

# وضعیت حقوقی معاملات درون بازی‌های مجازی

(مطالعه تطبیقی در فقه اسلامی، حقوق موضوعه ایران و کامن‌لا)

ابراهیم عبدی پور\*

مرتضی وصالی ناصح\*\*

تاریخ تایید: ۱۳۹۸/۲/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۷/۶

## چکیده

بازی‌های گروهی رایانه‌ای به‌عنوان بخشی از صنعت سرگرمی، عمدتاً از منظر اقتصادی و فرهنگی مورد بحث قرار می‌گیرند. اما ابعاد حقوقی آنها نیز قابل بحث و بررسی است. از مسائل حقوقی مهم این بازی‌ها، امکان خرید و فروش و مبادله برخی اشیای مجازی توسط بازی‌کنندگان در حین بازی است که با چالش‌هایی همراه بوده است. مهم‌ترین این چالش‌ها، وضعیت حقوقی این معاملات به‌دلیل تردید برخی حقوقدانان در وجود شرایط اساسی عقد به‌ویژه شرایط مورد معامله و حقوق قانونی بازیگر نسبت به اشیای مجازی است. از آنجا که همه چیز در فضای مجازی صورت می‌گیرد، مورد معامله نیز وجود مادی و عینی ندارد و آنچه مورد دادوستد قرار می‌گیرد فقط در همان بازی و صرفاً برای بازی‌کنندگان آن مطلوبیت داشته و خارج از بازی کارکردی ندارد. در این مقاله، معاملات درون بازی‌های گروهی برخط از منظر شرایط اساسی صحت معامله و با رویکردی تطبیقی در حقوق اسلام، ایران و کامن‌لا مورد بررسی قرار می‌گیرد.

واژگان کلیدی: بازی مجازی، اشیای مجازی، معاملات درون بازی، صحت و اعتبار.

\* استاد گروه حقوق خصوصی دانشگاه قم (e.abdipour@qom.ac.ir).

\*\* استادیار گروه حقوق خصوصی دانشگاه آزاد اسلامی همدان (vesali@isu.ac.ir).

## مقدمه

بازی «مجموعه‌ای از حرکت‌ها و فعالیت‌های جسمی و ذهنی است که موجب شادی، سرزندگی، لذت و ارتباط با دیگران می‌شود» (شورای کتاب کودک، ۱۳۸۹، ص ۲۹). اگرچه تفریح یا سرگرمی عنصر ذاتی و لاینفک بازی است، لیکن بازی و به‌ویژه بازی‌های گروهی برخط می‌تواند کارکردها و اهداف دیگری همانند اهداف آموزشی، اقتصادی و اجتماعی داشته باشد. بازی‌های مجازی (virtual games)، نوعی از بازی‌های رایانه‌ای هستند که در فضای مجازی اینترنت و به‌صورت برخط، با امکان حضور بازی‌کنندگان متعدد انجام می‌شوند (Balkin & Beth, 2006, p.115). این بدان معناست که هر کس در هر جای دنیا می‌تواند با ساختن یک حساب کاربری (account) و از راه انتخاب یک «چهرک» (avatar) وارد بازی گردد. علاوه بر ویژگی برخط بودن، بازی‌های مجازی عمدتاً از «بازی‌های تفریحی» تفکیک شده و تحت عنوان «بازی‌های جدی» (serious games) طبقه‌بندی شده‌اند. منظور از بازی‌های جدی بازی‌هایی هستند که هدف اولیه از طراحی آن‌ها چیزی غیر از سرگرمی و تفریح همانند آموزش، تبلیغات و بازاریابی است (Djibouti & Alvarez, 2015, p.147). دیگر ویژگی مهم این بازی‌ها که سبب ورود حقوق به مقوله بازی‌های مجازی شده است، امکان معامله و دادوستد اقلام مجازی در حین بازی است.

این بازی‌ها که بازی نقش‌آفرینی برخط چند نفره گسترده (MMORPGs)<sup>۱</sup> نامیده می‌شوند، سهم قابل توجهی از ظرفیت‌سازی‌های تجاری و اقتصادی را در حوزه کسب و کار الکترونیک به خود اختصاص داده‌اند. آنچه بازی‌های مجازی را به موضوعی مهم برای اقتصاد و تجارت تبدیل کرده و به تبع آن بانی را نیز برای ورود علم حقوق مفتوح کرده است، اختصاص سهم قابل توجهی از «اقتصاد مجازی» یا به‌عبارت دقیق‌تر «اقتصاد بازی» از طریق «معاملات درون بازی» (In-Game Transaction) و سایر فعالیت‌های تجاری همانند بازاریابی و تبلیغات است. اقتصاد مجازی درمقابل «اقتصاد دنیای واقعی» قرار می‌گیرد و به بخشی از اقتصاد اشاره دارد که بستر آن فضای سایبر و برخط و

7. Massive Multiplayer Online Role Playing Games.

دادوستدهای درون آن است که از طریق تبادل «پول رایج مجازی» (virtual currency) یا «پول رایج درون بازی» با پول واقعی یا ارقام مجازی با پول واقعی انجام می‌شود (Castronova, 2005, p.17). آنچه در معاملات درون بازی مورد دادوستد قرار می‌گیرد تحت عنوان «دارایی‌های داخل بازی» شناخته می‌شوند و از آن‌ها با عناوینی همچون «ارقام مجازی» (virtual items)، «کالاهای مجازی»، «تولیدات مجازی» یا «دارایی‌های مجازی» یاد می‌شود.

استفاده از بسیاری از بازی‌های برخط، معمولاً مجانی و برای عموم کاربران آزاد است و در برخی موارد مستلزم پرداخت حق عضویت یا آبونمان از سوی کاربر به تولیدکنندگان یا طراحان این بازی‌هاست. باین همه، در هر دو دسته معمولاً امکان خرید ارقام یا کالاهای مجازی در درون بازی برای بازیگران پیش‌بینی می‌شود. به این ترتیب که کاربر یا بازیگر با پرداخت مبلغی پول رایج دنیای واقعی (مانند دلار یا یورو)، مقداری پول رایج دنیای مجازی که در آن نوع بازی رایج است، بدست می‌آورد و با آن می‌تواند ارقام (کالا یا دارایی‌های) مجازی خریداری کند. ارقام مجازی نوعاً در بهبود قدرت و موقعیت بازیگر در روند بازی و موفقیت او در بازی سهم بسزایی دارد و شامل انواع سلاح همانند شمشیر و نیزه و بمب و موشک و غیره یا دارایی‌های مجازی همانند سکه و شمش طلا یا نیرو و نفرات یا کاراکترها و شخصیت‌های بازی - همانند سربازان و جنگجویان که برای کاربر بچنگند یا کشاورزانی که در مزارع او کار کنند و قدرت و ثروت او را افزایش دهند - یا زمین و ملک و قلعه و مزرعه می‌باشد که قلمرو قدرت و حاکمیت بازیگر را توسعه می‌دهد.

گاه نیز بازیگر در طول بازی و در نتیجه تلاش خود و در نتیجه پیروزی در نبردها، برخی ارقام یادشده را تحصیل می‌کند یا به غنیمت می‌گیرد. علاوه بر آن، در برخی از انواع بازی‌های برخط عملاً این امکان وجود دارد که بازیگر برخی از ارقام تحصیل شده یا خریداری شده در بازی را در ازای دریافت پول مجازی یا پول واقعی، به بازیگر دیگر بفروشد. اگرچه شرکت‌های تولیدکننده و فراهم‌کننده بازی در راستای حفظ منافع خود، معمولاً با درج شروطی در قرارداد استفاده از بازی، تجارت با پول واقعی - اعم از خرید و فروش یا تبلیغات و بازاریابی - را برای بازیگران و کاربران خود ممنوع

می‌کنند، اما گاه در عمل این شروط توسط کاربران رعایت نمی‌شود و از سوی فراهم‌کننده نیز نادیده انگاشته می‌شود. تجارت و مبادلات میان بازی‌های مجازی برخط رو به تزاید است و ارزش پولی آن از ۱.۲ میلیارد دلار آمریکا در سال ۲۰۰۷ به ۱۴/۸ میلیارد در سال ۲۰۱۲ و ۱۹/۹ میلیارد در سال ۲۰۱۶ رسیده است ( Marchand & Hennig-Thurau, 2013, p.141 / Guogh, Christina, 2019, p.1).

