




شناسایی عوامل مؤثر بر حقوق مالکیت معنوی در فضای مجازی

مژده ماهرخ مقدم 

دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

نسیم مجیدی قهرودی *

استادیار گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

افسانه مظفری 

دانشیار گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

چکیده

به موازات توسعه جوامع و پیشرفت علمی و فرهنگی آن بعضی از مظاهر غیرمادی از جمله حقوق افراد نسبت به مطالبات آن‌ها و جنبه‌های مختلف بهره‌برداری از اموال غیرمادی نیز به‌عنوان نوعی مال شناخته شدند که از آن جمله می‌توان به حقوق مالکیت معنوی اشاره نمود. از طرفی با پیدایش و گسترش محیط و فضای مجازی، توازن دیرین و همزیستی کپی‌رایت و منافع عمومی دستخوش آشفتگی شد. همچنین در حال حاضر به خاطر نپیوستن به کنوانسیون برن، ارتباط کشور با سطح بین‌المللی گسسته است. لذا توجه به حقوق مؤلف برای ایجاد ارتباط و مبادلات فرهنگی، اقتصادی و ... کشور در عرصه جهانی، ضروری است. در این پژوهش از روش دلفی استفاده شد. جامعه آماری این پژوهش شامل خبرگان، مؤلفان، مدرسان و فعالان در عرصه، حقوق، ارتباطات و فناوری اطلاعات است که در حوزه مالکیت معنوی نیز تجربه و تخصص لازم را دارا باشند. نمونه مورد مطالعه به صورت نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شد. بر اساس نتایج این پژوهش، عوامل مؤثر بر حقوق مالکیت معنوی در حوزه کتب و نشریات در فضای مجازی در چند محور شناسایی شد در واقع محقق پس از اجرای روش دلفی و اجماع نظر خبرگان، چهار حوزه مؤثر بر حقوق مالکیت معنوی شناسایی شد که عبارت‌اند از: حوزه رسانه‌ای، حقوقی، فلسفی و فنی که لزوم سیاست‌گذاری مطلوب مسائل حقوق مالکیت معنوی، در این چهار حوزه احساس می‌شود.

کلیدواژه‌ها: حقوق مالکیت معنوی، حق مؤلف، کپی‌رایت، فضای مجازی، روش دلفی.

* نویسنده مسئول: nassim_majidi2002@yahoo.com

مقدمه

ایده‌های خلاقانه انسان اگرچه نامشهود است اما باید ارزش آن برای خالق اثر و ایده حفظ شود و از تعرض در امان بماند که این مسئله انسان را به بحث مالکیت در این زمینه رهنمون نمود (ادسوموان، ۲۰۱۹: ۱). البته تا چند قرن پیش مالکیت تنها نسبت به اشیاء مادی متصور بود؛ اما به موازات توسعه جوامع و پیشرفت علمی و فرهنگی آن بعضی از مظاهر غیرمادی از جمله حقوق افراد نسبت به مطالبات آن‌ها و جنبه‌های مختلف بهره‌برداری از اموال غیرمادی نیز به‌عنوان نوعی مال شناخته شدند که از آن جمله می‌توان به حق مؤلف و همچنین کپی‌رایت^۱ اشاره نمود. کپی‌رایت یا حق مؤلف، حقوق منحصر به فردی است که به نویسندگان و صاحبان آثار تعلق دارد و بر اساس آن صاحبان آثار، مالک آثار می‌باشند که خلق کرده و از خود بر جای گذاشته‌اند، هستند. بحث کپی‌رایت در کشور ما بارها مورد توجه و بررسی محافل مختلف قرار گرفته و نظرات متفاوتی درباره لزوم یا عدم لزوم رعایت قوانین بین‌المللی کپی‌رایت مطرح گردیده است (محمد اسماعیل، ۱۳۸۷: ۸۷).

حقوق مالکیت معنوی در معنای وسیع کلمه عبارت است از: «حقوق ناشی از آفرینش‌ها و خلاقیت‌های فکری در زمینه علمی، صنعتی، ادبی و هنری». این حقوق به‌طور خاص به دو گروه حقوق مالکیت صنعتی و حقوق مالکیت ادبی و هنری تقسیم می‌شود. حقوق مالکیت ادبی و هنری، تمامی آثار پدیدآورندگان را در بر می‌گیرد. حق مؤلف را با نام‌های دیگری همچون حقوق نسخه‌برداری، کپی‌رایت، حق طبع، حق نشر و ... می‌شناسند ولی همه آن‌ها در معنی به یک مورد اشاره دارند که تفاوت عقاید بر روی معنای لغوی آن سبب وجود اسامی مختلف شده است. در این بین یکی از بزرگ‌ترین مشکلات تولیدکنندگان آثار ادبی، علمی، هنری و فرهنگی در کشور، عدم رعایت اخلاق و قوانین مربوط به حمایت از حق مؤلف است که برای سال‌های متمادی، در بسیاری از کشورها رعایت می‌شود. پیشرفت بشر بستگی به حفظ ظرفیت او در خلق و ابداع کارهای جدید در حوزه‌های فرهنگ و فناوری دارد. حمایت از مالکیت فکری سبب رشد اقتصادی، کارآفرینی، بهبود کیفیت زندگی و بهره‌مندی از آن می‌گردد. همچنین حمایت قانونی از

آثار جدید سبب تشویق تعهد برای تخصیص منابع برای نوآوری‌های بعدی می‌گردد (عباسی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۳).

از طرفی، با گسترش وسایل ارتباط جمعی و روند رو به گسترش ارتباطات و اطلاعات، شاید بیش از گذشته جوامع بشری به فکر مفهومی به نام «حقوق مالکیت معنوی»، «حق مؤلف»، «حفظ حریم خصوصی» و مفاهیمی این چنین روبرو شده‌اند. ارتباط انسان‌ها یکی از مهم‌ترین اساس شکل‌گیری جوامع انسانی شده و ارتباطات سبب بسط و تعالی فرهنگ و تبادل اطلاعات، عقاید، نظرات و احساسات گردیده و این امر توجه به حقوق مالکیت معنوی را بیش‌ازپیش پراهمیت ساخت. در اواخر قرن نوزدهم و در طول قرن بیستم فن‌آوری‌های جدید متعددی در خصوص نحوه انتشار و توزیع آثار ادبی و هنری نظیر دستگاه‌های ضبط و پخش صدا و تصویر، دستگاه‌های دی.وی.دی، وی.سی.دی و ... رایانه‌های شخصی و ابررایانه‌ها و شبکه‌های رایانه‌ای، سیستم‌های ماهواره‌ای و شبکه‌های پخش رادیو و تلویزیون و غیره ایجاد شد. این فن‌آوری‌های جدید از یک طرف در جهت منافع پدیدآورندگان آثار بوده است و از طرفی موجب ظهور راه‌های جدید نقض حقوق دارندگان حق مؤلف شده است. از دیگر پیامدهای نامطلوب فن‌آوری‌های جدید برای دارندگان حق مؤلف سهولت نقض حقوق این اشخاص در محیط‌های مجازی است. انواع آثار مشمول کپی‌رایت از قبیل تصاویر، متون، انیمیشن‌ها، نرم‌افزارها، آثار هنری و علمی و تصویری و ... را می‌توان با فشار دادن یک دکمه در آن واحد برای کاربران متعدد در سراسر جهان فرستاد. برخلاف سهولت نقض حقوق کپی‌رایت در محیط‌های الکترونیکی، جلوگیری از این نقض و جمع‌آوری آثار نقض شده با مشکلاتی مواجه است. اصولاً کاربران اینترنتی فاقد هویت مشخص بوده و در بسیاری از موارد با هویت مجهول و یا مجهول وارد ارتباطات الکترونیکی و مبادلات اطلاعات می‌گردند و به همین جهت شناخت ناقص حقوق کپی‌رایت به آسانی صورت نمی‌گیرد. به همین دلیل است که در بحث نقض حقوق مالکیت فکری در محیط‌های مجازی مسئولیت واسطه‌های ارتباطاتی

بیشتر مورد توجه و مطرح است؛ بنابراین فن‌آوری‌های جدید به موازات فوایدی که برای دارندگان آثار ادبی و هنری داشته‌اند، این خطرات را نیز برای آنان ایجاد نموده‌اند که آثار مشمول کپی‌رایت آن‌ها با کمترین هزینه ولی با وسعت بسیار نقض گردند. به همین دلیل است که در قوانین بین‌المللی و ملی بسیاری از کشورها به اهمیت این موضوع توجه شده و راهکارهای قانونی مناسبی اتخاذ گردیده است (صادقی، ۱۳۹۳: ۳۹).

