

## پیش درآمدی بر مالکیت معنوی

حقوق انحصاری اعطایی به ثبت کننده اختراع در اکثر کشورها حق جلوگیری یا ممانعت دیگران از ساخت، استفاده، فروش، عرضه برای فروش یا وارد کردن محصولات موضوع اختراعات است که با این حال تعریف جامع و کاملی از این حقوق داده نشده است.

حقوق مالکیت فکری یا معنوی عبارت است از حقوق مربوط به آفرینش ها و خلاقیت های فکری در زمینه های علمی، صنعتی، فنی و ادبی و هنری، در کنوانسیون ها و موافقت نامه های مربوطه و حتی در موافقت نامه جنبه های مرتبط با تجارت حقوق مالکیت معنوی

(تریپس) که نسبت به کنوانسیون های قبلی از جامعیت بیشتری برخوردار است، تعریف جامع و مانعی از این حقوق داده نشده بلکه اغلب مصادیق آن برشمرده شده و سپس

حدود و ثغور حقوق مرتب بر آن ها مشخص شده است. مثلاً در بند ۲ ماده ۲ در کنوانسیون پاریس برای حمایت از حقوق مالکیت صنعتی چنین می خوانیم موضوع حقوق مالکیت هر چند در کنوانسیون های مورد بحث تعریفی از مالکیت معنوی و حقوق آن

داده نشده ولی در نوشته های علمی در این باره سعی شده است که این نقیصه تا حدی برطرف شود. از جمله مایکل بلانکنی مالکیت معنوی را چنین تعریف نموده است

"\خلاقیت های فکر و ذهن بشر که دولت در قبال آن ها به پدید آورندگان آن حق انحصاری بهره پردازی را برای مدت معینی به منظور جلوگیری از استفاده غیرمجاز

دیگران اعطاء می نماید.<sup>۱۰</sup> در کشور ما نیز حقوق دانان در تعریف حقوق مالکیت معنوی اتفاق نظر ندارند و به علاوه تعریف جامع و مانعی را ارائه نداده اند.

دکتر صفائی مالکیت های فکری را حقوقی می داند که دارای ارزش اقتصادی و دادوستد است ولی موضوع آن ها شی معین مادی نیست و موضوع این حقوق فعالیت و اثر فکری انسان است.

آقای دکتر کاتوزیان حقوق مالکیت معنوی را حقوقی می داند که به صاحب آن اجازه می دهد از منافع و شکل خاصی از فعالیت یا فکر انسان منحصرأ استفاده نماید.

دکتر میرحسینی به نقل از وایپو، حقوق مالکیت معنوی را در معنای وسیع کلمه حقوق ناشی از آفرینش ها و خلاقیت های فکری در زمینه های علمی، صنعتی، ادبی و هنری می داند. آقای دکتر سید حسن امامی با تبعیت از قانون مدنی فرانسه اموال را به دو قسمت مادی و غیرمادی تقسیم نموده است و اموال غیرمادی را اموالی می داند که وجود مادی و عینی در خارج ندارند ولی جامعه وجود آن را اعتبار نموده و قانون هم آن را شناخته است مانند حق تالیف، حق تصنیف و حق اختراع.

با توجه به مراتب فوق، آنچه در همه این تعاریف مشترک است این است که مالکیت های معنوی مالکیت های عینی و ملموس نیستند و یکی از آثار مترتب بر این ویژگی این است که نقض این مالکیت ها نیز می تواند سهل تر از نقض حقوق مالکیت های عینی صورت

پذیرد. نتیجه دیگر مترتب بر این امر این است که نمی توان قاعده حاکم بر اموال در حقوق بین الملل خصوصی و تعارض قوانین را در مورد آنان اعمال نمود و باید به دنبال قاعده دیگری بود که استثناء بر قاعده اموال باشد. به موجب قاعده اموال در تعارض قوانین ایران اموال تابع قانون محل وقوع خود هستند.