در رویکرد فقهی - حقوقی به معاملات درون بازی‌های مجازی، به‌عنوان پدیده‌ای نوظهور که مسبوق به سابقه نبوده است، اولین پرسش در مورد حکم تکلیفی چنین دادوستدهایی از نظر جواز یا ممنوعیت قانونی آنهاست؟ مسئله دوم ناظر به حکم وضعی این معاملات و وضعیت حقوقی آنها به لحاظ ترتب یا عدم ترتب آثار حقوقی است؟ پرسش اخیر در نوپیدابودن این معاملات و تردید احتمالی در شرایط صحت و اعتبارشان، نهفته است. به‌رحال، ممکن است پاسخ مسئله در خصوص دو دسته فوق، یعنی معاملات میان کاربران و فراهم‌کنندگان بازی‌ها و معاملات میان کاربران و بازیگران باتوجه به نقض شروط استفاده از بازی، متفاوت یا یکسان باشد. پژوهش ما براین فرضیه استوار است که برغم چالش‌های حقوقی و فقهی جدی که در خصوص شناسایی قانونی این دسته معاملات وجود دارد، جواز این معاملات و صحت و اعتبار آنها بر اساس عمومات فقهی و اصول قراردادها و بر اساس اصل آزادی تجارت، ترجیح دارد.

## ۱. مشروعیت و جواز یا عدم جواز معاملات درون بازی‌های مجازی

از دیدگاه فقهی و حقوقی، اولین مسئله‌ای که در خصوص پدیده‌های نوظهور موردتوجه قرار می‌گیرد، مشروعیت یا جواز قانونی آنهاست؛ چراکه مسبوق به سابقه نبوده‌اند و قانون‌گذاران نیز نسبت به آنها هیچ اقدام تقنینی نداشته‌اند. این امر تا حد زیادی در خصوص بازی‌های مجازی و معاملات درون بازی صادق است. در حقوق موضوعه ایران مقوله بازی‌های رایانه‌ای و مجازی و معاملات درون آنها به‌طور خاص مورد توجه قانونگذار قرارنگرفته است، لیکن باتوجه به مبانی فقهی بحث، می‌توان به

جواز این نوع بازی‌ها و معاملات درون بازی، بر اساس اصل اباحه حکم داد بجز مصادیقی که مشمول یکی از افعال یا مکاسب محرمه همانند لهو و لعب یا قمار قرار می‌گیرد (انصاری، ۱۴۳۰، ص ۳۷۱) قانون مدنی ایران، به تبع فقه امامیه، در ماده ۶۵۴، قمار و گروبنندی را باطل اعلام کرده و دعاوی راجعه به آن را قابل استماع نمی‌داند. این بدان معناست که قمار و گروبنندی در زمره معاملات نامشروع قرار گرفته و از این رو، نه تنها دعاوی راجع به آن مسموع نیست بلکه هر نوع دادوستد یا پرداختی در این زمینه هم باطل است.

از منظر فقهی، نفس بازی در صورتی که لهو و لعب محسوب نشود و منجر به قمار نشود، حرام و ممنوع نیست (همان) بازی‌های رایانه‌ای در بسیاری از موارد واجد غرض عقلایی هستند و علاوه بر بُعد تفریحی و سرگرمی سالم می‌تواند سبب ورزیدگی ذهن و خلاقیت شوند و در روند اجتماعی شدن شخص موثر باشند ( Zhang & Kaufman, 2017, p.451). از دیدگاه فقیهان امامیه، «استفاده از ابزار آلات قمار» و «شرط برد و باخت و گروبنندی» دو ضابطه اصلی برای قمار شدن بازی و ممنوعیت آن محسوب می‌شود. البته صرف بازی با آلات قمار حتی اگر با قصد برد و باخت نباشد، مصداق قمار و حرام است اما بازی یا مسابقه با آلات غیر قمار، اگر با شرط برد و باخت و مستلزم گروبنندی نباشد، قمار محسوب نمی‌شود و اصولاً مباح و مشروع است مگر اینکه مستلزم لهو و لعب یا ارتکاب حرام دیگری باشد (خمینی، ۱۳۸۰، ص ۶۳/ انصاری، ۱۴۳۰، ص ۳۷۱-۳۸۴) فقیهان عمدتاً به نوع خاصی از بازی‌ها اشاره نکرده، بلکه در صدد بوده‌اند تا ضوابط معینی برای تشخیص حرمت یا حلیت تمام مواردی که در حیطه و قلمروی بازی و سرگرمی قرار می‌گیرد، ارائه نمایند (خامنه‌ای، ۱۳۸۸، ص ۱۴۸). در نتیجه می‌توان گفت این احکام قابل تسری به تمام انواع بازی‌ها از جمله بازی‌های مجازی نیز می‌باشد و تفاوتی از این نظر بین بازی‌های سنتی با بازی‌های اینترنتی و برخط وجود ندارد و در صورتی که هدف اصلی بازی قمار و برد و باخت نباشد، خود بازی و معاملات درون آن از این حیث مشروع و مجاز است.

در حقوق کشورهای پیشرو در صنعت سرگرمی، به ویژه در نظام‌های حقوق عرفی، بازی‌های رایانه‌ای و معاملات درون آن عمدتاً از منظر حقوق مالکیت‌های فکری مورد

توجه قرار گرفته‌اند. علت این امر را باید در دغدغه اصلی این نظام‌های حقوقی، یعنی حمایت از حقوق مالکیت‌های معنوی سازندگان بازی‌های رایانه‌ای جستجو نمود (Groshide, et al, 2014, p.9 / Humphreys, 2014, p.6).

لیکن چهره جدید بازی‌های رایانه‌ای در فضای مجازی و بصورت آنلاین، چالش قماری بودن این نوع بازی‌ها را پیش کشیده و قانونی یا غیر قانونی بودن آنها را در قالب «قمار مجازی» یا «قمار از راه دور» (remote gambling) مطرح ساخته است. مطالعه اجمالی قوانین بازی (قماربازی) در نظام‌های کامن‌لائی، حاکی از اتخاذ یک رویکرد سنتی تقریباً واحد در تقسیم بازی از حیث قانونی یا غیر قانونی بودن آن است. از این منظر بازی‌ها در دو گروه کلی جای گرفته‌اند: گروه اول «بازی‌های مبتنی بر شانس» (game subject to chance) هستند که با «شرط‌بندی» (Bet or Wager) همراه بوده و در بیشتر نظام‌های ملی مشمول عنوان مجرمانه قمار قرار می‌گیرند. گروه دوم، «بازی‌های بازی مبتنی بر مهارت» (game of skill) هستند و در صورتی که همراه با شرط‌بندی نباشند، مجاز محسوب می‌گردند (Gary, 2010, p.21).

در حال حاضر با ورود بازی‌های رایانه‌ای به فضای مجازی، ملاک تشخیص قانونی بودن این نوع بازی‌ها اهمیت و ضرورت بسیار بیشتری یافته است و بیشتر نظام‌های ملی به منظور تفکیک «بازی‌های قمار» از «بازی‌های غیر قمار» در فضای مجازی یا بطور مستقل اقدام به وضع قانون جدیدی در این خصوص نموده و یا قوانین پیشین خود را اصلاح نموده‌اند. به‌عنوان نمونه کشور انگلستان با اصلاح قانون قمار (مصوب ۲۰۰۵) در سال ۲۰۱۴ ضمن تاکید بر اعمال مقررات قانون مذکور بر بازی‌های قمار برخط، با هدف قانون‌مند سازی فضای مجازی اقدام به وضع قوانین جدیدی در خصوص «قماربازی برخط» نموده است. در حقوق امریکا تا پیش از تصویب «قانون قمار بازی اینترنتی غیر مجاز» در سال ۲۰۰۶، رویه ایالت‌ها در خصوص قانونی بودن قماربازی‌های برخط متفاوت بود ولیکن پس از اجرایی شدن قانون مذکور تمام انواع بازی‌های اینترنتی که در آنها شرط‌بندی صورت گیرد، مشمول مقررات قمار، غیرمجاز و ممنوع است.

کشور استرالیا نیز با هدف قانونمند سازی قمار در فضای مجازی در سال ۲۰۰۱

اقدام به تصویب «قانون قمار تعاملی» نمود و تمام انواع قمار اینترنتی مستلزم شرطبندی را ممنوع کرد (Lee, 2011, p.37). در کشور هند با این که قمار مطابق «قانون قماربازی عمومی (مصوب ۱۸۶۷)» جرم تلقی شده و مجازات های سنگینی در پی داشته است، لیکن با تصویب «قانون فنآوری اطلاعات» در سال ۲۰۰۰ باز هم بر ممنوعیت بازی های قمار در اینترنت تاکید ورزیده و رویکرد سختگیرانه تری نسبت به مقوله بازی های رایانه ای و قمار شدن آنها در فضای مجازی اتخاذ کرده است. در همین راستا، تمام انواع بازی های قمار آنلاین، به استثنای «بخت آزمایی» یا «لاتاری» در کشور هندوستان جرم شناخته می شوند (NDA, 2014, p.443) بنابراین در نظام های کامن لایی هم اصل بر جواز این بازی ها و معاملات درون آنهاست مگر اینکه مستلزم قمار و شرطبندی باشند (Passman, 2008, p.321).