در کشور ما سازوکار قانونی جهت اجرای مسئله حقوق مالکیت معنوی وجود دارد، اما باید توجه داشت که در حال حاضر به خاطر نپیوستن به کنوانسیون برن ارتباط کشور با سطح بین‌المللی گسسته است (عباسی و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۲). لذا به نظر می‌رسد توجه به حقوق مؤلف برای ایجاد ارتباط و مبادلات فرهنگی، اقتصادی و ... کشور در عرصه جهانی، ضروری است. همچنین از طرفی با پیدایش و گسترش محیط و فضای مجازی^۱ در قالب دنیای موهوم اتصال شبکه‌های رایانه‌ای و ارتباط برخط از طریق اینترنت و شبکه‌های اجتماعی توازن دیرین و هم‌زیستی کپی‌رایت و منافع عمومی را دستخوش آشفتگی کرد. فضای مجازی به هر فردی که به اینترنت دسترسی داشته باشد، امکان می‌دهد وارد تعامل، تبادل و به اشتراک نهادن اندیشه‌ها و اطلاعات شود و آزادانه محتواهای متعدد اعم از کتاب، موسیقی، نقاشی، فیلم، بازی‌ها، نرم‌افزارهای کاربردی و مانند آن را که به شکل دیجیتال درآمده‌اند به آسانی و با کیفیت بالا و با سرعت زیاد به هزاران نفر در گوشه و کنار دنیا ارسال کند یا آن‌ها را از دیگران دریافت نماید. به علاوه، فناوری دیجیتال این امکان را به کاربران می‌دهد که آثار ادبی و هنری مشمول کپی‌رایت را تحریف کنند. به این ترتیب، فضای مجازی هر دودسته حق‌های اقتصادی و معنوی پدیدآورندگان آثار یا دارندگان کپی‌رایت را تهدید می‌نماید. لذا چاره‌اندیشی برای حمایت از کپی‌رایت در فضای مجازی امری ضروری و حیاتی برای بقای نشریات و کتب می‌باشد چراکه به شدت در این عرصه شکننده و آسیب‌پذیر می‌باشند (حبیبی مجنده، ۱۳۹۵: ۱۱).

در این پژوهش محوریت موضوع بر روی نشریات و کتب می‌باشد و کسانی که در این عرصه فعالیت دارند. یکی از مواردی که در این پژوهش مورد توجه است، پیوند اساتید سه رشته علوم ارتباطات اجتماعی، حقوق و فناوری اطلاعات است؛ زیرا مسئله حقوق مالکیت معنوی، امری چندوجهی است که می‌توان از سه حوزه علوم ارتباطات اجتماعی، حقوق و فناوری اطلاعات به واکاوی آن پرداخت. با شناسایی عوامل مؤثر بر حقوق مالکیت معنوی می‌توان در جهت سیاست‌گذاری درست گام برداشت تا الحاق ایران را به سازمان تجارت جهانی آسان‌تر سازد. لذا در این تحقیق پژوهشگر بر آن است که به شناسایی عوامل مؤثر بر حقوق مالکیت معنوی در فضای مجازی بپردازد.

چارچوب نظری

مبانی مالکیت فکری، درصدد پاسخ به چرایی مشروعیت حق پدیدآورنده بر پدیده فکری است. با نگاه اجمالی به مبانی اعتبار مالکیت فکری درمی‌یابیم هر مبنا بر عنصری از شکل‌گیری پدیده فکری توجه کرده است. برخی به عنصر کار و فعالیت فکری و تلاش پدیدآورنده توجه نموده و سعی کرده‌اند با توجه به احترام کار، مشروعیت مالکیت فکری را به اثبات رسانند. برخی به‌غایت اعتبار مالکیت فکری توجه نموده و مصالح فردی و اجتماعی را مدنظر قرار داده‌اند. دیدگاه اصالت منفعت بر این امر اصرار می‌ورزد. دیدگاه‌هایی شخصیت پدیدآورنده را کانون نظر قرار داده و با تحلیل شخصیت به توجیه حق پدیدآورنده پرداخته‌اند. در ادامه به هر یک از این مبانی اشاره می‌شود (حکمت نیا و ساوجی، ۱۳۸۵: ۹۰)؛

≠ نظریه کار: حق مالکیت را به‌عنوان یک حق طبیعی معرفی می‌نماید. حقی که قبل از تشکیل جامعه مدنی و دولت وجود داشته و دولت باید در صیانت و حفاظت آن بکوشد. اندیشمندان این نظریه را بر پدیده فکری تطبیق داده‌اند.

≠ نظریه منفعت: اصالت منفعت به‌عنوان یک نظریه پس از شکل‌گیری نظام مالکیت فکری مطرح شده است. بر اساس این نظریه، وضع، تبیین و تفسیر قواعد و قوانین، بر اساس منفعت صورت می‌گیرد، در نتیجه قواعد حقوقی سر از نسبت درمی‌آورد؛ آنچه دیروز

دارای منفعت بود، ممکن است امروز فاقد منفعت باشد. عامل مهمی که در شناخت اصالت منفعت در حوزه مالکیت فکری وجود دارد، شناخت مطلوبیت است، یعنی هدفی که قواعد حقوقی مالکیت فکری در صدد تأمین آن هستند.

≠ مبنای شخصیت: مبنای شخصیت از جمله مبانی مهمی است که بعد از شکل‌گیری نظام مالکیت فکری مطرح شده است. این مبنا به جای تأکید بر عنصر کار یا منفعت در شناسایی نظام مالکیت فکری، تمام توجه خود را به شخصیت و حقوق مرتبط به شخصیت معطوف می‌دارد و خود را از هر امر بیرونی بی‌نیاز می‌کند. به دیگر سخن، نظریه شخصیت تلاش می‌کند تا امتیاز مالکیت فکری را از طریق تحلیل شخصیت افراد به دست آورد.

از طرفی با ورود به عصر دیجیتال و گسترش فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، در کنار همه مواهبی که برای بشر داشته است، مالکیت معنوی در این عرصه نیز دچار چالش‌هایی شده است. لذا توجه به نظریاتی که در عرصه فناوری‌های نوین تدوین شده است، به منظور تبیین مالکیت معنوی در عصر جدید ضروری است. به این منظور در این پژوهش از نظریات جامعه شبکه‌ای کاستلز و ون دایک بهره گرفته می‌شود که در ادامه به آن پرداخته می‌شود؛

جامعه‌ی شبکه‌ای را می‌توان شکلی از جامعه تعریف کرد که به گونه‌ای فزاینده روابط خود را در شبکه‌های رسانه‌ای سامان می‌دهد؛ شبکه‌هایی که به تدریج جایگزین شبکه‌های اجتماعی ارتباطات رودررو می‌شوند، یا آن‌ها را تکمیل می‌کنند. این بدان معنی است که شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ای در حال شکل دادن به شیوه‌ی مبانی نظری و مروری بر مطالعات گذشته سازمان‌دهی اصلی و ساختارهای بسیار مهم جامعه مدرن هستند. این شبکه‌ها تمام واحدها و قسمت‌های این صورت‌بندی (افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها) را به‌طور روزافزونی به هم متصل می‌کند (مهدی زاده، ۱۳۹۱: ۳۱۷). کاستلز ویژگی‌های اصلی جامعه شبکه‌ای را بیش از هر چیز در قالب متغیرهای اقتصادی و بازار متجلی می‌داند. اقتصاد اطلاعات، اقتصاد جهانی، روابط شغلی که معطوف به فعالیت‌های اقتصادی است و ظهور نوعی قطب‌بندی که بازم به نوعی به موضوع دارا و

