده، به نحوی از انحاء، اجزای بدن آدمی را از حالت طبیعی و نرمال خارج می‌کند. بدین ترتیب، آفرینش‌های زیبایی به مفهوم عام، علاوه بر لوازم آرایشی، حتی به نوعی جواهرات و زیورآلات را نیز شامل می‌شود و به مفهوم آفرینش‌های پوششی نزدیک می‌شود. از سوی دیگر، عنوان خاص آفرینش‌های زیبایی، صرفاً لوازم آرایشی را دربر گرفته و شامل سایر مصادیق نمی‌شود. البته شایان ذکر است مراجع رسیدگی‌کننده به دعاوی نقض حقوق مد در فرانسه، پیوسته در حال افزایش دایره شمول این قسم از محصولات فکری هستند تا آنجا که حتی برخی لوازم و وسایل خالکوبی بر بدن^۱ را نیز مشمول آفرینش‌های زیبایی قلمداد کرده‌اند (Demulin, 2007, p.217).

برخی نویسندگان فرانسوی، تقسیم محصولات مرتبط با مد را نوعی بازی با کلمات می‌دانند و بر این اعتقاد پافشاری می‌کنند که در این میان، تنها چیزی که اهمیت دارد، حمایت از آفریده‌های مربوط به صنعت مد است و دیگر تقسیم‌بندی دقیق آن در قالب آفرینش‌های پوششی و زیبایی، چندان ثمره عملی ندارد. به عقیده ایشان، «نفس حمایت مهم است خواه در قالب محصولات پوششی و خواه در چارچوب مصادیق آفرینش‌های زیبایی از آن‌ها حمایت قانونی به عمل آید» (Vivant et Bruguière, 2012, p.277). در مقابل، عده دیگر معتقدند این تقسیم‌بندی، به‌خودی‌خود، ایرادی ندارد و در هر حال، امکان جمع میان هر دو مصداق وجود دارد. اما آنچه در این میان به توجه نیاز دارد، آن است که برای حمایت قانونی از محصولات مرتبط با مد، باید ذهنیت قانون‌گذار و تعبیر به‌کاررفته از سوی وی را ملحوظ نظر قرار داد. به‌معنای دقیق‌تر، از آنجا که مقنن فرانسوی، تا کنون قوانین و مقررات راجع به حمایت از صنعت مد را با عنوان «قوانین حمایت از آفرینش‌های پوششی»^۲ تصویب کرده، بهتر است چارچوب موضوعی مد را - در راستای انطباق با تعبیر قانون‌گذار فرانسوی - آفرینش‌های پوششی بدانیم. توضیح اینکه با بسط و

1. Tatouage

2. Lois sur la protection des créations vestimentaires

گسترش مصادیق آن، امکان حمایت از آنچه که ممکن است به عنوان محصولات زیبایی از آن یاد شود نیز عملی خواهد بود. گروه اخیر، تا آنجا پیش رفته‌اند که حمایت قانونی از نمایشگاه‌های مد و عکس و فیلم‌های گرفته‌شده در آن را، ذیل عنوان حمایت از آفرینش‌های پوششی در معنای بسیط^۱ آن در نظر گرفته‌اند (Lucas, 2011, p.128).

از آنچه گفته شد، نتیجه می‌شود دسته اخیر، با رهاکردن خود از قید و بند الفاظ و همچنین توجه بیشتر به حقوقی بودن موضوع، التزام بیشتری به حمایت قانونی از صنعت مد داشته و مسیر منطقی‌تری انتخاب کرده‌اند.

رویکرد قوانین و مقررات مالکیت فکری ایران و فرانسه در حمایت از مد

قوانین و مقررات حمایت از مد در حقوق فرانسه

سیر روند تقنینی مربوط به حمایت از مد در چارچوب حقوق مالکیت فکری، دو حوزه مالکیت ادبی و هنری و همچنین، مالکیت صنعتی را دربرمی‌گیرد که به‌طور خلاصه آن‌ها را بررسی می‌شود:

حمایت از آفرینش‌های پوششی در قوانین و مقررات پیش از قانون ۱۹۰۲

کشور فرانسه - تا زمان تصویب قانون مالکیت فکری در ژوئیه ۱۹۹۲ - یکی از معدود کشورهای به شمار می‌رفت که دارای قانون خاص در زمینه حمایت از محصولات مرتبط با مد^۲ بود (Colombet, 2007, p.86).

فلسفه تصویب قانون یادشده نیز این بود که حمایت از آفرینش‌های پوششی، نسبت به قانون ۱۷۹۳ راجع به حق مؤلف، همچنین، قانون ۱۸۰۶ مربوط به حقوق طرح‌ها و مدل‌ها، خروج موضوعی داشت. چنین برداشتی از مقررات این طور توجیه می‌شد که از یک سو، حمایت از آفرینش‌ها و محصولات ناپایدار و فصلی مربوط به مد، ممکن است در روند توسعه تجارت، مانع

1. Notion vaste

2. Articles de mode

ایجاد کند و از سوی دیگر، تشخیص اینکه آیا کالایی، در مفهوم اخص کلمه، در بردارنده خصوصیات یک محصول منطبق با مفاهیم موجود در حق مؤلف یا حقوق مربوط به طرح‌ها و مدل‌ها است یا خیر، امری دشوار است.