در خصوص دیدگاه فقهی راجع به موضوع، شایان ذکر است که در پاسخ به استفتای بنیاد ملی بازی های رایانه ای از آیت الله العظمی خامنه ای در خصوص حکم فقهی بازی های مجازی و خرید و فروش کالاهای مجازی درون این بازی ها، ایشان ضمن بیان جواز این بازی ها، در فرضی که مستلزم قمار و برد و باخت نباشد، پرداخت وجه بابت ارقام مزبور را بلامانع دانسته است، و لذا در حقوق ایران هم در خصوص «مشروعیت و قانونی بودن» بازی های مجازی و «دادوستدهای درون بازی» نباید تردید کرد.<sup>۱</sup>

## ۲. وضعیت حقوقی معاملات درون بازی

وضعیت حقوقی معاملات درون بازی های مجازی و صحت یا بطلان آنها را باید از منظر شرایط اساسی معاملات در نظام های حقوقی بررسی کرد. در قانون مدنی ایران که

۱. خرید و فروش کالاهای مجازی عرضه شده در بازی های رایانه ای مجازی، به استناد استفتایی که از مقام معظم رهبری، توسط بنیاد ملی بازی های رایانه ای صورت گرفته، بلامانع بوده و فاقد مالکیت شناخته نمی شوند. تصویر استفتاء مذکور در درگاه رسمی مرکز توسعه تجارت الکترونیکی به نشانی: [www.ecommerce.gov.ir](http://www.ecommerce.gov.ir) و در بخش نماد اعتماد الکترونیکی به نشانی [www.enamad.ir](http://www.enamad.ir) قابل دسترس می باشد.

ملهم از فقه امامیه است، شرایط اساسی صحت معاملات در ماده ۱۹۰ و به بعد آن بیان شده است. علاوه بر قصد و رضای طرفین و اهلیت و سمت آنها، معلوم و معین بودن مورد معامله و مشروعیت جهت نیز از شرایط اساسی صحت و اعتبار معاملات است. در مواد ۲۱۴ تا ۲۱۶ نیز شرایط مورد معامله به تفصیل بیان شده است و مطابق مواد مذکور مورد معامله باید مالیت داشته باشد و متضمن منفعت عقلانی مشروع باشد. تسلیم آن مقدور باشد و مبهم و مجهول نباشد. در ماده ۳۴۸ قانون مدنی هم تصریح شده است: «بیع چیزی که خرید و فروش آن قانوناً ممنوع است و یا چیزی که مالیت و یا منفعت عقلایی ندارد یا چیزی که بایع قدرت بر تسلیم آن ندارد، باطل است، مگر این که مشتری خود قادر بر تسلّم باشد. بدیهی است در صورتی که اشیاء و کالاهای مجازی مورد دادوستد در ضمن بازی‌های مجازی، واجد تمام شرایط فوق‌الذکر باشند، این گونه معاملات از نظر فقه و حقوق ایران حمل بر صحت خواهند شد اما در موارد خلل در این شرایط باید در اعتبار معامله و ترتب آثار حقوقی آن تردید کرد. در نظام کامن‌لا نیز صحت مورد معامله منوط به دو شرط «موجود بودن» و «معلوم و معین بودن» است<sup>۱</sup> (Steven, 2007, p.283).

پس، از منظر شرایط قانونی مورد معامله، آنچه معاملات درون بازی‌های مجازی را ممکن است مورد چالش قرار دهد، اول، تردید در مالیت اشیای مجازی و داشتن منفعت عقلایی و مشروع است و دوم، وجود غیر فیزیکی و غیرمادی اشیاء و کالاهای مجازی است. زیرا آنچه مورد دادوستد واقع می‌گردد فقط در داخل بازی و برای بازی‌کنندگان ارزش دارد و بیرون از بازی معنی و مفهومی ندارد و از طرفی، اشیاء و کالاهای مجازی وجود خارجی و فیزیکی ندارند. تردید سوم، ناشی از اختلاف نظر در مورد مالکیت کاربران یا بازیگران نسبت به اشیاء درون بازی است که در این مقاله به ترتیب مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرند. گفتنی است، پیش فرض ما این است که متعاملین دارای اهلیت قانونی می‌باشند و لذا معامله صغار و غیر رشید خارج از بحث

۱. برای نمونه قانون متحدالشکل تجاری ایالات متحده امریکا ( Uniform Commercial Code, s. 2, Art. ) و یا قانون بیع کالای انگلستان (The Sale of Goods Act, s. 9, 1979) برای کالای مورد معامله دو شرط موجود و معلوم بودن را ضروری دانسته‌اند.

ماست. در خصوص غرری بودن معامله هم فرض ما این است که متعاملین نسبت به مورد معامله علم و آگاهی دارند و غرر به دلیل جهل منتفی است.

## ۲-۱. مالیت و منفعت عقلایی اشیای مجازی و قابلیت اختصاص آنها

«مال» و ضابطه تشخیص «مالیت» در اصطلاح فقه و حقوق از تنوع خاصی برخوردار است و معنای واحدی از مال یا مالیت مورد اجماع فقها و حقوق دانان قرار نگرفته است. رویکرد عرفی به مفهوم مال در قالب میل و رغبت و تلاش عقلا برای به دست آوردن آن از مهم ترین محورهای تعاریف فقهی مال است. براین اساس، ارزش مبادله کالا به طور کامل به میزان رغبت و میل افراد جامعه بستگی دارد. اگر میل و رغبت عمومی نسبت به کالایی کاهش پیدا کند به دنبال آن، ارزش مبادله ای آن کالا نیز کاهش می یابد. این مطلب به نحو واضح و آشکار اثبات می کند که ارزش مبادله ای هر کالا با برآوردن نیازهای انسان به وسیله آن کالا در ارتباط است (خمینی، ۱۳۷۸، ص ۳۷) از این منظر «مال چیزی است که مورد رغبت و تقاضای عمومی عقلا باشد» (کاشف الغطا، ۱۳۵۹، ص ۶۹) یا «مال چیزی است که طبع انسان به طرف آن متمایل می گردد» (صدر، ۱۴۲۰، ص ۴۱۷) یا اینکه «مال چیزی است که عقلا نسبت به آن رغبت دارند» (مطهری، ۱۳۷۱، ص ۲۳۴).

برخی از فقها مال را از منظر «منفعت داشتن» و «رافع نیاز بودن» تحلیل نموده و شرط مالیت را در مفید بودن و رافع نیاز بودن دانسته اند؛ بنابراین «هر چیزی که برای بشر مفید باشد و بتواند یکی از نیازهای وی را برآورد، مال است البته صرف داشتن منفعت، کافی نیست. بلکه باید به لحاظ دارا بودن فایده، مورد رغبت و توجه عقلا باشد (سعدی، ۱۴۰۸، ص ۲۳۴). مال از زاویه تملیک و تملک نیز مورد توجه فقهاست. بر این مبنا «مال» به چیزی اطلاق می گردد که برای فرد یا افرادی از مردم قابلیت تملک داشته باشد» (طباطبایی حکیم، ۱۳۷۹، ص ۱۸۷). گروهی از فقها نیز ضابطه و معیار عرفی را معیار شناسایی مال دانسته و اعطای مفهوم مالیت به اشیاء را به عهده عرف نهاده اند. از این منظر «معنای مال و مالیت، عرفی یا لغوی است که به دلیل شرعی نیاز ندارد. بلکه برای آن ها عرف و لغت را باید دید» (امامی، ۱۳۸۱، ص ۳۱۰). از این منظر، هر چیزی که از نظر

عرف مطلوبیت پیدا کند و آثار مالیت بر آن صدق نماید، مال محسوب می‌گردد. در ادبیات حقوقی، مال به چیزی گفته می‌شود که بتواند مورد دادوستد قرارگیرد و از نظر اقتصادی ارزش مبادله را داشته باشد (شهیدی، ۱۳۸۲ ص ۳۹/ کانونیان، ۱۳۷۲، ص ۲۷۱). به بیان دیگر، «مال چیزی است که به علت منافع واقعی یا اعتباری آن، مورد رغبت عقلا واقع شده و درمقابل آن نقدینه یا چیز دیگری می‌پردازند» (مطهری، ۱۳۷۱، ص ۳۲). پس، در جمع‌بندی دکترین فقهی و حقوقی می‌توان گفت که مالیت به معنای ارزش اقتصادی شیء است و منشاء این ارزش می‌تواند این باشد که یکی از نیازهای ضروری یا کمالی انسان را تامین می‌کند. با این همه، در تجارت امروز اشیایی وجود دارند که فی نفسه نیازی از انسان را برطرف نمی‌کند اما مالیت آن برگرفته از این واقعیت است که عقلا حاضرند در برابر آن مالی را بدهند. به عبارت دیگر، مالیت آنها صرفاً برگرفته از قابلیت مبادلاتی آنهاست و مشمول این تعریف رایج از مال است که «المال ما یبذل بازائه مال»

در نظریه‌های جدید، مفهوم مال صرفاً مبتنی بر خود شیء نیست، بلکه تعلق مفهوم مال ناظر به «روابط افراد» درباره اشیاء است. به عبارت دیگر، اشیاء به خاطر ارزشی که در روابط افراد دارند، مال محسوب می‌شوند. در نتیجه، از این منظر «مال ترکیبی از روابط حقوقی بین افراد در مورد یک شیء است» (امامی، ۱۳۸۱، ص ۴۱۳).