ندار می‌پردازد (کاستلز، ۱۳۸۴: ۱۶۱). از آنجا که شبکه‌ها می‌توانند بدون هیچ محدودیتی گسترش یابند، ابزار مناسبی برای فعالیت‌های مختلف، چون اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی هستند. شبکه‌های اجتماعی خود نیز دارای ساختار متفاوتی هستند که موجب شده جامعه جدیدی را به وجود آورند. جامعه‌ای که در آن تعامل و ارتباط بعد مکان و زمان را از میان برده است. اجتماع مجازی که در این شبکه‌ها تشکیل شده افراد را با علایق و سلیق کنار یکدیگر قرار می‌دهد. گسترش شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث به وجود آمدن فضای شبه واقعی شده است. ویژگی‌های خاص این جوامع چون اقتصاد مجازی، سیاست بر بال رسانه، واقعیت مجازی و زمان بی‌زمانی و مکان بی‌مکانی است که مناسبات خاص خود را ایجاد کرده است و حقوق مالکیت معنوی نیز به علت ویژگی‌های خاص این جامعه نوظهور دستخوش دگرگونی شده است که با توجه به ویژگی‌های خاص این جامعه نیاز به بازنگری دارد. جامعه شبکه‌ای، همان‌طور که ون دایک آن را تصور می‌کند، می‌تواند نوع جدیدی از جامعه باشد که در آن روابط اجتماعی با فناوری‌های واسطه‌ای سازمان‌دهی می‌شوند و یک شبکه ارتباطی را به جای شبکه‌های مبتنی بر روابط اجتماعی چهره به چهره، شکل می‌دهند. او میان «جامعه شبکه‌ای» و «جامعه اطلاعاتی»، بر اساس آنچه بر آن تمرکز دارند، تفاوت قائل می‌شود. مفهوم «جامعه اطلاعاتی» بر جوهر تغییر فرآیندهای اجتماعی متمرکز است؛ درحالی‌که مفهوم «جامعه شبکه‌ای» به اشکال سازمانی فرآیندهای اجتماعی مربوط است (ون دایک، ۱۳۸۴: ۱۳۰).

حقوق مالکیت معنوی

حقوق پدیدآورندگان آثار ادبی و هنری (حقوق مؤلفان) یا حقوق مالکیت ادبی و هنری یا کپی‌رایت از شاخه‌های اصلی حقوق مالکیت فکری است. کپی‌رایت مجموعه‌ای از حق‌های انحصاری است که به پدیدآورنده آثار ادبی و هنری تعلق می‌گیرد. این حق‌ها در دودسته حق‌های اقتصادی و حق‌های معنوی جای می‌گیرند. حق‌های اقتصادی امکان بهره‌برداری مادی از ثمره تلاش و کوشش پدیدآورنده اثر را در انحصار وی قرار می‌دهد

و تکثیر، انتشار و انتقال اثر به عموم را بدون پدیدآورنده منع می‌کند. حق‌های معنوی از انتساب اثر به پدیدآورنده، کلیت و یکپارچگی اثر حمایت می‌کنند (Dusolliert & etal, 2000: 8). در واقع حقوق مالکیت فکری، حقوقی است که شخص نسبت به نتایج، یافته‌ها و آثار فکری خود دارد. حقوق مالکیت فکری قلمرو وسیعی دارد و شامل هر چیزی می‌شود که زاینده فکر و ذهن آدمی است. مخلوق ذهن و فکر ممکن است به حوزه علم، هنر، صنعت یا تجارت تعلق داشته باشد.

فضای مجازی

رشد سریع و اعجاب‌آور رسانه‌های جدید و فضای مجازی، بار دیگر تأثیر رسانه‌ها را در مرکز توجه قرار داده است. تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی پیچیده‌تر از رسانه‌های سنتی عمل می‌کنند. غالب صاحب‌نظران فضای مجازی بر این نکته اتفاق نظر دارند که این رسانه‌ها حجم اطلاعات در گردش و ارسال‌شده به مخاطب را بسیار وسعت بخشیده‌اند (بروجردی علوی و صدیق یزدچی، ۱۳۹۶: ۹۱). به طوری که برخی موج چهارم تحول بشریت را جهان مجازی یا عصر مجازی می‌دانند. در فضاهای مجازی، رسانه‌ای ارتباط جمعی از میان تمامی ابزارها و فنون جدید، بیشترین تأثیر فرهنگی را دارند. این رسانه‌ها در پیدایش عادات تازه، تغییر در باورها و خلق و خوی و رفتار انسان‌ها، تکوین فرهنگی جهانی و نزدیک کردن جوامع و ملل، سهمی شگرف دارند. البته میزان تأثیر رسانه‌ها و نیز استقبال همگانی از آن‌ها در همه جوامع یکسان نبوده و تابع متغیر رشد فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی هر جامعه است (Whittaker, 2004: 157). این رسانه‌ها، هویت فردی، کنش جمعی، روش‌های تولید، مصرف رسانه‌ای و شیوه‌های کنشگری را در مقایسه با آنچه در دنیای واقعی بوده، با قدرت روزافزون خود متمایز ساخته‌اند (خانیک و بصیریان جهرمی، ۱۳۹۲: ۴۶). از نگاه بل^۱ (۲۰۰۱)، فضای مجازی فقط مجموعه‌ای از سخت‌افزار نیست بلکه مجموعه‌ای از تعاریف نمادین است که شبکه‌ای از عقاید و باورها

1. Bell

را ردوبدل می‌کنند. فضای مجازی در واقع نامی است که تعداد زیادی از کاربردهای امروز فناوری‌های جدید ارتباطی را در بر می‌گیرد (Whittaker, 2004: 157).

اساساً مهم‌ترین تغییر جهان، ظهور جهان جدیدی است که می‌توان آن را جهان مجازی نامید. این جهان در واقع به موازات و گاه مسلط بر جهان واقعی ترسیم می‌شود و عینیت پیدا می‌کند. گسترش فناوری‌های جدید با شکل‌گیری فضاهایی مجازی همراه شده است، فضاهایی با هویت و کارکردی متفاوت از فضاهای ملموس گذشته که ارزش‌ها، مفاهیم و باورهای گذشته را به نحوی مورد بازنویسی خور قرار می‌دهند. بشر جدید در مواجهه با چنین فضای جدیدی، در پی افزایش ارتباط خود، جست‌وجوی اطلاعات و دستیابی بیشتر به دانش است. در واقع شبکه‌ی اینترنت همانند یک محل مجازی ملاقات عمومی شهروندان جهان و یک نقطه‌ی تلاقی عمومی است؛ که در آن میلیون‌ها نفر از بیش از ۱۵۵ کشور جهان باهم در رابطه قرار می‌گیرند و سازمان عظیمی را تشکیل می‌دهند. در جهان واقعی، قدرت انتخاب افراد همواره تحت تأثیر عواملی چون جبر مکان، زمان، فرهنگ، حکومت و ... محدود بوده است؛ اما در جهان مجازی، مرزهای محدودکننده از میان برداشته می‌شود و فرد در مقیاس جهانی با گزینه‌های فراوانی برای انتخاب روبه‌رو است (مجیدی قهرودی و آذری، ۱۳۸۹: ۹۱).