ماده ۹۶۶ قانون مدنی ایران می گوید: "تصرف و مالکیت و سایر حقوق بر اشیاء منقول یا غیر منقول تابع قانون مملکتی خواهد بود که آن شی در آنجا واقع است، مع ذلک حمل و نقل شدن شیئی منقولی از مملکتی به مملکت دیگر نمی تواند به حقوقی که ممکن است اشخاص مطابق قانون محل وقوع اولی شی نسبت به آن تحصیل کرده باشد، خللی وارد آورد." هم چنان که ملاحظه می شود در این ماده تکلیف قانون حاکم بر مالکیت های معنوی به لحاظ این که مالکیت های مزبور جزء هیچ کدام از طبقه بندی اموال منقول یا غیر منقول قرار نمی گیرند، مشخص نشده است و نمی توان مفاد این ماده را در مورد آن لازم الرعایه دانست و از آنجایی که به هر حال در روابط بین المللی باید تکلیف حاکم بر این اموال معلوم شود لذا قوانین کشورهای مختلف و کنوانسیون ها و موافقت نامه های بین المللی منطقه ای و چند جانبه قانون محل ثبت یا انتشار آن ها را به عنوان محل وقوع اعتباری برای آن ها در نظر می گیرند تا به این ترتیب اصل سرزمینی بودن قوانین در مورد اموال نیز رعایت شده باشد. این ترتیبات نظیر قاعده کلی مربوط به اموال صرف نظر از تابعیت مالک اعمال می گردد.

## مصادیق:

موافقت نامه تریپس به عنوان حاصل دور گفتگوهای ارو گوئه که از سال ۱۹۹۵ با ترتیبات خاص مقرر در موافقت نامه لازم الاجرا شده است، جامع ترین موافقت نامه چند جانبه درباره حقوق مالکیت فکری بوده و به کلیه مقولات اصلی در این زمینه می پردازد. این مقولات در حوزه حقوق مالکیت صنعتی عبارتند از: علائم تجاری، از جمله علائم خدمات، نشانه های جغرافیایی، طرح های صنعتی، اختراعات از جمله گونه های جدید گیاهی، طرح های ساخت مدارهای یکپارچه و حفاظت از اطلاعات افشاء نشده شامل اسرار تجاری، موافقت نامه تریپس در کلیه این موارد حداقل معیارهای ماهوی حمایت را مشخص و عناصر این حمایت را تعیین می کند. این عناصر عبارتند از: موضوع حمایت، حقوق اعطایی و استثنائات مجاز وارد بر این حقوق و حداقل دوره حمایت. حمایت های ارائه شده در این موافقت نامه باید در اختیار دارندگان این حقوق از کلیه کشورهای عضو سازمان جهانی تجارت، بدون هیچ گونه تبعیضی از لحاظ ماهیت، قرار گیرد. بر این اساس هر کشور باید تضمین کند که در خصوص هر یک از مقوله های اصلی فوق قوانین داخلی با این حداقل معیارها هماهنگ شده است و مقررات جدید را به اطلاع دبیرخانه سازمان جهانی تجارت برساند.

## الف - علائم تجاری

علامت تجاری نشانه یا شاخصی است متمایز کننده که موسسات بازرگانی یا سایر اشخاص حقیقی و حقوقی از آن منحصرأ برای تعیین منشا کالا یا خدمات خود برای مصرف کنندگان و همین طور متمایز کردن آن ها از کالاها یا خدمات دیگر اشخاص حقیقی و حقوقی استفاده می کنند. علامت تجاری نوعی مالکیت صنعتی است و به طور ستی عموماً از یک یا چند کلمه، حرف، اسم، عدد، سمبل، طرح، تصویر یا مجموعه ای از این عناصر تشکیل می شود که کلاً قابل رویت هستند. هنگامی که علامت تجاری در ارتباط با خدمات و نه کالا مورد استفاده قرار می گیرد، برخی اوقات به آن علامت خدماتی نیز گویند.

به علاوه انواعی از علائم تجاری غیر سنتی وجود دارند که قابل رویت نیستند، بلکه در قالب نت های موسیقی که جنبه شنیداری دارند یا به صورت بو که استشمام می شود، مشخص می گردند: مانند رایحه گل نحوه برخورد و مقررات ناظر بر این گونه علائم

تجاری در نظامات حقوقی مختلف متفاوت می باشد. هم چنین علائم تجاری می توانند دو بعدی و سه بعدی نیز باشند. در هر حال، ویژگی متمایز کننده، عنصری مشترک در کلیه علائم تجاری است.

اصطلاحاتی چون "مارک"، "براند" و "لوگو" گاه به جای علامت تجاری به کار می روند ولی آن ها دارای مفاهیم متفاوتی هستند که عموماً در بازاریابی یا تبلیغات مورد استفاده قرار می گیرند و در محدوده حقوق مالکیت صنعتی جای ندارند.