در نظام‌های حقوقی دیگر نیز، «مال» به‌عنوان یک مفهوم حقوقی، فلسفی و اقتصادی فراز و نشیب‌های زیادی را طی کرده و متأثر از تحولات سیاسی، اقتصادی و فرهنگی جامعه بشری، مفهوماً و مصداقاً تغییر و تحول یافته است. مطالعات اجمالی نشان می‌دهد که در کامن‌لا نیز «مال» دارای تعریف واحد و دقیقی نیست و مفهوم مالیت برگرفته از ویژگی‌هایی همانند «قابلیت اختصاص» (exclusivity)، «قابلیت تملک» (ownership)، «رغبت و تمایل عمومی» (effort)، «کمیابی» (scarcity) و «حمایت قانونی» (enforcement by law) است (Aylmer, 1980, p.87). در تعاریف کلاسیک از مال، گاهی مواقع مفهوم «مال» مترادف با مفهوم «مالکیت» در نظر گرفته شده است یعنی «مال چیزی است که قابلیت تملک دارد اعم از اینکه اجناس و کالا، ملک یا از جمله آفرینش‌های فکری باشد» (Webster's New World College Dictionary, 2013-2014).

امروزه مال بودن و مالیت اشیاء در نظام های کامن لایی از منظر بازاریابی و جامعه شناسی نیز مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرد. یک رویکرد مناسب برای درک رفتار مصرف کنندگان و به عبارت دیگر، برای درک رفتار کاربرانی که حاضر به خرید اقلام مجازی و پرداخت پول در ازای آن هستند، چگونگی پاسخ به این مسئله در زمینه کالاهای مادی و سنتی و انطباق آن بر کالاهای مجازی است. در مطالعات جامعه شناختی و فرهنگی مصرف، سه معیار اساسی را می توان در مورد استفاده از کالاها و ارزش اقتصادی آنها شناسایی کرد: جنبه های کاربردی کالاها، جنبه های عاطفی احساسی کالاها و استفاده از کالاها به عنوان ترسیم کننده تمایزات اجتماعی ( Featherstone, 1991, p.85). صفات کارکردی یا سودمندی کالا، آنهایی هستند که این امکان را می دهد تا به عنوان ابزار برای رسیدن به برخی اهداف بالاتر مورد استفاده قرار گیرند که معمولاً اهداف مادی ملموسی هستند که به یک نیاز اساسی انسان مربوط می شود. در نظریه مارکسیست، این امر ارزش مصرفی نامیده می شود و از منظر بازاریابی به عنوان ویژگی عملکردی کالا شناخته می شود ( Kotler & Keller, 2006, p.377/ Lehdonvirta, 2009, p.98).

در حالی که ویژگی های عملکردی ممکن است به عنوان دلیل اساسی مالیت کالاها تلقی شوند، اما روشن است که تنها دلیل و معیار مالیت آنها، به ویژه در جوامع مصرف کننده معاصر، نیست. جامعه شناسان معاصر همانند «کمپل» (Campbell) و «فدرستون» (Featherstone)، بیشتر به جنبه های احساسی فردی مصرف توجه کرده اند. کمپل مصرف را یک فرایند احساسی لذت جویی تلقی می کند. درحالی که فدرستون جنبه های زیبایی شناسی و حتی هنری فرهنگ مصرف کننده معاصر را مورد بحث قرار می دهد. مصرف کنندگان به دنبال احساسات لذت بخش هستند و مدها و سبک های مصرف را به گونه ای شبیه به یک بیان هنری، با هم ترکیب می کنند. از این منظر، ویژگی های بصری، زیبایی شناختی و لذت بردن از کالاها مورد توجه قرار می گیرد (Kotler & Keller, 2006, p.376). نهایتاً، بخش وسیعی از جامعه شناسی مصرف، استفاده و کارکرد کالا در ساخت پیوندها یا تمایزات اجتماعی را مورد بررسی قرار می دهد. از این منظر، مصرف کنندگان به عنوان ارتباط دهندگانی که از معانی نمادین در کالاها برای

بیان وضعیت، طبقه، عضویت در گروه، تفاوت یا هویت خود استفاده می‌کنند، تلقی می‌شوند. رضایت حاصل از کالاها عمدتاً به استفاده از آنها به‌عنوان نشانگرها مرتبط است و تنها به‌طور ثانویه، به مصرف فیزیکی آنها مرتبط است. «وبلن»، وضعیتی را مطرح می‌کند که در آن کسانی که به بالاترین طبقه اجتماعی تعلق دارند به‌دنبال تمایز خود را از طبقات پایین‌تر از طریق مصرف متمایز و کالاهای خاص خود هستند (Lehdonvirta, 2009, p.103).

«گئو» و «بارنزا»، رویکردی روان‌شناختی مبتنی بر عوامل تعیین‌کننده اتخاذ کرده‌اند و تلاش می‌کنند که یک مدل ثابت در مورد عوامل تعیین‌کننده در تصمیم‌گیری اشخاص برای خرید آیتم‌های مجازی در جوامع بازی مجازی، فراهم کنند. این عوامل تعیین‌کننده شامل آسانی استفاده، انتظارات عملکردی و لذت درک شده است. تنها عامل تعیین‌کننده اجتماعی، درجه‌ای است که یک شخص حس می‌کند که باید از سازوکارهای مبادله برای به دست آوردن آیتم‌های مجازی سطح بالا، تقویت افزایش شایستگی و توانایی یک کاراکتر استفاده کند. این مدل یک دید مکانیکی به انگیزه‌های کاربر می‌دهد (Guo & Barnes, 2007, p.70-72).

تجزیه و تحلیل مالیت اقلام مجازی، مبتنی بر ویژگی‌های عملکردی، لذت بخشی و ویژگی اجتماعی هر آیتم است، هرچند امکان همپوشانی میان آن ویژگی‌ها وجود دارد. اگرچه مشهودترین محرک انگیزشی مبادله اشیای مجازی در برابر پول واقعی، ویژگی عملکردی آنها است و براین اساس، کالاهای مجازی باتوجه به کاربرد آنها در بازی مالیت دارند و کارآیی عملکردیشان مالیت آنها را افزایش می‌دهد. لذا شخصیت‌های قدرتمند درون بازی‌ها نسبت به کاراکترهایی که قدرت کمتری دارند با ارزش ترند. شمشیرهای تیز ارزشمندتر از آنهایی هستند که کُند هستند و اسب‌های سریع‌تر مطلوب‌تر از آنهایی هستند که آهسته‌اند و براین اساس اپراتورهای بازی تلاش می‌کنند با فروش مزایای عملکردی اشیای مجازی درمقابل پول واقعی، کسب درآمد کنند. با این وجود، ویژگی لذت بخشی ناشی از کسب موفقیت در بازی و همچنین تمایز بخشی اجتماعی اقلام یا دارایی‌های مجازی که به کاربر بازی مجازی، قدرت و ثروت اعطا می‌کند و جایگاه و رتبه بالاتر و بالاتری را در میان سایر افراد جامعه برای وی

فراهم می‌کند، معیارهای دیگر ارزشمندی است (Lehdonvirta, ibid, p.105). این سه ویژگی‌های مهمی هستند که در ذهن کاربر یا بازیگر انگیزه لازم برای معامله و پرداخت عوض در مقابل تحصیل این اشیاء را فراهم می‌کند و این خود یک منفعت عقلایی یا منفعت شخصی نوعی است که مالیت اقسام مجازی را اثبات و احراز می‌کند.

در تعاریفی که از مال ارائه شد، برخی حقوقدانان «قابلیت اختصاص» را به عناصر مؤلفه مال اضافه می‌کنند. منظور از قابلیت اختصاص، قابلیت تملک اختصاصی و انحصاری شیء برای مالک است. بدین معنا که تملک و انتفاع اختصاصی مالک از مال به گونه‌ای باشد که مانع از انتفاع سایرین می‌گردد (لنگرودی، ۱۳۸۸، ص ۹۷) این ویژگی بوضوح در مورد اموال مجازی درون بازی‌ها قابل تأیید است. چراکه منابع تحصیل شده یا خریداری شده توسط هر بازیگر منحصراً در اختیار او قرار می‌گیرد و با اختصاص به وی امکان استفاده دیگران از آن اموال منتفی است.