حمایت از آفرینش‌های پوششی بین سال‌های ۱۹۰۲ تا ۱۹۵۲

اولین قانون حمایت از آفرینش‌های پوششی و محصولات مربوط به مد در سال ۱۹۰۲ به تصویب رسید. نخستین استناد به قانون یادشده نیز در ۲۶ اکتبر ۱۹۰۵ اتفاق افتاد. به نوعی می‌توان گفت رویه قضایی فرانسه از این تاریخ به بعد، حمایت از صنعت مد را به رسمیت شناخت (Lucas, 2011, p.128). با این حال، شایان ذکر است علیرغم تصویب قانون یادشده و پیش‌بینی نظریه یگانگی (وحدت) هنر^۱ در آن، مراجع رسیدگی‌کننده در فرانسه، نسبت به اینکه محصولات مرتبط با مد را در چارچوب حق مؤلف مورد حمایت قرار دهند، خویشتن‌داری به خرج می‌دادند. در این زمینه، یکی از محاکم فرانسه این چنین اظهار نظر کرده است که: «با وجود زیبایی و خوش‌سلیقگی به‌کاررفته در انواع دامن، کت و شلوار و مانتو، نمی‌توان از طریق بازی با الفاظ و عبارات، آفرینش‌های یادشده را به‌عنوان اثری هنری تلقی کرد و امکان حمایت از این آثار فقط در صورت حصول شرایط حمایتی از آن محصول و تسلیم اظهارنامه و صرفاً از طریق قانون ۱۸۰۶، یعنی قانون راجع به طرح‌ها و الگوها، وجود دارد» (Pouillet, 1911, p.312). این رویه تا سال ۱۹۲۰ نیز ادامه داشت. بعد از این تاریخ، اگرچه محاکم فرانسه، به‌طور نسبی در خصوص حمایت از آفرینش‌های پوششی تحت نظام حق مؤلف از خود انعطاف بیشتری نشان دادند، در عمل، تولیدکنندگان این آثار با مشکلات فراوانی روبه‌رو بودند که از آن جمله می‌توان به ثبت اظهارنامه

1. Unité de l'art: →

اصل یگانگی (وحدت) هنر، مفهومی است که در قرن نوزدهم، در فرانسه به‌وجود آمده است و براساس آن، همه هنرها یکی انگاشته شدند. به‌عبارت دقیق‌تر، به‌موجب این نظریه، در زمینه نوع حمایت حقوق مالکیت فکری، بین آثار هنری محض که کاربرد صنعتی ندارند و آثار هنری کاربردی و فنی که برای بهره‌برداری تجاری یا بازرگانی تولید شده‌اند، نباید تفاوت قائل شد (میرحسینی، ۱۳۹۱، ص ۲۹۹).

قبل^۱ در زمینه آثار تولیدی، اشاره کرد.^۲ بعد از این دوره و پس از جنگ جهانی دوم، شعبه سندیکایی طراحان مشهور مد^۳، تلاش فراوانی برای تصویب قانونی که به صورت مؤثرتری از نقض حقوق ایشان جلوگیری کند، به کار گرفتند. نتیجه این تلاش‌ها، سرانجام به تصویب قانونی در ۱۲ مارس ۱۹۵۲، با عنوان «قانون حمایت از آفرینش‌های مرتبط با صنایع فصلی پوشاک و زیورآلات» منجر شد (Pollaud-Dulian, 2011, p.836).

حمایت از محصولات مرتبط با مد در قانون ۱۹۵۲

قانون ۱۲ مارس ۱۹۵۲، بدون هیچ‌گونه تشریفات خاصی از آثار و آفرینش‌های مربوط به صنعت فصلی پوشاک و زیورآلات، به‌ویژه از طریق اقدام توقیف فوری^۴، صیانت قانونی به عمل می‌آورد. با این حال، در مقام عمل، به سه دلیل عمده، امکان اعمال این قانون، با دشواری روبه‌رو می‌شود: نخست آنکه، مطابق با ماده ۲ این قانون و حیطه اجرایی آن و از آنجا که این مصوبه به صنایع فصلی پوشاک و زیورآلات مشهور بود، همچنین به این دلیل که صنایع مزبور به دلیل ضرورت‌های موجود در مد باید به‌طور منظم در شکل آفرینش‌هایش به‌ویژه در امر خیاطی، پوست خز، لباس‌های زیر زنانه، گلدوزی، کفش، دستکش‌های چرم، تولید پارچه‌های جدید و بدیع، تولید زیورآلات و تولید چکمه و تولید پارچه‌های مبل، باید بازنگری می‌کرد، تشخیص این بازنگری در شکل و تولید، در عمل چندان آسان نبود. از سوی دیگر، با توجه به اینکه مصادیق مورد اشاره در این ماده، جنبه حصری نداشته و از باب تمثیل بیان شده بودند، گاه مواردی وجود داشت که تجدید منظم تولید و شکل آن‌ها، چندان منطقی به نظر نمی‌آمد. در این زمینه، می‌توان به آخرین مورد بیان‌شده در این ماده یعنی تولید پارچه‌های مبل اشاره کرد (Cohen, 2010, p.327).