مطالعات پیشین

محقق پس از بررسی تحقیقات پیشین به این نتیجه رسید که عموم تحقیق‌های صورت گرفته در زمینه حقوق مالکیت معنوی در فضای مجازی، معطوف به مسائل حقوقی، چالش‌ها و راهکارهای این مسئله بوده است و پژوهشگران از بررسی سایر ابعاد متصور بر مفهوم حقوق مالکیت معنوی در فضای مجازی غفلت ورزیدند. از جمله پژوهش‌هایی که به مسائل حقوقی مالکیت معنوی در فضای مجازی پرداختند، عبارت‌اند از؛

پژوهش میرشمسی و مهدی برزی (۱۳۹۵) با عنوان مطالعه ممیزات حقوق مؤلف در فضای مجازی، پژوهش سعیدی و همکاران (۱۳۹۲) با عنوان بررسی عوامل مؤثر بر نقض قانون حق نشر توسط کاربران اینترنت، پژوهش رهبری و همکاران (۱۳۹۶) با عنوان بررسی

ابعاد پیوندهای مختلف اینترنتی از منظر حقوق مؤلف، پژوهش صادقی (۱۳۹۳) با عنوان حمایت از حق مؤلف در فضای سایبر در حقوق ملی و اسناد بین‌المللی، پژوهش محمد اسماعیل (۱۳۸۷) با عنوان بررسی حق مؤلف در وبلاگ‌ها، پژوهش مایر (۱۹۹۸) با عنوان مطالعه حقوق مالکیت فکری در اینترنت و پژوهش برت (۲۰۰۲) با عنوان مطالعه دانش دیجیتال: حق مالکیت معنوی و اینترنت.

البته پژوهش‌هایی نیز در زمینه سیاست‌گذاری‌های فنی نیز صورت گرفته است که آن‌هم بیشتر با نگاه حقوقی توأم بوده است و وجه حقوقی پژوهش بیشتر مسلط بوده است از جمله؛ پژوهش مطلبی (۱۳۸۶) با عنوان حق مؤلف در محیط دیجیتال، پژوهش ستوده و همکاران (۱۳۸۹) با عنوان مطالعه دستبرد علمی و راهکارهای پیشگیری و پیگیری آن و پژوهش سیامک (۱۳۸۸) با عنوان بررسی مدیریت حقوق دیجیتال: فرصت‌ها و چالش‌ها. همچنین پژوهش حبیبی مجنده (۱۳۹۵) با عنوان مطالعه حق دسترسی به اطلاعات و کپی‌رایت در فضای مجازی، نیز با اشاراتی به سیاست‌گذاری‌های فلسفی، در این زمینه به تحقیق و بررسی پرداخته است.

در مجموع با مرور پژوهش‌های گذشته و مقایسه آن با تحقیق حاضر می‌توان گفت مسئله حقوق مالکیت معنوی بیشتر از وجه حقوقی مورد توجه قرار گرفته است. صرف نظر از ذات حقوقی این مسئله، باید گفت این امر ابعاد و زوایای متعدد دیگری نیز دارد که در میان پژوهش‌ها مغفول مانده است و به آن توجه نشده است. در این پژوهش سعی شده است با نگاهی چندوجهی و جامع‌تر نسبت به تحقیقات پیشین، این کمبود را پوشش داد.

روش تحقیق

در این پژوهش از روش دلفی استفاده شد. در واقع زمانی که بنا باشد درباره اتفاق نظر یک جمع صاحب‌نظر در یک موضوع خاص به مطالعه پرداخته شود، از روش دلفی استفاده می‌شود. این روش، فرآیندی ساختاریافته برای جمع‌آوری و طبقه‌بندی دانش موجود در نزد گروهی از کارشناسان و خبرگان است که از طریق مصاحبه و توزیع پرسشنامه‌هایی در بین افراد و بازخورد کنترل‌شده پاسخ‌ها و نظرهای دریافتی صورت می‌گیرد. به اعتقاد هلمر

(۱۹۹۷)، دلفی ابزار ارتباطی سودمندی بین گروهی از خبرگان است که فرموله کردن آراء اعضای گروه را تسهیل می‌کند. بالدوین (۱۹۷۵)، معتقد است در شرایط عدم کفایت دانش علمی موجود در نزد تصمیم‌گیرندگان، آنان ناگزیر به اخذ تصمیم با اتکاء به ادراکات مستقیم خود و یا آراء خبرگان هستند. فرآیند استفاده از این روش، آن را در سه یا چهار مرحله عملی می‌دانند.

در مرحله اول، فرآیند دلفی با یک پرسشنامه یا مصاحبه باز شروع می‌شود. در این مصاحبه باز، مبانی اساسی مستخرج از مرور ادبیات در موضوع مورد نظر، مورد توجه قرار می‌گیرد. بعد از جمع‌آوری پاسخ‌ها، پژوهشگر باید بر اساس اطلاعات دریافتی از این مرحله، پرسشنامه بسته‌ای تهیه کند. در مرحله دوم، هر شرکت‌کننده در این روش، پرسشنامه بسته‌ای دریافت می‌کند که در آن نکات اساسی خلاصه‌شده از مرحله اول آمده است. در این مرحله، شرکت‌کنندگان باید به اولویت‌بندی و درجه‌بندی ابعاد موضوع مورد بحث، بپردازند. در پایان مرحله دوم نکات مورد عدم توافق خبرگان، معلوم خواهد شد. در این مرحله، اجماع، شروع به شکل‌گیری می‌کند و می‌توان پاسخ‌های شرکت‌کنندگان را برای هم منتشر نمود. در مرحله سوم هر یک از اعضای پانل، دوباره پرسشنامه‌ای دریافت خواهند نمود که در آن خلاصه نکات مرحله قبل آمده است. در این مرحله، از آنان خواسته می‌شود در داوری خود در باب موضوعات طرح‌شده تجدیدنظر کنند یا دلیل خود را در مورد موارد عدم اجماع بیان نمایند. این مرحله به اعضای پانل فرصت می‌دهد که اطلاعات و داوری خود را در موضوعات مورد بحث، به روشنی تبیین نمایند. هرچند نسبت به مرحله قبل، اندکی از افزایش اجماع انتظار می‌رود. در چهارمین و معمولاً آخرین مرحله، لیستی از موارد مورد اجماع و موارد عدم اجماع در اختیار اعضای پانل قرار می‌گیرد. این مرحله، آخرین فرصت برای اعضای پانل به منظور تجدید دیدگاه و داوری آن‌ها محسوب می‌شود. تعداد دفعات تکرار و مراحل در روش دلفی بسته به میزان درجه توافق اعضا، می‌تواند از سه تا پنج مرحله باشد (شیعه و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۲۰).

جامعه آماری این پژوهش شامل خبرگان، مؤلفان، مدرسان و فعالان در عرصه، حقوق، ارتباطات و فناوری اطلاعات است که در حوزه مالکیت معنوی نیز تجربه و تخصص لازم را نیز دارا باشند. همچنین نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی، برای معنی و نه برای تکرار است؛ یعنی در پژوهش کیفی به دنبال چه مقدار و چه تعداد نیستند، بلکه به دنبال چه هستند. از این رو افراد در پژوهش کیفی با دو معیار انتخاب می‌شوند. یکی شامل تناسب بین تجربه آن‌ها و سؤال پژوهش، چیزی که تحت عنوان تناسب تجربه^۱ نامیده می‌شود. معیار دیگر وجود ویژگی‌های یک مطلع خوب^۲ که تحت عنوان کیفیت شخصی شرکت‌کننده نامیده می‌شود. در این مورد تمایل شرکت‌کننده یک اصل مهم به حساب می‌آید (Munhall, 2011: 211). لذا نمونه مورد مطالعه تحقیق خبرگان، مؤلفان، مدرسان و فعالان در عرصه، حقوق، ارتباطات و فناوری اطلاعات هستند که در حوزه مالکیت معنوی نیز تجربه و تخصص لازم را نیز دارا باشند که به صورت نمونه‌گیری گلوله برفی^۳ انتخاب شده‌اند.

تحلیل داده‌ها

برای انجام پژوهش حاضر، با توجه به اهداف پژوهش و مرور ادبیات پژوهش در این زمینه، سؤالاتی تدوین شد و تلاش شد تا الگوی اولیه‌ای در این زمینه شکل بگیرد. سپس از طریق روش دلفی سعی شد تا روند روبه رشدی در الگو پدید آید و سرانجام الگوی نهایی شناسایی شد.