۵۲

تطبیق مفهوم مال بر اجناس و کالاهای مجازی درون بازی، بر اساس معیار عرفی مالیت نیز امکان پذیر است. زیرا این ضابطه به خوبی در اجناس و کالاهای درون بازی‌ها که امروزه در عرف جامعه به خاطر وصف «کاربردی و ارزش محور» (Use-Value-Based Attributes) آنها مورد پذیرش و دادوستد قرار گرفته‌اند، قابل اعمال است. مالیت داشتن کالاها و اشیایی که در بازی‌های مجازی غیر قماری مورد دادوستد قرار می‌گیرند، لزوماً مورد حمایت قانونی نیز قرار خواهند گرفت. از همین روست که برخی از حقوقدانان «مشروع و قانونی بودن نفع مورد نظر از مال» را برای مفهوم مالیت ضروری می‌دانند (Sganga, 2014, p.621). از نظر ایشان، مال چیزی است که مورد حمایت قانون باشد و همین حمایت قانونی از مال، موجب مشروعیت و قانونی بودن تملیک و تملک آن می‌گردد. این خصوصیت برای اموال مجازی درون بازی‌ها نیز وجود دارد. بجز در مواردی که وصف قماری بودن بازی‌ها سبب عدم مشروعیت عایدات و منافع حاصله از آنها می‌گردد.

در نظام‌های کامن‌لایی، رویه قضایی در خصوص پدیده‌های نوظهور در فضای مجازی، از جمله بازی‌های برخط، رویکردی عملگرایانه اتخاذ نموده است. در همین راستا، رویه محاکم به سرعت در راستای گسترش و رونق کسب و کارهای الکترونیکی

از طریق صنعت سرگرمی، تمایل خود را به پذیرش مالیت اشیاء و کالاهای مجازی نشان داده‌اند (Lahkani, 2013, p.794). می‌توان گفت، دادگاهها نسبت به صنعت بازی و سرگرمی در فضای مجازی، رویکردی حقوقی - اقتصادی و قابل انعطاف با وضع موجود، اتخاذ نموده تا خلاءهای تقنینی موجود، مانعی برای استفاده از فرصت‌ها و ظرفیت‌های اقتصادی نهفته در صنعت بازی‌های مجازی نباشند (Kowng, 2014, p.34). «پذیرش عرفی» و «ارزش اقتصادی» اشیاء و کالاهای مجازی که در داد و ستدهای درون بازی‌های اینترنتی (برخط) و با پول واقعی مورد نقل و انتقال قرار می‌گیرند، محور اصلی استدلال محاکم در مالیت بخشی به اشیاء و کالاهای مجازی، و به تبع آن، اعتبار بخشی به داد و ستد آنها حین بازی است (Marsoof, 2014, p.285).

## ۲-۲. موجودیت و عینیت اشیا و کالاهای مجازی

از آنجاکه بستر بازی‌های مجازی و دادوستدهای درون آن همگی در فضای سایبر است، آنچه مورد خرید و فروش هم قرار می‌گیرد، اشیای مجازی یا ناملموس است. از این رو، ممکن است در مالیت و قابلیت مبادلاتی آنها تردید شود. به‌ویژه در نظام‌هایی همانند ایران که عین‌بودن از شرایط مبیع تلقی شده است. در رفع این تردید باید گفت، مالیت از جمله مفاهیم اعتباری است که موضوع آن لزوماً اشیاء مادی و ملموس نیست و امروزه یکی از دسته‌بندی‌های مال، تقسیم آن از حیث ماهیت فیزیکی یا تجسم عینی و بیرونی آن است. از این منظر اموال به مادی و غیرمادی تقسیم می‌گردند. منظور از اموال مادی، اموالی است که وجود خارجی و عینی داشته و قابل لمس و اشاره هستند. اموال مادی دارای ابعاد فیزیکی (طول و عرض و ارتفاع) مشخصی هستند و بخشی از فضا را اشغال کرده‌اند. درحالی‌که اموال غیرمادی، وجود خارجی و عینی نداشته و قابل لمس و اشاره هم نیستند.

اموال غیرمادی وجود ذهنی و اعتباری دارند. به عبارت دیگر، اموال غیرمادی اگرچه دارای تجسم بیرونی نیستند ولیکن عرف، وجود و ارزش آنها را اعتبار کرده و قانون نیز به رسمیت شناخته است. حقوق مالی همانند حق سرقفلی، سهام شرکتها و حقوق مالکیت‌های فکری از قبیل حق مؤلف، حق اختراع مصادیق پذیرفته شده این دسته

اموال هستند اما قلمرو و مصادیق اموال غیرمادی روز به روز در حال گسترش است. زیرا این نوع از اموال زائیده نیازها و اقتضات اقتصادی جامعه هستند. اشیاء و اموال مورد داد و ستد در بازی‌های مجازی را می‌توان از مصادیق نوظهور اموال غیرمادی دانست که مورد پذیرش عرفی نیز قرار گرفته‌اند. بنابراین نمی‌توان آنها را صرفاً به دلیل نداشتن تجسم عینی و فیزیکی از حوزه اموال خارج کرد.

با این همه، برغم آنکه رویه قضایی برخی کشورها «وجود اعتباری» و «ارزش اقتصادی» اشیاء و اقلام مجازی را به رسمیت شناخته است، لیکن به دلیل ویژگی نداشتن «تجسم فیزیکی» یا «قابلیت لمس» توصیف آنها به عنوان «کالا» (goods) همچنان محل تردید است. در حقوق انگلیس برخی از حقوقدانان، اشیاء مجازی را به سبب فقدان تجسم عینی و نامحسوس بودن‌ها، داخل در قلمروی اعمال قانون بیع کالا (۱۹۷۹م) نمی‌دانند و از نظر ایشان، داد و ستد آنها مشمول احکام و آثار مذکور در این قانون نیست (Bridge, 2015, p.291/ Bingisser, 2008, p.112). در حقوق امریکا نیز تصریح ماده ۲ قانون متحدالشکل تجاری به لزوم «موجود بودن کالا»، سبب اختلاف نظر حقوقدانان در خصوص اعتبار معاملات درون بازی‌های مجازی شده است. لیکن همانطور که پیش‌تر بیان گردید، در حال حاضر رویه قضایی این کشورها با در نظر گرفتن ملاحظات اقتصادی و تجاری و با نگاه حمایتی به کسب و کار الکترونیک در عرصه بازی و سرگرمی، اعتبار و صحت معاملات درون بازی‌های مجازی را مورد پذیرش قرار داده‌اند (Lakhani, 2013, p.78).

در حقوق موضوعه ایران نیز اگر ماده ۳۳۸ قانون مدنی بر اساس نظریه مشهور فقهای امامیه تفسیر شود، داد و ستد اقلام مجازی در قالب عقد بیع امکان‌پذیر نیست و صحت این دسته معاملات را باید بر اساس عقد صلح یا ماده ده قانون مدنی توجیه کرد. در عبارات فقیهان، «عین» چیزی است که اگر در خارج یافت شود، جسم و مشتمل بر ابعاد سه‌گانه است و در این معنا، عین مقابل منفعت، حق و همه اعراض مقولیه قرار می‌گیرد (خویی، ۱۳۷۷، ص ۱۶). اگرچه، اکثریت فقیهان گفته‌اند مفهوم عین منحصر به عین شخصی و معین نیست و شامل کلی در ذمه هم می‌شود، در خصوص مبیع کلی این ایراد مطرح شده که تعین و تشخیص خارجی ندارد و به لحاظ عدم وجود

خارجی نمی‌تواند موضوع مالکیت و انتقال قرارگیرد. اما این ایراد رد شده است و گفته می‌شود که مالکیت از اعراض خارجی نیست، بلکه از اعتبارات عقلاییه است و مانعی نیست که موضوع آن نیز شیئی اعتباری باشد. کلی در ذمه و دیگر کلی‌ها معدوم مطلق نیستند بلکه موجودات اعتباری‌اند، علاوه بر آن، مصداق‌های آنها وجود خارجی دارند و هنگام تسلیم مصداق، تعین و تشخیص پیدا می‌کنند (خویی، ۱۳۷۷، ص ۱۷/ خمینی، ۱۳۷۸، ص ۳۳/ نایینی، ۱۴۱۸، ص ۱۰۳).