دوم آنکه، مفهوم عبارت «زیورآلات» در ماده مزبور، از سوی رویه قضایی فرانسه، بسیار مضیق

1. Dépôt préalable

۲. شایان ذکر است این مقرره، وفق اصلاحات قانون ۱۹۰۲ در تاریخ ۲۹ می ۱۹۲۵، نسخ شد.

3. Chambre syndicale des grands couturiers

4. Saisie expéditif

تفسیر شده بود. برای نمونه، آرایش مو^۱ به دلیل آنکه فاقد اشیا و موضوعات تولیدی بود و صرفاً جنبه هنری داشت، از قالب حمایتی این ماده خارج تلقی می‌شد. در نهایت، سومین دلیل عدم اجرای صحیح این قانون آن بود که حمایت و صیانت قانونی از این محصولات، صرفاً منحصر به دوره زمانی می‌شد که این آثار «به‌روز»^۲ بودند (Cohen, 2010, p.329).

علیرغم آنچه گفته شد، آرای مختلف از سوی محاکم فرانسه در این زمینه وجود دارد که براساس آن‌ها، از مفهوم تجدید تولید و تبیین صورت و شکل محصولات مربوط به مد، در قالب عبارات مختلف، تفاسیر موسعی شده است تا بدین ترتیب، از مشکلات اجرایی قانون ۱۹۵۲ - با توجه به آنچه بیان شد - کاسته شود. برای نمونه، بعضی از مراجع قضایی فرانسه، با توجه به شرایط و اوضاع و احوال، محصولی را برای فصول مختلف به‌روز قلمداد می‌کردند. همچنین، به موجب یکی از آرای دیوان عالی کشور فرانسه، حمایت از تولیدات مرتبط با مد در طول دوره و زمانی که آن محصول، اصالت^۳ خویش را از دست نداده، ضروری تلقی شد. در نهایت، برخی دیگر از محاکم فرانسه، با این استدلال که تا زمان حفظ ارزش عمومی^۴ برای کالا یعنی تا زمانی که مصرف‌کننده از استفاده محصول لذت می‌برد، امکان حمایت از این تولیدات وجود دارد، در راه تفسیر دقیق‌تر قانون ۱۹۵۲، کوشش کردند (Desbois, 1992, p.314).

مسئله مهم دیگر در خصوص قانون ۱۹۵۲ این است که - بر خلاف آنچه رویه قضایی در برخورد با قانون ۱۹۰۲ عمل می‌کرد - وفق نص قانونی یادشده (قانون ۱۹۵۲)، نه تنها امکان حمایت از آثار و تولیدات مربوط به صنعت فصلی پوشاک و زیورآلات، مطابق با نظام حق مؤلف پیش‌بینی شده بود، بلکه گاه در مقام تفسیر این قانون، حتی از مفاد قانون ۱۹۰۹ راجع به طرح‌ها و مدل‌ها استفاده می‌شد (Pollaud-Dulian, 2011, p. 805).

-
1. Coiffure
 2. A la mode
 3. Originalité
 4. Garde de valeur public

حمایت از محصولات مرتبط با مد در قانون ۱۹۹۲

سرانجام با تصویب قانون جامع مالکیت فکری در سال ۱۹۹۲، وضعیت حمایت از تولیدات فصلی و آنچه مربوط به صنعت مد است، دچار تحوّل عظیم شد. به عبارت دقیق‌تر، می‌توان گفت با توجه به اینکه مطابق با ماده ۲-۱۱۲-L این قانون، صنایع فصلی پوشاک و زیورآلات، به‌عنوان بخشی از «آفرینش فکری»^۱ محسوب شده‌اند، دیگر هیچ‌گونه شک و شبهه‌ای در لزوم حمایت از این آثار، وفق نظام حق مؤلف باقی نمی‌ماند (Desbois, 1992, p.355).

علاوه بر این، تا اواخر قرن بیستم، مراجع رسیدگی‌کننده - به استثنای برخی تصمیم‌هایی که براساس آن‌ها خواندگان به دلیل کپی‌برداری غیرقانونی از طرح‌ها و تصاویر یک محصول مد، محکوم شده بودند - آفرینش‌های پوششی را ذیل عنوان حقوق مؤلف یا حقوق مربوط به طرح‌ها و مدل‌ها، مورد حمایت قرار نمی‌دادند (Pollaud-Dulian, 2011, p.836).