در بخش نخست چنانچه گفته شد با توجه به اهداف پژوهش و مرور ادبیات پژوهش و همچنین مصاحبه با خبرگان، محقق دست به تدوین سؤالات پرسشنامه زد؛ که در این بخش از سؤالات باز استفاده شد تا متخصصان بتوانند در جهت اهداف پژوهش پاسخ خود را بدهند. ضمن آنکه بتوان از نتایج حاصله نقطه نظرات و مسائل مهم مسئله حقوق مالکیت

1. Experiential fit
2. Good informant
3. Snowball sampling

معنوی را استخراج نمود بی آنکه متخصصان را محدود نمود. در ادامه سؤالات این بخش در جدول ذیل نشان داده شده است؛

جدول ۱. سؤالات پرسشنامه اولیه

اهم سؤالات پرسشنامه
- جایگاه قوانین و مقررات مالکیت معنوی در ایران و جهان چگونه است؟
- تا چه حد به قوانین مالکیت معنوی در ایران پرداخته شده است؟
- چگونه می توان موانع عدم رعایت قوانین مالکیت معنوی و حق مؤلف را در فضای مجازی رفع کرد؟
- چه راه کارهایی جهت رعایت قوانین مالکیت معنوی و حق مؤلف در فضای مجازی پیشنهاد می کنید؟
- جایگاه قوانین مالکیت معنوی و حق مؤلف در فضای مجازی چگونه است؟
- چارچوب های قانونی و حقوقی، فرهنگی و رسانه ای و فنی مناسب در فضای مجازی در ارتباط با مالکیت معنوی چیست؟ بایدها و نبایدهای این عرصه چیست؟

پس از دریافت پاسخ های پرسشنامه سؤالات باز، به استخراج مفاهیم اولیه و تکرار شونده پرداخته شده است. پس از استخراج این مضامین، در نهایت با توزیع این پرسشنامه در میان خبرگان برخی سؤالات که به حد متوسط نرسید و وزن کمتر از متوسط را از دید متخصصان گرفت، از پرسشنامه حذف گردید. در گام بعد پرسشنامه ای بر مبنای پاسخ ها و میزان اجماع خبرگان، تدوین شد. مجدداً خبرگان میزان توافق خود را با هر یک از شاخص ها و مفاهیم درج شده اعلام کردند و نقطه نظرات خود را مطرح نمودند. سپس پاسخ ها توسط محقق مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در این بخش پژوهشگر درصدد است به سطحی انتزاعی تر و بالاتر دست یابد و به یافتن روابط شاخص ها و مفاهیم دست یابد. در نهایت خبرگان نهایتاً عوامل مؤثر بر روی حقوق مالکیت معنوی را در چهار بعد که هر یک دارای شاخص هایی بودند، به اجماع نظر رسیدند که در جدول ذیل مشاهده می شود؛

جدول ۲. کدگذاری

مقولات	کدهای مفهومی
سیاست گذاری رسانه‌ای	سواد رسانه‌ای
	اخلاق رسانه‌ای
سیاست گذاری حقوقی	سواد حقوقی
	ضعف قانون گذاری
سیاست گذاری فلسفی	ضعف متولیان
	نبود پشتوانه محکم نظری در باب حقوق مالکیت معنوی
سیاست گذاری فنی	استفاده از فناوری‌های جدید در یافتن موارد نقض حقوق مالکیت معنوی
	استفاده از فناوری‌های جدید برای افزایش ضریب امنیت محتوا
	مرجع آنلاین تخصصی ارائه مشاوره
	نظارت مستمر بر محتواهای بارگذاری شده

بحث و نتیجه‌گیری

ارتباطات رایانه‌ای که در فضای مجازی صورت می‌گیرد، مرزهای جغرافیایی را درهم‌شکسته و قلمرو جدید برای فعالیت‌های بشری به وجود آورده است. با توجه به تفوق گسترده وسایل ارتباطی جدید در همه عرصه‌های زندگی بشری، جامعه جهانی خود را ناگزیر از قانونمند نمودن فضای مجازی کرده است و به تبع آن دولت‌ها و نهادهای بین‌المللی نیز قوانینی بر آن وضع کرده‌اند. حقوق مالکیت معنوی در مواجهه با نیازهای دنیای جدید با مشکلات زیادی روبرو است؛ بنابراین، بسیار حیاتی است که سیاست‌گذاری‌های صحیحی در این زمینه در عرصه فضای مجازی صورت گیرد تا ضمن بهره‌مندی از توان بالقوه فضای مجازی، از حقوق مؤلفین و ناشران در برابر نقض کپی‌رایت محافظت نمود. در این بخش، نتایج حاصل از اجرای طرح تحقیق کیفی (دلفی) ارائه شده است.

حقوق مالکیت معنوی کتب و نشریات در فضای مجازی، در واقع امتداد همان فضای عینی جامعه است به این معنا که حقوق مالکیت معنوی در فضای مجازی نیز به دو بخش تقسیم می‌شود؛

≠ بعد مادی

≠ بعد معنوی

بعد مادی همانند قانون حق مؤلف در فضای عینی جامعه، ناظر بر حقوق انحصاری است که از عایدی‌های مادی اثر برای مدت‌زمان مشخص، حمایت می‌کند. بعد معنوی حقوق مالکیت معنوی، ارتباط میان شخصیت مؤلف با اثرش است. بعد مادی و معنوی حقوق مالکیت معنوی در فضای مجازی در حوزه کتب و نشریات اهمیت ویژه‌ای دارد چراکه با گسترش ضریب نفوذ اینترنت در کشور بسیاری از مناسبات در داخل این فضا جریان یافته است. از جمله مطالعه کتب و نشریات، فروش آن‌ها و تکثیر و توزیع و در معرض عموم قرار گرفتن. لذا به نظر می‌رسد اهتمام و توجه مبنی بر رعایت حقوق مادی و معنوی مؤلف در فضای مجازی می‌تواند گام مؤثری در قانونمند کردن صنعت چاپ و نشر در حوزه کتب و نشریات در فضای مجازی باشد.

با توجه به آنچه گفته شد باید گفت مبنای فلسفی و نظری حاکم بر شاخص‌های مهم حقوق مالکیت معنوی که حق مالکیت را به‌عنوان یک حق طبیعی معرفی می‌نماید که قبل از تشکیل جامعه مدنی و دولت وجود داشته و دولت باید در صیانت و حفاظت از آن بکوشد، منطبق با نظریه کار می‌باشد که انسان بر نتیجه و ماحصل تلاش خود مالکیت دارد که این نظریه را بر پدیده‌های فکری نیز تطبیق داده شده است. همچنین باید گفت نقض هریک از حقوق مؤلف مطرح شده در قوانین ایران یعنی حق تکثیر، اجرا و توزیع در فضای مجازی، از مصادیق جرائم رایانه‌ای محسوب شده و قابلیت پیگرد قانونی دارد. با بررسی لایحه حمایت از مالکیت ادبی و هنری و حقوق مرتبط، می‌توان مصادیق حقوق مادی و معنوی مؤلف را مشاهده کرد هرچند به مبحث حقوق معنوی مؤلف توجه کمتری شده است.

ویژگی‌ها و امکانات بسیار زیاد فضای مجازی و وب و شبکه‌ای شدن هرچه بیشتر در این قالب که به‌گونه‌ای فزاینده روابط خود را در شبکه‌های رسانه‌ای سامان می‌دهد. شبکه‌هایی که به تدریج در حال شکل دادن به شیوه سازمان‌دهی اصلی و ساختارهای بسیار

مهم جامعه مدرن هستند. از نظر کاستلز، شبکه‌ها ریخت اجتماعی جدید جوامع ما را تشکیل می‌دهند و گسترش منطق شبکه‌ای تغییرات چشمگیری در عملیات و نتایج فرایندهای تولید، تجربه، قدرت و فرهنگ ایجاد می‌کند. در واقع بر این اساس، شبکه‌ای شدن فرایندهای حقوق مالکیت معنوی را در سیطره خود قرار می‌دهد و امکانات نقض کپی‌رایت را بسیار بیشتر نموده است که در صورت وجود امکانات فنی مناسب جهت نظارت، آموزش افراد در زمینه حقوق مالکیت معنوی به‌ویژه در فضای مجازی از ضروریات محسوب می‌شود که در کنار امکانات بی‌نظیر این شبکه‌ای شدن باید بر چالش‌های آن فائق آمد.