با این همه، اگر مفهوم عین را توسعه داده و ویژگی ملموس بودن عین را مقوم مفهوم آن ندانیم و عین به معنای خود شیء، و نه منافع آن، باشد، اشیای مجازی را می‌توان «عین» فرض کرد و در صورتی که عرف برای آنها ارزش اقتصادی قائل شود، مورد عقد بیع واقع شوند. در غیر این صورت، مطابق دیدگاه اقلیت فقیهان امامیه می‌توان گفت که عین بودن مبیع ضرورت ندارد و «حق مالی» نیز می‌تواند مورد خرید و فروش قرارگیرد و اگر گفته شود حق خود اعتبار عقلایی مستقلی است و تملیک آن معنا ندارد، پاسخ داده می‌شود که بیع مبادله مال به مال است و تملیک و تملک داخل در ماهیت بیع نیست (خمینی، ۱۳۷۸، ص ۵۳).

### ۳. مالکیت اقلام مجازی

یکی دیگر از شرایط صحت و اعتبار عقد آن است که معامله‌کننده باید مالک مال یا دارنده حق مالی مورد معامله باشد یا از طرف مالک اختیار یا نمایندگی داشته باشند. در فرضی که شرکت سازنده و طراح بازی خود اقدام به تولید اقلام یا کالاهای مجازی و فروش آن به کاربران یا بازیگران می‌کند، از این حیث مشکلی وجود ندارد و نباید در صحت معامله تردید کرد. اما در فرضی که بازیگر اقدام به تصاحب و تملک اقلام و دارایی‌های مجازی در فرایند بازی می‌کند یا با ابتکار و نوآوری خود آیتم‌هایی را خلق می‌کند و سپس آن را در ازای دریافت پول واقعی یا مجازی، به بازیگران دیگر واگذار می‌کند، این مسئله قابل طرح است که حکم وضعی معامله چیست؟ به‌ویژه در فرضی که شرکت فراهم‌کننده بازی نسبت به این اقلام ادعای حقوق مالکیت فکری دارد و در توافقنامه و قرارداد استفاده از خدمات خود که مورد قبول کاربران واقع شده است،

مبادله و خرید و فروش آنها با دیگران را منع کرده باشد.

در رابطه با قانونی بودن تجارت با پول واقعی، به طور خاص دو دیدگاه ارائه می‌شود. یک دیدگاه فرض می‌کند که کاربران صرفاً حق استفاده از یک کپی‌رایت یا به تعبیر دیگر صرفاً حق شرکت در بازی و استفاده از خدمات آن را دارند. کاربر دارای یک جنگنده در بازی، فقط حق استفاده از این آیم را دارد و لذا فروش اقلام مجازی تحصیل شده توسط او در ازای پول واقعی، نقض قانون کپی‌رایت خواهد بود (Yoon, 2004, p.422).

در این قضیه مسئله این است که آیا بازیگر قانوناً مالک شمشیر و سلاح بدست آمده، می‌شود یا به جای او، کاراکتر بازی (از طریق بازیگر) شمشیر را تملک می‌کند؟ بسیاری از بازیگران نسبت به آیم‌های مجازی که پس از صرف میزان قابل توجهی از وقت و انرژی، تحصیل کرده‌اند، به دلیل تحوّل دیجیتالی که آنها ایجاد و خلق کرده‌اند، ادعای یک حق مالکانه دارند. اما دیدگاه فوق معتقد است: طراحان پلت فرم بازی و اداره کنندگان سایت نهایتاً شمشیر مزبور را مالک می‌شوند. با این استدلال که اگر خلق اولیه بازی و محتویات آن توسط طراحان نبود، بازیگران قادر به ارائه بازی و تحصیل چیزی نبودند (Denapolise, 2005, p.4).

واقعیت این است که پیچیدگی و ویژگی‌های اقتصاد دنیای مجازی به گونه‌ای است که مسئله فوق و مسائلی از این دست براحتی قابل حلّ و فصل نیست. همزمان با رشد دنیاهای مجازی، مسائل حقوقی همانند مالکیت آیم‌های مجازی مطرح و خیلی زود روشن شد که اموال مجازی اکنون نیازمندان تجزیه و تحلیل‌های حقوقی دنیای واقعی و حمایت آن است. «کاسترونوا» اقتصاددان برجسته معتقد است مسئله مهم این است که حقوق چگونه در باره دنیاهای فانتزی مقررات گذاری کند و نقش تنظیم‌گیری خود را ایفا کند؟ (Castronova, 2003, p.2).

بسیاری از ارائه کنندگان بازی به صراحت بازیگران را از حق کپی‌رایت یا دیگر منافع مالکانه در محتوی آن لایینی که آنها در بازی ایجاد می‌کنند، منع می‌کنند. در واقع، از نظر آنان کپی‌رایت حق انحصاری طراحان بازی است و در توافقات (EULAs) با کاربران هم کپی‌رایت برای طراح و اداره‌کننده بازی حفظ می‌شود و در ضمن آن شرط

می‌شود که بازیگر حق کپی یا دانلود محتویات بازی را ندارد و صرفاً حق دارد محتوایی را در بازی آپلود و بارگذاری کند اما بدون اجازه سایت حق کپی ندارد.

این در حالی است که طراحان «زندگی دوم» (Second Life) به بازیگران نسبت به مخلوقات خود و آنچه ایجاد کرده‌اند، حق مالکیت اعطا می‌کنند اما در عین حال، اختیار و توانایی بی‌ارزش کردن آن مخلوقات را با تنزل دادن قیمت آنها، برای خود حفظ می‌کنند. به عبارت دیگر، آنان به بازیگران اختیار ایجاد و آفرینش آیتم‌های مجازی را می‌دهند اما اختیار از بین بردن آن را برای خود حفظ می‌کنند (Barker, 2012, p.7).

ادعای هر یک از طرفین قضیه، یعنی طراحان بازی‌های مجازی و بازی کنندگان، به لحاظ حقوقی، بدون پایه و اساس نیست. از یک سوی طراحان بازی با ساخت و تولید بازی یک کد منبع (source code) ایجاد می‌کنند که پایه و اساس نرم افزار یا DNA بازی و موجد حقوق مالکیت فکری برای آنهاست. از سوی دیگر، بازیگران می‌توانند استدلال کنند که آنها مستمراً کد منبع را با تعامل ایجابی و خلأقانه خود و اراده آزاد کاراکترها تغییر می‌دهند. در واقع، با استفاده از کد منبع موجود، آیتم‌های دیجیتال جدیدی را ایجاد می‌کنند. آیا این فرایند دست کم یک کار مشتقه نسبت به طرح اولیه نیست؟ آیا بازیگران نمی‌توانند به دلیل این که از طریق اراده آزاد کاراکترهای خود را خلق کرده‌اند، ادعای حق مالکیت داشته باشند؟ واقعیت این است که آنها کد جدیدی را ایجاد و اثر هنری که منحصرماً مال آنهاست، خلق کرده‌اند! (Castronova, 2001, p.33).

اگر مهارت‌های بازی به بازیگر این امکان را بدهند که بمب از قبل موجودی را ارتقا دهد و اثر جدیدی را برای خود بسازد، در این صورت بازیگران واقعاً کد جدیدی را نوشته‌اند و از آنجا که دنیای مجازی با این کدها ساخته می‌شوند، ایجاد کنندگان این دنیا می‌توانند نرم‌افزار خود را ثبت کرده و یک فضای مجازی مشترک را ایجاد کنند. در این موارد، کد منبع صرفاً یک نقطه شروع بوده است و اثر و کار جدیدی ایجاد شده است و می‌توان گفت کاربر یا بازیگر صرفاً بازی نکرده است بلکه در روند بازی آفرینش فکری و خلأقیت هم داشته است و به لحاظ حقوق مالکیت فکری، آیتم جدید به عنوان یک اثر مشتقه و ثانوی محسوب می‌شود و مؤلف آن از حقوق قانونی

برخوردار است (Denapolis, ibid, p.20).

اما مسئله این است که فقط مالک یا دارنده کپی‌رایت در یک اثر، حق مهیا کردن یا اجازه دادن به دیگری برای ایجاد نسخه جدید آن اثر را دارد. در رفع این اشکال می‌توان گفت: صرف اجازه دادن به بازیگر برای ایجاد اثر با استفاده از کد منبع که معمولاً در بازی موفقیت‌آمیز امری رایج است، مساوی با اعطای مجوز برای ایجاد یک اثر مشتقه است. از نظر بازیگران، در آن قسمتی که چیزی اضافه کرده‌اند، حداقل یک حق تالیف مشترک دارند. از این رو، در برخی آراء قضایی، دادگاه‌ها تألیف مشترک را به رسمیت شناخته‌اند. به دلیل این که مال یا مالکیت مجازی، ارائه خلاقانه یا ابتکاری، بصری و مجازی یک کاراکتر یا سوژه و موضوع است و این خلق دیجیتال که در کد منبع ریشه دارد، شرایط لازم کپی‌رایت، یعنی اصالت و تثبیت را داراست. در این صورت، هریک از طرفین می‌توانند با رعایت حقوق یکدیگر در اموال موضوع مالکیت فکری خود تصرف کنند. در این رویکرد، مالکیت مجازی حوزه جدیدی از حقوق مالکیت فکری است (Humphreys, 2014, pp.6-8). چین، کره جنوبی و ژاپن از کشورهای هستند که غلقه‌های مالکیت مجازی در آنها مشروع است و حتی مورد تقنین واقع شده است (Lakhan, 2015, pp.99-100) برخی از محاکم عالی کره جنوبی در این باره چنین رای داده‌اند که برخلاف قماربازی آن لاین که در حقوق کره ممنوع است، تحصیل ارقام در بازی که مستلزم صرف وقت و تلاش و مهارت است، مشروع است. بنابراین فروش آنها قانونی است مادامی که پول واقعی پشتوانه مبادلات از مسیر قانونی فراهم شود (Eun-Jung, 2010, p.1).