قوانین و مقررات حمایت از مد در حقوق ایران

در حقوق ایران، هرچند فقط طی سال‌های اخیر، حمایت از صنعت مد به صورت صریح و شفاف از سوی مقنن مطرح شده است (برای نمونه در قانون ساماندهی مد و لباس مصوب ۱۳۸۵ که در ادامه توضیح آن بیان خواهد شد)، با این حال، از ابتدای بحث قانون‌گذاری راجع به حقوق مالکیت فکری، می‌توان ردپایی از صیانت قانونی از خصوص کالاها و تولیدات مربوط به مد، مشاهده کرد. در این قسمت، سابقه تقنین و نصوص قانونی در این زمینه بررسی خواهد شد.

قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸

قانون حمایت از حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸، در حقوق ایران، در زمره اولین منابع قانونی راجع به مالکیت فکری است که هرچند در آن عنوان صریحی در خصوص مد یا مفاهیم مرتبط با آن دیده نمی‌شود، با این حال، می‌توان از طریق تطبیق مصادیق یادشده در این قانون، حمایت‌هایی از تولیدات مربوط به مد را مشاهده کرد.

1. Création intellectuelle

در توجیه ادعای فوق، در وهله نخست می‌توان به ماده ۱ این قانون استناد کرد. مطابق با این ماده، «از نظر این قانون، به مؤلف و مصنف و هنرمند، «پدیدآورنده» و به آنچه از راه دانش و 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 گرفته، «اثر» اطلاق می‌شود». در توضیح این مطلب، می‌توان گفت آفرینش‌ها و تولیدات مرتبط با مد، به موازات اینکه با مقوله زیبایی و هنر سروکار دارند، از آنجا که امروزه به طراحی مد به‌عنوان حرفه‌ای تخصصی نگریده می‌شود و در بسیاری از کشورها، مدارس و دانشگاه‌ها، آموزش این حرفه را برعهده دارند، در صورت وجود شرایط ویژه برای حمایت از آثار فکری برای این محصولات، می‌توان دانش و ابتکار یادشده در این ماده را نیز بر موضوع مد استوار کرد و بدین ترتیب، طراح مد را «پدیدآورنده» و به آفرینش وی، «اثر فکری» اطلاق کرد.

از سوی دیگر، با بررسی ماده ۲ همین قانون که در مقام بیان آثار مورد حمایت برآمده است، در زمینه انطباق موضوع مد با آثار مورد حمایت این قانون باید گفت وفق بند ۵ ماده یادشده، «نقاشی و تصویر و طرح 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 به‌وجود آمده باشد» حمایت‌شدنی است. بدین ترتیب، در فرضی که نقاشی، طرح و تصویر و اثر تزئینی را در قالب پوشاک یا تزئینی برای یکی از اجزای بدن درآورد، با توجه به آنچه از مفهوم مد بیان شد، می‌تواند در چارچوب این بند و به‌عنوان مصدافی برای مد، قابل حمایت باشد. از سوی دیگر، به موجب بند ۱۰ ماده مزبور، آثار ابتکاری مربوط به فرهنگ عامه (فولکلور)، مورد حمایت قرار گرفته‌اند. از این نظر، در فرضی که نمودهای فرهنگ عامه یا همان فولکلور در قالب لباس یا زینتی بر اجزای بدن انسان نمود یابد، می‌تواند به‌عنوان مصدافی بر آفرینش‌های پوششی - زیبایی ذیل مقوله مد قرار گیرد (غفوری، ۱۳۹۱، ص ۷۴). به‌عبارت دقیق‌تر و همچنان که برخی نویسندگان فرانسوی یادآور شده‌اند، «حقوق فولکلور، گستره‌ای وسیع دارد که در این میان، آثار هنری غیراجرایی (فولکلور پوششی - زیبایی) به‌عنوان یکی از مصادیق آن، مورد توجه صنعت مد قرار می‌گیرد. زیرا بسیاری از طراحی‌های آفرینش‌های پوششی و زیبایی، ملهم و منبعث از باورهای قومی و محلی

است و در عین حال، به لحاظ واجد بودن خصیصه زیبایی و هنری، قابلیت عرضه در صنعت مد را دارد» (Desbois, 1992, p.326).