بر اساس نتایج این پژوهش، عوامل مؤثر بر حقوق مالکیت معنوی در حوزه کتب و نشریات در فضای مجازی در چند محور قابل‌شناسایی است در واقع محقق پس از اجرای روش دلفی و اجماع نظر خبرگان، هفت محور که مسائل و مشکلات حقوق مالکیت معنوی حول آن‌ها شناسایی شده است، بیان گردیده است. این هفت محور عبارت‌اند از؛

سواد رسانه‌ای

○ ناآگاهی کاربران و پدیدآوردگان از حقوق مالکیت معنوی کتب و نشریات در فضای مجازی

ضعف در آموزش
سواد رسانه‌ای به معنای قدرت درک نحوه کار رسانه‌ها و معنی‌سازی در آن‌ها و چگونگی سازمان‌دهی استفاده از آن‌ها تعریف شده است (نعمتی فر و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۴۷). فقدان این امر از اهم مسائل و مشکلاتی است که به آن اشاره شد. ناآگاهی افراد جامعه از حقوق مالکیت معنوی و مصادیق آن در فضای مجازی بوده است. در واقع ناآگاهی افراد جامعه از حقوق مالکیت معنوی و مصادیق آن در فضای مجازی بوده است. در واقع بیشتر موارد نقض کپی‌رایت در فضای مجازی ناشی از بی‌اطلاعی کاربران از قوانین حقوق مالکیت معنوی است تا سو استفاده‌های مادی و یا با نیت نقض عمدی این قوانین. همچنین با بررسی

لایحه حمایت از مالکیت ادبی و هنری و حقوق مرتبط، می‌توان دریافت که مسئله آموزش رسانه‌ای مورد غفلت قرار گرفته است.

اخلاق رسانه‌ای

چارچوب اخلاقی مبهم

رویکردهایی در سطح جامعه که حقوق مالکیت معنوی را به رسمیت نمی‌شناسند به عبارتی، اخلاق رسانه‌ای شامل رخدادهای یا تصمیم‌هایی می‌شود که در آن‌ها دو یا چند ارزش کلی اخلاقی در برابر هم قرار می‌گیرند و کنشگر رسانه‌ای باید در تصمیمی خاص و بر اساس یک الگوی منطقی و عقلانی، به یکی از آن ارزش‌ها اولویت بدهد (خانیکی، ۱۳۸۸: ۸۲). از دیگر مسائل و مشکلات حقوق مالکیت معنوی که صاحب‌نظران نسبت به آن اجماع داشتند، عدم رعایت اخلاق در این حیطه بود. علل مختلفی در این بی‌اخلاقی مؤثر شناخته شد از جمله نبود چارچوب اخلاقی روشن و همچنین عدم آموزش اخلاق در فضای مجازی در کشور، در واقع کاربران رفتار درست را درونی نمی‌نمایند که این مسئله سبب می‌شود در صورت مواجهه با نقض حقوق مالکیت معنوی به درستی عمل نکنند.

سواد حقوقی

ناآگاهی افراد و پدیدآوردگان از حقوق مؤلف و حقوق مالکیت معنوی

ضرورت ایجاد قانونمندی در محیط دیجیتال، دیگر محل تردید نیست، اما بدون مرز بودن آن و نیز تنوع و تعدد منافع گاه متضاد، در این فضای به‌ظاهر بی‌دروپیکر، تدارک حقوق اینترنت را سخت و پیچیده کرده است (معتد نژاد، ۱۳۹۶: ۲۲۳). در خیلی موارد، کاربران به علت عدم آشنایی با قواعد حقوقی و اصطلاحات حقوقی درباره حقوق مالکیت معنوی، توان درک مفاهیم پیچیده حقوقی را از دست می‌دهند که این امر نیازمند مجهز کردن کاربران به سطحی از دانش حقوقی می‌باشد.

ضعف متولیان حوزه حقوق مالکیت معنوی

- فقدان منابع انسانی متخصص
- ضعف ایران در پیوستن به معاهدات بین‌المللی
- عدم فرهنگ‌سازی
- فقدان مرجع آگاهی‌دهنده مناسب

در بسیاری موارد صاحب‌نظران اجماع داشته‌اند که متولیان حوزه حقوق مالکیت معنوی ضعیف عمل کرده‌اند چراکه با اجرای سیاست‌های درست در زمینه فرهنگ‌سازی، تربیت نیروهای متخصص و پیوستن به معاهدات الزام‌آور بین‌المللی، بخش اعظمی از مشکلات مرتفع می‌شود. در واقع با فشار بیرونی بر حوزه نشر کتب و نشریات بر فضای مجازی، می‌توان خیلی از کثر رفتاری‌ها را اصلاح نمود؛ و همچنین الزام بین‌المللی و دخیل شدن منابع اقتصادی، فرهنگی و... ایران در زمینه رعایت حقوق مالکیت معنوی، تغییرات مثبتی ایجاد می‌شود.

ضعف قانون‌گذاری در حوزه حقوق مالکیت معنوی

- عدم شفافیت قوانین
- عدم به‌روز شدن قوانین
- ضعف در اجرای قوانین
- عدم ضمانت اجرای قوانین
- عدم بازدارندگی قوانین
- عدم شمول قوانین
- قوانین سطحی و فکر نشده

مباحث قانونی و ضعف‌های آن از مباحث مهمی بود که به آن اشاره شد. در واقع ضعف قانون در شفافیت، به‌روز شدن، اجرا، ضمانت اجرا، بازدارندگی و شمول سبب ایجاد ابهاماتی می‌شود و از طرفی قانون جدی گرفته نمی‌شود و مصادیق زیادی از نقض حقوق مالکیت معنوی از آن خارج می‌شود. لذا بازنگری در قوانین را از مهم‌ترین نیازهای

این حوزه می‌دانند. با بررسی لایحه حمایت از مالکیت ادبی و هنری و حقوق مرتبط، می‌توان دریافت که این لایحه سعی نموده است تا نقاط ضعف گذشته را جبران نماید؛ اما همچنان ضمانت اجرای نقض قوانین شفاف و معقول بیان نشده است و ابهاماتی دارد. همچنین بازدارندگی قوانین تشدید شده است اما در عمل اجرای قوانین همچنان مشکل دارد؛ که این مسئله می‌تواند ناشی از عدم فرهنگ‌سازی مناسب باشد.

≠ نبود پشتوانه نظری محکم در باب حقوق مالکیت معنوی

○ نگاه سیاسی

○ رویکردهای متفاوت و متناقض در حوزه حقوق مالکیت معنوی

○ نبود ضمانت اجرای شرعی

با استناد به روش دلفی، صاحب‌نظران بر این عقیده بودند که عدم شکل‌گیری مباحث نظری مناسب حول رعایت حقوق مالکیت معنوی در ایران، این مسئله را به حاشیه رانده است و دغدغه مهمی محسوب نمی‌شود. درحالی‌که در صورتی که در میان افراد و اقشار صاحب‌نظر و نفوذ از جمله مراجع، سیاست‌گذاران و ... سبب نوعی تشتت در این حیطة شده است و نظریات مختلفی در این حیطة باب شده است.

≠ نظارت فناورانه

○ عدم استفاده از هوش مصنوعی

○ عدم استفاده از بلاگ چین

○ فقدان مرجع آنلاین تخصصی ارائه مشاوره

○ نظارت مستمر بر محتواهای بارگذاری شده

از نکات مهمی که ضعف آن در فضای مجازی کشور احساس می‌شده است، نظارت مناسب است، با توجه به اینکه فضای مجازی مجموعه‌ای از فناوری‌های نوین است، به همین خاطر نظارت به آن نیز باید از جنس فناورانه باشد. محتواهای قرار گرفته در این فضا از جمله کتب و نشریات نیز باید به‌دقت با استفاده از فناوری‌های نوین رصد شود تا نخست امنیت آن‌ها تضمین شود و دوم در صورت نقض حقوق مالکیت معنوی، شناسایی شود.

همچنین با بررسی لایحه حمایت از مالکیت ادبی و هنری و حقوق مرتبط، می‌توان دریافت که این لایحه تلاش در بومی‌سازی حقوق مالکیت معنوی و از طرفی پیوند با قوانین بین‌المللی در این حوزه داشته است که گامی روبه‌جلو محسوب می‌شود.