دیدگاه دیگر، تجارت ارقام و دارایی‌های مجازی را مجاز می‌داند و حتی شروط محدود کننده این اختیار بازیگر را لازم الاجرا نمی‌داند. باتوجه به گستردگی این پویایی در بازار اجاره خدمات، کمیسیون تجارت فدرال تصریح کرده است که قراردادهای اجاره‌ای نمی‌توانند حاوی شروطی باشند که انتقال را ممنوع می‌کنند... زیرا این امر موجب نقض حق یک فرد برای انعقاد آزادانه قرارداد با دیگران می‌شود (Yoon, ibid, p.424). هنگامی که به سناریوی مبادله ارقام مجازی در ازای پول واقعی توجه می‌شود، برخی آراء محاکم نشان می‌دهد که شرکت‌های طراح بازی نمی‌توانند به صورت قانونی

و از طریق دادگاه، تجارت کاربران در برابر پول واقعی را منع کنند. باین وجود، این امر شرکت‌ها را از درج شرط ممنوعیت تجارت در ازای پول واقعی در شروط استفاده از خدمات خود، باز نخواهد داشت (Wright, 2015, p.7-11).

در حقوق موضوعه ایران، مالکیت کاربران یا بازیگران بر اشیای مجازی به چند صورت قابل توجیه و مستلزم حمایت قانون است. در صورتی که بازیکن ارقام مجازی را از فراهم کنندگان سایت بازی خریداری کرده باشد، بر اساس بند ۲ ماده ۱۴۰ قانون مدنی، مورد معامله به تملک او درآمده است. در فرضی که بازیگر در حین بازی برخی ارقام و اشیای مجازی را به نحو مشروع و مطابق قواعد بازی تملک و تصاحب کرده باشد یا از طریق معامله آن را از بازیگر دیگری خریداری کرده باشد، می‌تواند آن را به بازیکن ثالثی بفروشد یا سلطه خود را بر آن ارقام به نحو معوض به بازیگر ثالثی واگذار کند. زیرا شرط عدم تجارت در حین بازی که از سوی برخی طراحان و فراهم کنندگان بازی مقرر شده است، نمی‌تواند به صحت و اعتبار معامله خللی وارد کند و ضمانت اجرای این شرط فقط می‌تواند خاتمه قرارداد ارائه خدمات بازی از سوی فراهم‌کننده بازی به کاربر باشد.

در صورتی که کاربر (بازیگر) آیتمی را که ارزش مبادلاتی دارد، در فرایند بازی ساخته باشد، به لحاظ حقوقی، مالکیت و سلطه قانونی او بر شیء مجازی مزبور به دو صورت قابل توجیه است. اول، گفته شود محصول یادشده، ساخته اوست و مطابق قاعده، «صنع» یا ساختن یکی از اسباب تملک است (خویی، ۱۳۷۷، ص ۵). دوم، گفته شود که این یک اثر مشتقه یا ثانوی است و در صورت داشتن اصالت و ابتنای آن بر خلاقیت بازیگر، به عنوان یک مالکیت فکری بر اساس قانون حمایت از پدیدآورندگان نرم افزارهای رایانه‌ای (۱۳۷۹)، قابل حمایت است. مشروط به اینکه چنین فعل و انفعالات و ابتکاراتی از سوی بازیگران با اذن صریح یا ضمنی سازنده اثر اولیه همراه باشد. در این صورت، دارنده و مالک اثر ثانوی یا مشتقه می‌تواند حقوق مادی خود را در قالب یک قرارداد معوض به دیگری واگذار کند.

## نتیجه

در حقوق موضوعه ایران مقوله بازی‌های رایانه‌ای و مجازی و معاملات درون آنها به‌طور خاص مورد توجه قانونگذار قرار نگرفته است، لیکن باتوجه به مبانی فقهی بحث، می‌توان به جواز این نوع بازی‌ها و معاملات درون بازی، بر اساس اصل اباحه حکم داد، بجز مصادیقی که مشمول یکی از افعال یا مکاسب محرمه همانند لهو و لعب یا قمار قرار می‌گیرد. در نظام‌های حقوقی دیگر، در برخی قوانین به جواز این نوع بازی‌ها و معاملات درون آنها بجز در مواردی که مصداق قمار و شرط‌بندی باشد، حکم داده شده است.

به‌دلیل پدیده کالاسازی در دنیاها مجازی و به‌ویژه وقوع این امر در بازی‌های برخط، مسائل حقوقی زیادی پدیدار شده است که بخشی از آن در مورد اموال منقول، مالکیت فکری و حقوق مالکانه بر آنهاست. اموال مجازی، اشیاء دیجیتال و مخلوقاتی هستند که در فضای سایبر وجود دارند. اموال مجازی شامل اموال منقول یا دارایی‌های مجازی است که یک شخصیت بازی با شرکت در یک بازی تحصیل یا خربرداری می‌کند یا اقلامی است که در نتیجه نبوغ و ابتکار خود ایجاد می‌کند و به‌عنوان یک اثر نرم افزاری تلقی می‌شود. مالکیت مجازی بر این اقلام می‌تواند حوزه جدیدی از حقوق مالکیت فکری محسوب شود. چین، کره جنوبی و ژاپن از کشوهایی هستند که علقه‌های مالکیت مجازی در آنها مشروع است و حتی مورد تقنین واقع شده است.

وضعیت قانونی معاملات اقلام مجازی با پول واقعی، در نظام‌های کامن‌لایی مبهم است. از یک سوی گفته می‌شود که مبادلات کاربران با پول واقعی، نقض کپی‌رایت در اثر فروش غیرقانونی اقلام مشمول کپی‌رایت است. از سوی دیگر، استدلال قانع‌کننده‌تری برای قانونی بودن مبادلات یادشده وجود دارد بر این مبنا که این معاملات در قلمرو حقوق فرد برای انعقاد آزادانه قرارداد، یا اصل آزادی قراردادی قرار می‌گیرند. گذشته از آن، در مورد اقلام یا آیتم‌هایی که توسط خود کاربر تولید می‌شود، در صورت اصالت به‌عنوان یک اثر ثانوی یا مشتقه قابل حمایت می‌باشد.

در حقوق موضوعه ایران باتوجه به مبانی فقهی آن، صحت و اعتبار معاملات درون بازی‌های مجازی منوط به وجود و رعایت شرایط اساسی صحت معاملات است.

در صورتی که اشیای مجازی به عنوان مال منقول موضوع عقد بیع واقع شوند، مال بودن و مالیت این اشیاء، موجودیت و عینیت آنها و چگونگی مالکیت و واجدیت این اشیاء سه چالش مهمی است که در فرایند تایید صحت و اعتبار معاملات اشیای مجازی درون بازی‌های رایانه‌ای قابل بحث و بررسی است و باتوجه به عناصر مؤلفه مال و معیارهای مالیت و عینیت و هستی این اشیاء در فضای سایبر و سلطه بازیگر بر این اقلام و امکان تصرف مالکانه در آنها، تردیدی در قابل معامله بودن اشیاء و دارایی‌های مجازی باقی نمی‌ماند. علاوه بر آن، در صورتی که اشیای مجازی در زمره مالکیت فکری باشند، به عنوان یک حق مالی موضوع مبادله قرار می‌گیرند و عین نبودن آنها مضر به صحت معامله نیست.

باتوجه به افزایش محبوبیت بازی‌های برخط، پیش‌بینی می‌شود که کسب درآمد از اقلام مجازی درون بازی و پول رایج این بازی‌ها، افزایش یابد. از آنجا که حقوق اغلب آهسته‌تر از فناوری حرکت می‌کند، انتظار می‌رود قانونگذاران داخلی در این باره ورود نمایند و علاوه بر آن، قواعدی جهانی برای توسعه بخش رایج تجارت اشیای مجازی با پول واقعی فراهم شود.