باید توجه کرد خصیصه موقتی بودن کارایی تولیدات مربوط به صنعت مد نیز هیچ‌گونه منافاتی با انطباق حقوق فولکلور نسبت به آن ندارد. زیرا آنچه به‌عنوان کارکردهای فرهنگ و باورهای قومی و محلی مورد احترام است، برای همیشه ذیل عنوان حقوق فولکلور قابل حمایت است و صرفاً این فرهنگ‌ها و باورها - با توجه به تغییرات و دست‌کاری‌هایی که در آن انجام می‌گیرد - در آفرینش‌های پوششی و زیبایی برای مدتی موقت و نزد گروهی خاص، در چارچوب تولیدات مد، مشمول حمایت قرار می‌گیرد. برای مثال، برخی طرح‌ها یا لباس‌هایی که عینیت‌بخش باور یک قوم است و از این حیث، برای همیشه نزد آن قوم احترام دارد، ممکن است توسط طراحان مد، در آفرینش پوششی دیگر مزج شود یا طرحی روی کالایی تزئینی طراحی شده و توسط گروه خاصی مانند جوانان، برای مدت موقت، معیار استفاده از مد و به‌روزرودن شود (Drexl, 2001, p.406).

قانون حمایت از نشانه‌های جغرافیایی مصوب ۱۳۸۳

مطابق با بند الف ماده یک قانون حمایت از نشانه‌های جغرافیایی، «نشانه جغرافیایی، نشانه‌ای است که مبدأ کالایی را به قلمرو، منطقه یا ناحیه‌ای از کشور منتسب می‌کند، مشروط بر این که کیفیت و مرغوبیت، شهرت یا سایر خصوصیات کالا، اساساً قابل انتساب به مبدأ جغرافیایی آن باشد. علاوه بر این، وفق بند ب همین ماده، «کالا، یعنی هرگونه محصول طبیعی و کشاورزی یا فراورده‌های آن یا صنایع دستی، یا تولیدات صنعتی».

با توجه به اینکه نشانه‌های جغرافیایی، معرف تولیدات صنعتی با کیفیت ویژه در بازار داخلی و بین‌المللی هستند و با لحاظ تعریف گسترده قانون از واژه صنعت، این قسم از مصادیق مالکیت فکری، نقشی مهم در جلب مشتری و مصرف‌کننده در بازار جهانی ایفا می‌کند. به‌ویژه آنکه در زمینه ارتباط نشانه‌های جغرافیایی با صنعت مد، می‌توان گفت امروزه صرفاً آنچه که از نشانه‌های جغرافیایی مد نظر است، مفهوم سنتی آن برای برخی کالاها و محصولات و تولیدات از جمله پنیر، زعفران، قالی و مواردی از این دست نیست و این مصداق از حقوق مالکیت فکری حتی برای

آفرینش‌های پوششی نیز کاربرد دارد. برای نمونه در برخی کشورها از جمله آمریکا، در این زمینه می‌توان لباس مخصوصی یا تی‌شرت در برخی ایالات با آرم و نشانه معرف آن منطقه یا ایالت اشاره کرد که از این حیث، ارتباط مستقیم با مفهوم مد می‌یابد. این عقیده تا جایی پیش رفته است که دیوان عالی کشور فرانسه در انطباق مصادیق مد با نشانه‌های جغرافیایی، به تصویرکشی تصویر نوعی گلابی در کنیا که به دست بودا معروف است، به وسیله طراحی فرانسوی بر روی تی‌شرت را نقض نشانه‌های جغرافیایی کنیا قلمداد کرده است (Cass. Com, 3 Mars 2016).

قانون ساماندهی مد و لباس مصوب ۱۳۸۵

وفق ماده ۴ قانون ساماندهی مد و لباس مصوب ۱۳۸۵، «طرح‌ها و الگوهای تولیدشده پارچه و لباس مبتنی بر نمادهای ایرانی - اسلامی، مشمول حمایت قانونی حقوق مؤلفان و مصنفان و مالکیت صنعتی خواهد بود». در این زمینه، شایان ذکر است تصویب قانون ساماندهی مد و لباس مصوب ۱۳۸۵ و ماده مزبور، از یک سو، به لحاظ اینکه در نهایت، قانون‌گذار ایرانی در صدد برآمده تا صنعت مد و تولیدات ناشی از آن را به رسمیت بشناسد، گامی رو به جلو تلقی می‌شود. اما از سوی دیگر، با توجه به اینکه این قانون، به‌عنوان نصی خاص در زمینه حمایت از مد تلقی می‌شود، بهتر آن بود که مقنن در خود این قانون، مصادیق و شرایط حمایت از آن را با تلفیقی از مقررات مالکیت صنعتی و ادبی و هنری بیان می‌کرد و از این نظر، بیان ناقص دایره شمول مد (صرف اشاره به پوشاک و حذف محصولات تزئینی به‌عنوان بخشی از مفهوم مد) و همچنین احاله و ارجاع حمایت از تولیدات مد به «حقوق مؤلفان و مصنفان و مالکیت صنعتی» تحت عبارتی کلی و مبهم، چندان مناسب و شایسته قانون‌گذار نبوده و در عمل نیز، علاوه بر عدم رفع نواقص در این زمینه بر ابهام و مشکلات حمایت از آفرینش‌های مربوط به مد می‌افزاید. همچنین، معرفی ارائه معیار مشخصی از نماد ایرانی - اسلامی در این ماده، موجب می‌شود دست دادرس، در تفسیر آن به‌طور موسع باز شده و منتج به سلیقه‌ای عمل کردن وی در این راستا شود.