راهکارهای حل مسائل و مشکلات حقوق مالکیت معنوی در حوزه کتب و نشریات در فضای مجازی با سیاست‌گذاری‌های مناسب در ۴ بخش قابل بهبود است در واقع در دنیای پر از پیچیدگی و تغییر معاصر، حل مسائل نیازمند ذهن‌های روشن و آگاه است. با توجه به آنچه گفته شد، راهکارهای حل مسائل و مشکلات حقوق مالکیت معنوی، در ۴ نوع سیاست‌گذاری است که عبارت‌اند از؛

سیاست‌گذاری رسانه‌ای

بخش مهمی از راهکارهای ارائه‌شده توسط صاحب‌نظران در حوزه سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای قرار می‌گیرد. چراکه با استناد به داده‌های حاصل از مصاحبه با صاحب‌نظران، نبود آگاهی و عدم رعایت اخلاق در زمینه حقوق مالکیت معنوی از مهم‌ترین چالش‌های این حوزه است که سوای بخش حقوقی و الزام‌آور نیازمند فرهنگ‌سازی و آگاه‌سازی افراد می‌باشد. این امر به‌ویژه در فضای مجازی به سبب ماهیت پرقدرتش اهمیت دارد. آموزش مباحث اخلاقی نیز در این نوع سیاست‌گذاری جای دارد. به این منظور صاحب‌نظران بر این عقیده‌اند که آموزش مفهوم مالکیت معنوی و کاربرد آن در بستر رسانه‌های جدید و طرح مباحث اخلاقی و شفاف‌سازی حدود اخلاق می‌تواند گام مؤثری در زمینه حل مسائل و مشکلات حقوق مالکیت معنوی باشد.

سیاست‌گذاری حقوقی

با توجه به ماهیت حقوقی مالکیت معنوی که یک مبحث حقوقی می‌باشد که دارای مفاهیم و اصطلاحات حقوقی است، لذا آشنایی با این مفاهیم و همچنین قوانین حقوق مالکیت فکری در ایران و جهان، می‌تواند به درک بهتر و بیشتر افراد کمک کند. همچنین کاربران فضای مجازی با اطلاع از قوانین شفاف‌تر عمل می‌کنند. همچنین از طرفی، ضعف در امر

قانون‌گذاری در ابعاد مختلف باید برطرف گردد و به این منظور قانون‌گذار باید به صورت همه‌جانبه و با بهره‌گیری از افراد متخصص و مسلط بر حوزه نشر کتب و نشریات و بهره‌گیری از نظر متخصصان فضای مجازی به تدوین قوانین پردازد و با بازنگری همه‌جانبه در قوانین در جهت اصلاح آن گام بردارد.

سیاست‌گذاری فلسفی

حقوق مالکیت معنوی به دلیل ارتباط تنگاتنگ با مباحث حقوقی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی، همواره یکی از چالش‌برانگیزترین مباحث روز بوده است؛ و معمولاً دو طیف نگاه به آن وجود دارد، نخست نگاهی که حمایت از حقوق مالکیت معنوی را امری ضروری برای افزایش نوآوری و حمایت از پدیدآورندگان آثار ادبی، هنری و ... می‌داند و از سوی دیگر نگاهی که بر این باور است که به دلیل انحصاری که از این حقوق به دست می‌آید، منافع اجتماعی و اقتصادی آن بیش از آنکه به نفع کشورهای درحال توسعه و واردکننده اموال فکری باشد، تأمین‌کننده منافع اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته و تولیدکننده دانش فکری است؛ اما در این بین به نظر می‌رسد اتخاذ یک سیاست بینابینی مفید باشد، بی‌شک کشورهایی که بتوانند ضمن انطباق با استانداردهای بین‌المللی، از این حقوق برای تأمین نیازهای خویش استفاده کنند، موفق‌اند؛ زیرا سیاست‌گذاران باید به جمیع عوامل حقوقی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و فلسفی تصمیم‌گیری کنند. همچنین باید با مطرح کردن مبحث حقوق مالکیت معنوی در حوزه و دانشگاه و بنیان نهادن پایه‌های نظری مستدل و قابل قبول، اجماع بیشتر افراد جامعه را برانگیزند.

سیاست‌گذاری فنی

در نهایت مجموعه راهکارهای فناورانه به منظور حل مسائل و مشکلات حقوق مالکیت معنوی در حوزه کتب و نشریات در فضای مجازی ارائه شده است. از جمله استفاده از فناوری‌های نوین در ارتقای امنیت، افزایش آگاهی، کشف موارد نقض حقوق مالکیت معنوی می‌باشد که به نوعی ناظر بر کنترل و نظارت در این عرصه است که به سبب گسترش

روزافزون اطلاعات و محتوا و اهمیت یافتن اطلاعات در این عرصه است یکی از رایج‌ترین مفاهیمی که به این امر نسبت می‌دهند، مفهوم جامعه اطلاعاتی است. مفهوم جامعه اطلاعاتی که توسط جامعه‌شناس معروف دانیل بل مطرح شد، به این معناست که دانش و اطلاعات در حال تبدیل شدن به عوامل کلیدی در توسعه اقتصادی و اجتماعی است لذا با توجه به اهمیت فناوری‌های نوین اطلاعاتی، می‌توان نقش بی‌بدیلی در زمینه حقوق مالکیت معنوی در فضای مجازی داشته باشد.

با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر، محقق به دست‌اندرکاران و متولیان مسئول در زمینه حقوق مالکیت معنوی توصیه می‌کند؛ ابتدا در هر یک از چهار زمینه سیاست‌گذاری شامل سیاست‌گذاری رسانه‌ای، حقوقی، فلسفی و فنی به تدوین راهکارهایی درخور پردازند. از جمله پیشنهاد می‌شود؛

≠ در زمینه سیاست‌گذاری رسانه‌ای با تدوین منابع آموزشی مناسب به آگاه‌سازی در مورد مصادیق و حدود و ثغور حقوق مالکیت معنوی در رسانه‌های مختلف پردازند. همچنین با مطرح کردن مباحث اخلاقی و ترسیم چارچوب روشنی از آن در جامعه رعایت حقوق مالکیت معنوی را امری اخلاقی در همه ابعاد و زوایا نمایند.

≠ در حوزه سیاست‌گذاری حقوقی از دو جهت باید به مسئله حقوق مالکیت معنوی توجه شود. نخست ارتقای سطح آگاهی جامعه نسبت به قوانین حقوقی است که این امر سبب می‌شود بسیاری از افراد که از روی ناآگاهی مبادرت به نقض حقوق مالکیت معنوی می‌کنند، دیگر مرتکب این عمل نشوند. این مهم را با آموزش قوانین مالکیت حقوقی در نهادهای آموزشی از جمله مدرسه و دانشگاه و همین‌طور آموزش عمومی جامعه در قالب همایش، جشنواره و ... عملی سازند. دوم در امر قانون‌گذاری، قانون‌گذار باید دقت بیشتری به خرج دهد و با استفاده از افراد متخصص و همچنین به‌کارگیری مؤلفان و ناشران در قانون‌گذاری، نگاهی همه‌جانبه و واقع‌بینانه داشته باشد و کاستی‌های قوانین کنونی را رفع کند. همچنین با بهره‌گیری از پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه مذکور، با دید جامع، قوانینی جامع وضع کنند.