با استفاده از علائم تجاری دو هدف تعقیب می شود: این علائم به مالکانشان کمک می کنند تا محصولات یا خدمات خود را با برانگیختن وفاداری به علامت، به فروش رسانده و توسعه دهند. هم چنین، این علائم با فراهم آوردن امکان انتخاب از میان چندین گزینه و با تشویق مالکان علائم تجاری برای حفظ و بهبود کیفیت محصولاتشان که تحت علائم تجاری فروخته می شوند، به مصرف کنندگان کمک می کنند.

### ب- نشانه های جغرافیایی

نشانه جغرافیایی نام یا سمبلی است که برای معرفی برخی کالاها که به محل یا مبدأ جغرافیایی خاصی (مانند شهر، منطقه یا کشور) تعلق دارند به کار می رود. استفاده از این نشانه به عنوان گواهی نامه ای عمل می کند که نشان می دهد کالا دارای برخی کیفیت یا معروفیت به لحاظ مبدأ جغرافیایی خود است.

اصطلاح نشانه های جغرافیایی نسبتاً جدید بوده و به تازگی در مذاکرات بین المللی مطرح شده است. در عین حال، انواع مفاهیم در زمینه حمایت از این نشانه ها شکل گرفته است. به همین دلیل تلاش می شود از آن در وسیع ترین مفهوم ممکن استفاده گردد و همه طرق

موجود برای حمایت از اسامی مکان های جغرافیایی را قطع نظر از این که آن ها بیانگر کیفیت کالاها به دلیل دارا بودن منشاء جغرافیایی خاص باشند یا مبدأ جغرافیایی محصول را مشخص سازند، در برگیرد. علاوه بر اسامی، نشانه های جغرافیایی شامل سمبل ها (مانند علامت، برج ایفل) نیز می گردد، زیرا نشانه های جغرافیایی تنها به اسامی شهرها و مناطق یا نام یک کشور محدود نمی شوند، بلکه می توانند ناظر بر سمبل ها نیز باشند. با استفاده از این سمبل ها دیگر نیازی به ذکر اسامی مکان های جغرافیایی به عنوان منشاء کالا نخواهد بود. در هر حال، هدف نشانه جغرافیایی مطلع ساختن مصرف کننده از این امر است که آیا کالای خریداری شده موضوع نشانه جغرافیایی دارای کیفیت، شهرت، مرغوبیت یا سایر خصوصیات قابل انتساب به مبدأ جغرافیای آن کالا است؟

## ج - طرح های صنعتی

### تعریف

طرح صنعتی یک هنر کاربردی است که به وسیله آن جنبه های زیبایی شناختی و کاربردی محصول برای بازار پسندی و تولید، بهبود پیدا می کند. بنابراین نقش طراح صنعتی یافتن و اجرای راه حل های مبتنی بر طراحی در قبال مسائل مهندسی، بازاریابی، و فروش است. از نظر شورای بین المللی انجمن های طرح صنعتی، طرح صنعتی یک فعالیت خلاقانه است که هدف آن ایجاد کیفیات چند وجهی برای اشیاء، فرآیندها، خدمات

وسیستم های مربوط به آن ها در کل چرخه زندگی است. با این تعریف، طرح صنعتی عاملی اساسی در قابل استفاده کردن مبتکرانه فناوری ها برای انسان ها محسوب می شود و نقشی تعیین کننده در تغییرات فرهنگی و اقتصادی دارد. انجمن طراحی صنعتی آمریکا نیز طرح صنعتی را یک خدمت حرفه ای برای ایجاد یا توسعه مفاهیم و مشخصاتی می داند که کارکرد، ارزش و ظاهر کالاها و سیستم ها را به نفع مصرف کننده و تولید کننده، بهینه می کند.

گرچه فرآیند طراحی می تواند "خلاقانه" تلقی شود، اما بسیاری از فرآیندهای تحقیقی - تحلیلی نیز در این میان انجام می شود. بسیاری از طراحان صنعتی اغلب از روش شناسی های طراحی مختلف در فرآیند خلاقانه خود استفاده می کنند. برخی از این فرآیندها عمدتاً استفاده می شوند عبارتند از: تحقیق از کاربر، تهیه طرح اولیه، مطالعه تطبیقی در مورد محصول، مدل سازی، و آزمایش، طرح صنعتی می تواند به صورت سه بعدی مانند شکل یا نمای ظاهری یک کالا یا دوبعدی مانند طرح، خطوط یا رنگ باشد. به هر حال این گونه طرح ها در مورد انواع بسیار زیادی از محصولات صنعتی و دستی کاربرد دارد. از وسایل فنی پزشکی گرفته تا ساعت، جواهرات و سایر کالاهای لوکس یا وسایل خانگی، برقی یا منسوجات، طرح های صنعتی به نوعی وجود دارند.