قانون ثبت اختراعات، علائم تجاری و طرح‌های صنعتی و علائم تجاری ۱۳۸۶

هرچند قانون ثبت اختراعات و علائم تجاری مصوب ۱۳۱۰ یکی از اولین نصوص قانونی مصوب

در زمینه حمایت از حقوق مالکیت فکری است و در چارچوب برخی مصادیق از جمله اختراع و علامت تجاری، به منظور حمایت از مد می توان به آن استناد کرد، با این حال، با توجه به چارچوب کلی مشترک مباحث مربوط به اختراع و علامت تجاری در این قانون و قانون ثبت اختراعات، علائم تجاری و طرح های صنعتی و علائم تجاری ۱۳۸۶ و همچنین نسخ قانون ۱۳۱۰ و به روز شدن آن از جمله حمایت از طرح های صنعتی در قانون ۱۳۸۶، در این قسمت، صرفاً قانون ۱۳۸۶ مبنای کار قرار گرفته است. این مطلب بدان توضیح است که اگرچه به صراحت در قانون ثبت اختراعات، علائم تجاری و طرح های صنعتی و علائم تجاری ۱۳۸۶، از اصطلاح هایی نظیر «آفرینش های پوششی»، «مد» و «صنایع فصلی» استفاده نشده است، اما با استقرا در مواد آن، می توان رگه هایی از حمایت از این موضوع را ملحوظ کرد.

قانون گذار ایرانی در این قانون، برخی مصادیق حقوق مالکیت فکری را مشمول حمایت دانسته است که با توجه به ماهیت صنعت مد، می توان این مصادیق را نیز بر آن، منطبق کرد. در این زمینه می توان گفت علائم تجاری و اختراعاتی که موضوع حمایت قانون فوق الاشعار است، می تواند گاه در چارچوب مد نیز حمایت شود. نخست آنکه، حسب ماده ۱ قانون مزبور، «اختراع نتیجه فکر فرد یا افراد است که برای اولین بار، فرایند یا فرآورده ای خاص را ارائه می کند و مشکلی را در یک حرفه، فن، فناوری، صنعت و مانند آن ها حل می نماید». در راستای انطباق مفهوم مد با حق اختراع می توان گفت در حقوق فرانسه رویکردی وجود دارد که می تواند قابل تسری به انطباق مد با اختراع در حقوق ایران نیز باشد. به عبارت دقیق تر، در حقوق فرانسه، با توجه به ضرورت وجود کاربرد صنعتی برای اختراع، اعتقاد آن است که در موارد ذیل، امکان حمایت از صنعت مد تحت نظام حق اختراع میسر است:

الف) مواد و ترکیبات جدید مصنوعی از جمله نایلون و پارچه ترگال (TGI, Paris, 10 juin) (1996)؛

ب) ایجاد کارکردهای خاص برای پوشاک یا لوازم وابسته به پوشاک از جمله گرد کردن دسته کیف یا تولید لباس های ورزشی مخصوص برای ورزشکاران در فصل زمستان یا تابستان یا تولید عینک هایی با کارایی های متفاوت در روز یا شب (Cass.com, 2 Mai 2005)؛

پ) فرایندهای نوین در تولید آفرینش‌های زیبایی و پوششی (Cass.com, 4 Oct 2001). در این زمینه، ماهنامه نساجی و بافندگی در فرانسه، قسمتی از مطالب خویش را به بحث اختراعات راجع به صنعت نساجی اختصاص می‌دهد تا بدین ترتیب، فرایندهای نوین در تولید محصولات مربوط به مد، به‌ویژه در صنعت نساجی به اطلاع همگان برسد. برای نمونه، در شماره ۱۲۹۸ ماه می ۱۹۹۸ این ماهنامه، فرایندهایی نظیر گردکردن و کشش برخی محصولات مربوط به مد در منسوجات، همچنین فرایندهای نوین تولید نخ مصنوعی، به‌عنوان اختراع ذکر شده است (Drexl, 2001, p.438).

ت) تولید دستگاه‌های تازه مکانیکی یا الکترونیکی برای بافندگی، خیاطی و یا تولید سایر آفرینش‌های پوششی و زیبایی (Cass.civ, 6 Juin 1990).

از سوی دیگر، وفق بند الف ماده ۳۰ قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶، «علامت، هر نشان قابل رؤیتی است که بتواند کالاها یا خدمات اشخاص حقیقی یا حقوقی را از هم متمایز سازد».