≠ در زمینه سیاست‌گذاری فلسفی، به نظر می‌رسد مسئله حقوق مالکیت معنوی هنوز به‌عنوان یک مسئله و دغدغه برای متفکران تبدیل نشده است و تا زمانی که این مسئله به بحث و تبادل نظر گذاشته نشود و ریشه‌ها و اهمیت آن برای اندیشمندان روشن نگردد، نمی‌توان توقع داشت که گفتمان درخوری در جامعه به خود اختصاص دهد. از طرفی مسئله متولیان اجرای حقوق مالکیت معنوی در کشور باید مورد توجه قرار گیرد. وجود سازمان‌های موازی و تداخل وظایف آن‌ها با یکدیگر، انحراف سازمان‌ها از وظیفه اصلی و رنگ و بوی سیاسی گرفتن، برخورد سلیقه‌ای و استانداردهای دوگانه مسائلی هستند که این سازمان‌ها به آن مبتلا هستند لذا باید با مشخص کردن هر چه بیشتر وظایف و مسئولیت‌ها، در نظر گرفتن یک سازمان مشخص برای رسیدگی به مسائل حقوق مالکیت معنوی، بازتعریف فلسفه وجودی این سازمان‌ها بر ارتقای عملکرد آنان افزود. از طرفی با یکپارچه‌سازی فعالیت‌ها و رویه‌ها سعی در رفع موانع داخلی در پیوستن به معاهدات بین‌المللی در زمینه حقوق مالکیت معنوی داشته باشند که این مهم با برگزاری نشست‌های هم‌اندیشانه، اعمال نظرات تخصصی، شکل دادن به فضای گفتمانی مناسب در این عرصه، قابل دستیابی می‌باشد.

≠ در حیطه سیاست‌گذاری فنی، مسئله منابع انسانی متخصص و همچنین امکانات فنی مناسب در کنار یکدیگر می‌توانند با قدرت بیشتری در ساماندهی محتواهای جاری در فضای مجازی کمک کنند.

منابع

- بروجردی، مهدخت؛ صدیق یزدچی، امیرسعید. (۱۳۹۶). «تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی و قومی در ایران»، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات رسانه‌های نوین. ۳ (۱۲)، صص ۱۱۰-۸۸.
- حبیبی مجنده، محمد. (۱۳۹۵). «حق دسترسی به اطلاعات و کپی‌رایت در فضای مجازی»، فصلنامه علمی - پژوهشی حقوق پزشکی. ۱۰ (۵)، صص ۳۵-۷.
- حکمت‌نیا، محمود؛ موحدی ساوجی، محمد. (۱۳۸۵). «جایگاه مبانی نظری در فهم و ترسیم نظام مالکیت فکری»، فصلنامه علمی - پژوهشی حقوق اسلامی. ۲ (۸)، صص ۱۰۴-۸۹.
- خانیک، هادی. (۱۳۸۸). «چارچوبی برای پژوهش در اخلاق رسانه»، فصلنامه اخلاق در علوم و فن آوری. ۱ و ۲، صص ۹۲-۷۹.
- خانیک، هادی؛ بصیریان جهرمی، حسین. (۱۳۹۲). «کنشگری و قدرت در شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه کارکردهای فیس بوک در فضای واقعی)»، فصلنامه علمی - پژوهشی علوم اجتماعی. ۶۱، صص ۸۰-۴۵.
- رهبری، ابراهیم؛ نجات زادگان، سعید؛ نجات زادگان، حمید. (۱۳۹۶). «بررسی ابعاد پیوندهای مختلف اینترنتی از منظر حقوق مؤلف»، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات حقوقی. ۹ (۱)، صص ۱۳۹-۱۰۹.
- ستوده، هاجر؛ رفیع، نجمه؛ میرزایی، زهرا. (۱۳۸۹). «نگاهی به دستبرد علمی و راهکارهای پیشگیری و پیگیری آن»، فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی. ۱۳ (۴)، پیاپی ۵۲، صص ۵۰-۲۷.
- سعیدی، سینا؛ حاجی حسینی، حجت‌اله؛ سعیدی، صبا. (۱۳۹۲). «بررسی عوامل مؤثر بر نقض قانون حق نشر توسط کاربران اینترنت»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری. ۸ (۲)، صص ۶۱-۵۲.
- سیامک، مرصیه. (۱۳۸۸). «مدیریت حقوق دیجیتال: فرصت‌ها و چالش‌ها»، فصلنامه مطالعات ملی کتابداری و سازمان‌دهی اطلاعات. ۲۰ (۱)، صص ۲۷۲-۲۵۳.

- شيعه، اسماعيل؛ دانشپور، عبدالهادی؛ روستا، مریم. (۱۳۹۶). «تدوین مدل شاخص‌های مکانی پایداری اجتماعی به کمک روش دلفی و تکنیک شانون»، نشریه علمی - پژوهشی معماری و شهرسازی آرمان‌شهر. شماره ۱۹، صص ۱۲۹-۱۱۹.
- صادقی، حسین. (۱۳۹۳). «حمایت از حق مؤلف در فضای سایبر در حقوق ملی و اسناد بین‌المللی»، فصلنامه دیدگاه‌های حقوق قضایی. ۱۹ (۶۵)، صص ۶۲-۳۷.
- عباسی، محمود؛ معین اسلام، محمد؛ اکرمی، فروزان. (۱۳۹۴). «جایگاه و چالش‌های ایران در حمایت بین‌المللی از حقوق مالکیت آثار ادبی و هنری»، فصلنامه علمی - پژوهشی حقوق پزشکی. ۹، صص ۴۶-۱۱.
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۴). عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ. ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، جلد اول، چاپ چهارم، تهران: طرح نور.
- مجیدی قهرودی، نسیم؛ آذری، فاطمه. (۱۳۸۹). «بررسی نقش اینترنت در ارتقای جایگاه زنان»، دو فصلنامه علمی - پژوهشی پژوهش‌نامه زنان. ۱ (۲)، صص ۱۰۹-۸۷.
- محمد اسماعیل، صدیقه. (۱۳۸۷). «حق مؤلف در وبلاگ‌ها»، فصلنامه دانش‌شناسی. ۱ (۳)، صص ۹۹-۸۷.
- مطلبی، داریوش. (۱۳۸۶). «حق مؤلف در محیط دیجیتال»، فصلنامه مطالعات ملی کتابداری و سازمان‌دهی اطلاعات. ۱۸ (۲)، صص ۱۶۴-۱۳۷.
- معمد نژاد، رؤیا. (۱۳۹۶). «قانون‌گذاری در عرصه دیجیتال و برنامه توسعه پایدار (با تأکید بر جمهوری دیجیتال)»، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات. ۱۳ (۴۹)، صص ۲۳۴-۱۸۵.
- مهدی زاده، محمد. (۱۳۹۱). نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. چاپ دوم، تهران: همشهری.
- میرشمسی، محمدهادی؛ مهدی برزی، فاطمه. (۱۳۹۵). «مميزات حقوق مؤلف در فضای مجازی»، فصلنامه علوم خبری. ۵ (۲۰)، صص ۷۷-۱۱.
- نعمتی فر، نصرت اله؛ خجسته باقر زاده، حسن؛ کاظمی، هاجر. (۱۳۹۷). «مطالعه سطح سواد رسانه‌ای در کاربران رسانه‌های اجتماعی (مطالعه موردی شبکه اجتماعی تلگرام)»، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات رسانه‌های نوین. ۴ (۱۶)، صص ۱۴۳-۱۷۵.

ونداپیک، جان. (۱۳۸۴). «قدرت و سیاست در جامعه شبکه‌ای». ترجمه اسماعیل یزدانیپور، فصلنامه رسانه. ش ۶، صص ۱۶۱-۱۲۱.

- Brett, David. (2002). *Digital Knowledge: Copyright Intellectual Property and the Internet*, World Congress on Intellectual Capital Readings. PP: 57-71
- Dusolliert, Severine; Oullet, Yves; & Buydens, Mireille. (2000). *Copyright and Access to Information in the Digital Environment*, in UNESCO. Copyright Bulletin. 34(4): PP: 4-36.
- Edosomwan, Aifuwa. (2019). *Protecting intellectual property rights in Nigeria: A review of the activities of the Nigerian Copyright Commission*, World Patent Information. Vol 58, PP: 1-7.
- Meyer, Stuart. (1998). *Intellectual property rights on the internet*, Computer Law & Security Review. Vol 14(1), PP: 14-21.
- Munhall, Pennsylvania. (2011). *Nursing Research: A Qualitative Perspective*, Jones & Bartlett Learning; 5 editions.
- Whittaker, Jason (2004). *The cyberspace handbook*. London and New York. P: 157.