## منابع

۱. احمدوند، محمدعلی؛ روان‌شناسی بازی؛ تهران: انتشارات پیام نور، ۱۳۹۰.
۲. امامی، سیدحسن؛ حقوق مدنی؛ تهران: انتشارات اسلامی، ۱۳۸۱.
۳. انصاری، مرتضی؛ کتاب المکاسب؛ ج ۱، چ ۱۳، قم: مجمع‌الفکر الإسلامي، ۱۴۳۰ق.
۴. حکمت‌نیا، محمود؛ مبانی مالکیت فکری؛ قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، ۱۳۸۷.
۵. خامنه‌ای، سیدعلی؛ أجوبة الاستفتاءات؛ تهران: شرکت چاپ و نشر بین‌الملل، ۱۳۸۸.
۶. خمینی، سیدروح‌الله؛ استفتائات؛ قم: انتشارات اسلامی، ۱۳۸۰.
۷. خمینی، سیدروح‌الله؛ البیع؛ ج ۱، تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی، ۱۳۷۸.
۸. خویی، سیدابوالقاسم؛ مصباح‌الفقاهه؛ ج ۲، قم: مکتبه‌الدواری، ۱۳۷۷.
۹. سعدی، ابوجیب؛ القاموس الفقهي لغة و اصطلاحات؛ دمشق: دارالفکر، ۱۴۰۸ق.
۱۰. شورای کتاب کودک؛ فرهنگ‌نامه کودک و نوجوان؛ تهران: شرکت تهیه و نشر فرهنگ‌نامه کودکان و نوجوانان، ۱۳۸۹.
۱۱. شهیدی، مهدی؛ تشکیل قراردادها و تعهدات؛ تهران: انتشارات مجد، ۱۳۸۲.
۱۲. صدر، محمدباقر؛ اقتصادنا؛ قم: مرکز الأبحاث والدراسات التخصصية للإمام الشهيد الصدر، ۱۴۲۴ق.
۱۳. صدر، محمدرضا؛ ماوراء‌الفقه؛ بیروت: دارالأضواء للطباعة والنشر والتوزيع، ۱۴۲۰ق.
۱۴. طباطبایی حکیم، سیدمحسن؛ نهج‌الفقاهه؛ قم: انتشارات قیومی، ۱۳۷۹.
۱۵. کاتوزیان، ناصر؛ دوره مقدماتی حقوق مدنی (اموال و مالکیت)؛ تهران: نشر دادگستر، ۱۳۷۲.

۱۶. کاشف الغطاء، محمدحسین؛ **تحریرالمجله؛ نجف: المكتبة المرتضوية، ۱۳۵۹.**
۱۷. لنگرودی، محمدجعفر؛ **حقوق اموال؛ تهران: انتشارات گنج دانش، ۱۳۸۸.**
۱۸. مطهری، مرتضی؛ **بررسی مبانی اقتصاد اسلامی؛ تهران: انتشارات حکمت، ۱۳۷۱.**
۱۹. نایینی، محمدحسین؛ **منیة الطالب؛ قم: مؤسسة النشر الإسلامی، ۱۴۱۸ق.**
۲۰. هاشمی شاهرودی، محمود؛ **فرهنگ فقه مطابق مذهب اهل بیت**؛ قم: مؤسسه دائرةالمعارف فقه اسلامی (مرکز پژوهش‌های غدیر)، ۱۳۸۱.
21. Aylmer, Gerald E.; 'The meaning and definition of "property" in seventeenth-century England'; **Past & Present journal**; 86, 1980.
22. Balkin, J. M. & Beth S. N.; **the State of Play: Law, Games, and Virtual Worlds**; New York: New York University Press, 2006.
23. Barker, Kim; "MMORPGing - The Legalities of Game Play"; **European Journal for Law and Technology**; Vol.3, No.1, 2012.
24. Bingisser, Martin; "Federal Tax Consequences of Virtual World Transactions"; **Journal of Law & Computer Technology**; Vol.7, No.1, 2008.
25. Bolter, J. & Richard, G.; **Remediation: Understanding New Media**; USA: MIT Press, 2000.
26. Bridge, Michael; **Personal Property Law**; Oxford: Oxford University Press; Forth Edition, 2015.
27. Castronova, Edward; **Synthetic Worlds: The Business and Culture of Online Games**; Chicago: The University of Chicago Press, 2005.

28. Castronova, Edward; "The Right to Play"; **New York Law Review**; Vol 49, No.1, 2004.
29. Castronova, Edward; "Virtual Worlds: A First-Hand Account of Market and Society on the Cyberian Frontier"; **The Gruter Institute Working Paper on Law & Economics**; Vol 2, Issue 1, 2001.
30. Denapolis, Kristina; "Real Concern in Virtual Property"; Summer 2005, available at: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?Abstract\\_id=1154234](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?Abstract_id=1154234).
31. Djibouti, D. & Alvarez, J. & Jean, P.; **Classifying Serious Games**; France: University of Toulouse, 2015.
32. Eun-jung, Kim (2010). "Gamers make real money on virtual items, court says OK" available at :<http://english.yonhapnews.co.kr/Features/2010/01/13/48/0801000000AEN>
33. Featherstone, M.; **Consumer culture & post modernism**; London: Sage, 1991.
34. Gary, Matuszak; **Online Gaming A Gamble or a Sure Bet**; KPMG International Cooperative press, 2010.
35. Grosheide, F. W & Roerdink, H. & Thomas, K; "Intellectual Property Protection for Video Games: A View from the European Union"; **Journal of International Commercial Law & Technology**; Vol.9, No.1, 2014.
36. Guo, Y. & Barnes, S.; "Why people buy virtual items in virtual worlds with real money; **The DATABASE for Advances in Information Systems**; Vol 38 (4), 2007.
37. Guogh, Christina; 2019; U.S. Online Gaming Industry –

Statistics & Facts. available at: [www.statista.com/topics/1551/online-gaming](http://www.statista.com/topics/1551/online-gaming).

38. Hornby, A. S.; **The Oxford advances learners**; Oxford University Press, 2007.
39. Humphreys, S; "Productive users, intellectual property and governance: the challenges of computer games"; **Media and Arts Law Review**; Vol.9, No.1, 2014.
40. Kent, A. & Williams, J.; **Encyclopedia of Microcomputers**; CRC press, Taylor & Francis, 2015.
41. Kotler, p. & Keller, K; **Marketing Management**; 12ed; New Jersey: Prentice Hall, 2006.
42. Kwong, Justin A.; "Getting the Goods on Virtual Items: A Fresh Look at Transactions in Multi-User Online Environments"; **William Mitchell Law Review**; Vol.37, No.4, 2014.
43. Lakhani, Avnita; **Commercial Transactions in the Virtual World: Issues and Opportunities**; City University of HK Press , 2013.
44. Lee, Timothy Jeonglyeol & Byun, Woo-He; "Issues and Impacts of Internet Gambling: The Case of Australia"; **Tourism Analysis** , Vol.19, No.3, 2011.
45. Lehdonvirta, Vili; "Virtual item sales as a revenue model: identifying attributes that drive purchase decisions"; **Springer Science & Business Media**; Vol.9, 2009.
46. Marchand, A. & Henning-Thurau; "Value Creation in the Video Game Industry"; **Journal of Interactive Marketing**; 27, 2013.
47. Marsoof, Althaf; "Digital content and the definition dilemma

- under the Sale of Goods Act 1979: Will the Consumer Rights Bill 2013 remedy the malady?"; **Journal of International Commercial Law and Technology**; Vol.9, No.4, 2014.
48. Nishith Desai Associates (NDA); **Legal Stakes in Gaming: A Primer on A Primer on Indian Laws**; Nishith Desai Associates Publication, 2014.
49. Passman, M. H.; **Transactions of Virtual Items in Virtual Worlds**; Alb. LJ Sci. & Tech Press, 2008.
50. Sganga, Caterina; "Cracking the Citadel Walls: A Functional Approach to Cosmopolitan Property Models Within and Beyond National Property Regimes"; **Cambridge Journal of International and Comparative Law**; Vol.3, No.1, 2014.
51. Steven J. H; "Claims to Virtual Property"; **Harvard Journal of Law & Technology**, Vol.20, No.2, 2007.
52. Wiemeyer, V.; **Serious Games**; Switzerland: Springer International Publishing, 2015.
53. Wright, Graham; The Legality of Botting and Real Money Trading in online MMORPGs; 2015, available at: [thegrahamwright.com/docs/MMORPG BottingAndRMT.pdf](http://thegrahamwright.com/docs/MMORPG_BottingAndRMT.pdf).
54. Yoon, Ung-gi; "Real Money Trading in MMORPG Items from a Legal and Policy Perspective"; **Journal of Korean Judicature**, Vol.1, 2004.
55. Zhang, Fan & Kaufman, David; "MMORPGs and Socio-Emotional Wellbeing"; **Computers in Human Behavior**, Vol.73, 2017.