بدین ترتیب، در زمینه ارتباط میان تولیدات مرتبط با مد و علامت تجاری می‌توان چنین گفت که رابطه‌ای دوسویه میان علامت تجاری و صنعت مد وجود داشته و از دو نظر می‌توان به این موضوع نگریست. از یک سو، طراحان تولیدات مرتبط با مد، به‌منظور تجاری‌سازی محصولات خویش از علامت تجاری استفاده می‌کنند و از سوی دیگر، علامت تجاری که برای کالاها و تولیدات به‌کار گرفته می‌شود، ممکن است ترکیبی از طرح‌ها و الگوها و ترسیماتی باشد که مصداقی از تولیدات صنعت مد به حساب می‌آیند که در این رابطه و به‌عنوان نمونه می‌توان به علامت تجاری نایک^۱ (علامت تجاری محصولات ورزشی با طرحی مخصوص) اشاره کرد.

از این روی، نتیجه‌ای که از این بحث حاصل می‌شود، آن است که از طریق انطباق موضوعاتی نظیر اختراع و علامت تجاری با مفهوم مد، این امکان فراهم می‌شود که علیرغم عدم ذکر صریح

1. Nike

قانون‌گذار از عنوان مد و مفاهیم مرتبط با آن، نصّ قانونی مزبور را به‌عنوان یکی از منابع قانونی در زمینه این موضوع، مد نظر قرار دهیم.

لایحه جامع حمایت از حقوق مالکیت ادبی و هنری و حقوق مرتبط سال ۱۳۹۳

هر چند لایحه مورد بحث هنوز شکل قانون به خود نگرفته است، به‌عنوان حرکتی نوین در راستای به‌روزرسانی و اصلاح قوانین مربوط به حقوق مالکیت ادبی و هنری و همچنین، حقوق مجاور با آن محسوب می‌شود. تدوین‌کنندگان این لایحه، علیرغم اینکه پس از تصویب قانون ساماندهی مد و لباس، مفاد و محتوای آن را تکمیل کردند، هیچ‌گونه اشاره‌ای به تولیدات مرتبط با مد و صنایع فصلی پوششی و زینتی نداشته است.

با توجه به آنچه بیان شد، می‌توان نتیجه گرفت صرفاً با استناد به ماده ۱ و بند ۸، ۱۰، ۱۳ ماده ۲ و همچنین، بند ۱۴ ماده ۳، رگه‌هایی از حمایت از صنعت مد و تولیدات مربوط به آن، در چارچوب این لایحه مشاهده می‌شود. ماده ۱ لایحه، اثر را «عبارت از هرگونه آفریده ادبی و هنری که در آن، افکار و احساسات به شیوه‌ای اصیل ارائه شده باشد»، بیان می‌کند. همچنین، مطابق با بندهای یادشده در مواد ۲ و ۳، به ترتیب، «اثر هنری - تزیینی»، «اثر هنری - ترسیمی»، «طراحی شکل و حروف به صورت دستی یا رایانه‌ای» و همچنین، «آثار مبتنی بر کردهای فرهنگ عامه»، مشمول حمایت است.

همه مصادیق یادشده مورد حمایت در این ماده، به‌عنوان اثری مبتنی بر تولیدات مد، می‌تواند مشمول حمایت قرار گیرد. با این حال، باید یادآور شد، به نظر می‌رسد آنچه در قانون حمایت حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ برای تطبیق مصداق با تولیدات مربوط به مد وجود دارد، نسبت به لایحه یادشده، از اطلاق بیشتری برخوردار است و به نوعی انطباق مفاد آن قانون با آفرینش‌های مربوط با مد، سازگارتر است. در حقیقت، وفق لایحه مزبور، از یک‌سو با توجه به بعد هنری موضوع نسبت به مقررات حقوق مالکیت صنعتی، ظرفیت حمایتی بیشتری برای تولیدات مرتبط با آفرینش‌های پوششی زیبایی فراهم شده و از سوی دیگر، نسبت به قانون حقوق مؤلفان و مصنفان مصوب ۱۳۴۸، مصادیق بیشتری در چارچوب آفرینش‌های زیبایی - پوششی مشمول حمایت قرار گرفته‌اند.

نتیجه

مطابق با آنچه دستاورد این پژوهش است، همچنین، با تأسی از رویه قضایی کشور فرانسه در این زمینه، به نظر می‌رسد مفهوم مد، باید در معنایی وسیع و فراتر از محصول نهایی که در اختیار مصرف‌کننده قرار می‌گیرد، تفسیر شود. به عبارت دقیق‌تر، هرچند در حالت کلی، دامنه شمول مصادیق مد، ذیل دو عنوان اصلی آفرینش‌های زیبایی و پوششی قرار می‌گیرد، نباید تصور کرد که منظور از آفرینش، محصول و تولید تکامل‌یافته است. این جمله بدان معنا است که محصولات مربوط به صنعت مد، در واقع، دربردارنده همه اجزای آن محصول از مواد اولیه تا محصول نهایی است. بدین ترتیب، باید ادعا کرد برای مثال، از منظر حمایت قانونی در زمینه آفرینش‌های مربوط به صنعت مد، تولیدکننده نخ به‌کاررفته در یک پارچه - در صورت وجود شرایط لازم در جهت صیانت قانونی - از همان حقوق حمایتی برخوردار است که طراح یک لباس، حتی تولیدکننده نهایی محصول، نسبت به آن بهره‌مند می‌شود. بر خلاف فرانسه که سابقه طولانی در حمایت از مد دارد، از استقرای در مقررات ناظر بر حقوق مالکیت فکری ایران اعم از حقوق مالکیت ادبی و هنری و مالکیت صنعتی، این نتیجه به‌دست می‌آید که از بدو پیش‌بینی قواعد و مقررات راجع به مالکیت فکری تاکنون، به‌طور صریح حمایت از تولیدات مربوط به مد، شناسایی نشده است و صرفاً، حمایت قانونی از این تولیدات در چارچوب بیان مصادیق صورت پذیرفته است. در حقوق فرانسه، زمینه حمایت از تولیدات مربوط به مد، پیش از سال ۱۹۰۲، از طریق حقوق طرح‌ها و مدل‌ها صورت می‌گرفت و بین بازه زمانی ۱۹۰۲ تا ۱۹۵۲ نیز چارچوب حقوق مؤلف نیز به‌عنوان چتری حمایتی بر صیانت قانونی از آفرینش‌های مربوط به مد قلمداد می‌شد تا اینکه از سال ۱۹۵۲ با تصویب قانون جامع مالکیت فکری در این کشور، حمایت از آفرینش‌های پوششی و زیبایی و صنعت مد به‌طور صریح توسط مقنن فرانسوی به رسمیت شناخته شد. در حقوق ایران نیز، تبلور حمایت از تولیدات مد، علاوه بر قانون حمایت از حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان ۱۳۴۸ و لایحه جامع مالکیت ادبی و هنری ۱۳۹۳ در ذیل مصادیقی چون طرح‌ها و فولکور، در بعد حقوق مالکیت صنعتی نیز با توجه به قانون ثبت اختراعات و علائم تجاری ۱۳۱۰ و همچنین، قانون ثبت

اختراعات علائم تجاری و طرح‌های صنعتی ۱۳۸۶ و در چارچوب عناوینی چون اختراع، طرح صنعتی، نشانه جغرافیایی و اسرار تجاری فراهم شد. با این حال، پیش‌بینی یکسری قواعد و مقررات حقوقی ناظر به آفرینش‌های پوششی توسط مقنن ایرانی طی سال‌های اخیر از جمله قانون ساماندهی مد و لباس در سال ۱۳۸۵، شاخصی روبه‌جلو قلمداد شده که با توجه به قانون یادشده، حمایت از صنعت مد در دو قالب مالکیت صنعتی و مالکیت ادبی و هنری به رسمیت شناخته شده است.



منابع و مأخذ

۱. بیات، عبدالرسول (۱۳۸۸). جنون مدگرایی. ماهنامه طرح و مد، شماره ۱۲، صفحات ۴۰-۲۹.
۲. پیروزان فرد، رضا (۱۳۸۸). نقش حقوق مالکیت فکری در تحول صنایع مدرن. پایان‌نامه کارشناسی ارشد حقوق خصوصی، دانشکده حقوق دانشگاه آزاد واحد میبد یزد.
۳. دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۹۲). لغت‌نامه. جلد دوازدهم، ویرایش سوم (نسخه الکترونیکی)، تهران: واحد انفورماتیک دانشگاه تهران.
۴. غفوری، زینب (۱۳۹۱). حمایت از نمودهای فرهنگ عامه (فولکور) در حقوق مالکیت فکری. چاپ اول، تهران: انتشارات جنگل.
۵. میرحسینی، سید حسن (۱۳۹۱). فرهنگ حقوق مالکیت معنوی. جلد دوم، چاپ دوم، تهران: نشر میزان.
6. Breesé, P. (2004). *é'evauatoon ddddosts d propr été nrdust*. Paris : Gualino.
7. Buydens, M. (2010). ... 1^é é, Bruxelles: Larcier.
8. Colombet, C. (2007). ... 6^é é, Paris: Dalloz.
9. Demulin, P., (2007). ... 4^é é, Paris: PUF.
10. Desbois, H. (1992). *L drotd&autuur nn France*. 6^é é, Paris: Dalloz.
11. Drexl, J. (2001). Les principes de protection des intérêts diffus et des biens collectifs: quel ordre public pour les marchés globalisés? ... 107, 401 -446.
12. Cohen, D. (2010). ... 6^é é, Paris: Economica.
13. Alain, R. (2012). ... 13^é é, Paris: Edition de Robert.
14. Lucas, A. (2011). ... 3^é é, Paris: Litec.
15. Pollaud-Dulian, F. (2011). *rr otd&auteur*. 6^é é, Paris: Dalloz.
16. Pouillet, E. (1911). ... 1^é é, Paris : Dalloz.
17. Vivant. M., et Bruguière, J. M. (2012). *rro t d'autoeur t drosts vossm*. 4^é é, Paris: Dalloz.