در قوانین اکثر کشورها، لازمه حمایت از طرح های صنعتی، جدید بودن و اصیل بودن آن ها است،



## د - اختراعات

حق اختراع مجموعه حقوق انحصاری است که یک دولت به ثبت کننده اختراع برای مدتی معین در قبال افشاء اختراع اعطاء می کند. رویه های اعطای ورقه ثبت اختراع، الزامات متقاضی ثبت اختراع و دامنه حقوق انحصاری ناشی از اختراع ثبت شده در کشورهای مختلف تفاوت هایی با یکدیگر دارند. به طور معمول در یک اظهارنامه ثبت اختراع باید یک یا چند ادعا مطرح گردد که در واقع اختراع را تعریف می کند. این ادعاها باید نو، ابتکاری و دارای کاربرد صنعتی باشند. حقوق انحصاری اعطایی به ثبت کننده اختراع در اکثر کشورها حق جلوگیری یا ممانعت از دیگران از ساخت، استفاده، فروش، عرضه برای فروش یا وارد کردن محصولات موضوع اختراعات است موافقت نامه تریپس بر اساس مقررات کنوانسیون پاریس، در مورد اختراعات که در واقع با عملکرد دولت ها سازگاری کامل دارد یا این عملکرد بر آن مقررات مبتنی است در بخش ۵ موافقت نامه به موضوع ثبت اختراع می پردازد که شامل مواد ۲۷ تا ۳۸ (هشت ماده) است

ذیلاً این مواد با توجه به قواعد موجود و در حال شکل گیری کشور ما در این زمینه اجمالاً مورد بررسی قرار می گیرد.

### ۱- اوصاف و انواع اختراعات قابل ثبت

اختراع به معنای فکر یک مخترع است که در عمل شکل خاصی را در زمینه فناوری حل می کند. حق ثبت اختراع حقوق مالکانه ای را برای اختراعات تضمین می کند. گرچه موافقت نامه تریپس اختراع را تعریف نمی کند ولی به موجب بند ۱ ماده ۲۷ به اختراعی حق ثبت اعطاء می کند که دارای شرایط زیر باشد:

(۱) جدید باشد، یعنی در فن یا صنعت قبلی پیشی بینی نشده باشد.

(۲) دارای جنبه ابداعی باشد، یعنی بر هر شخص دارای مهارت معمولی در فن مربوط، معلوم و آشکار نباشد.

(۳) کاربرد صنعتی داشته باشد، یعنی در رشته ای از صنعت قابل ساخت یا استفاده باشد.

با توجه به شرایط فوق، انتخاب دو روش متداول در ثبت اختراع یعنی روش اعلامی روش مبتنی بر بررسی قبلی، تاثیری در ثبت اختراع ندارد. هم چنین در تعیین و تشخیص مخترع بر پایه دوقاعده متداول یعنی نخستین شخصی که اظهارنامه ثبت اختراع را تسلیم می کند یا نخستین شخصی که واقعاً این اختراع را در سطح جهان انجام داده است، باز هم باید شرایط فوق احراز گردد.

ه- طرح های ساخت مدارهای یکپارچه

در الکترونیک، مدار یکپارچه اعم از IC و مدارهای ریز، تراشه های ریز سیلیکون Silicon تراشه سیلیکون یا تراشه، مدار الکترونیکی کوچک شده ای است که عمدتاً از تراشه های نیمه هادی تشکیل می شود. بنابراین تراشه نیمه هادی سنگ بنای اصلی صنعت الکترونیک جدید است. این تراشه ها در سال ۱۹۵۹ اختراع شدند و جایگزین لوله های خلاء شدند. یکپارچه کردن تعداد زیادی از ترانزیستورهای نازک در یک تراشه کوچک، تحولی بزرگ نسبت به مونتاژ دستی مدارهای یکپارچه هستند که برای ایجاد جامعه اطلاعاتی مهم تلقی می شوند و زیربنای انقلاب دیجیتالی را تشکیل می دهند.

دلیل و زمینه های حمایت از طرح های ساخت مدارهای یکپارچه در سطح بین المللی هزینه های طراحی و توسعه یک مدار یکپارچه به صورت مجموعه فوق العاده گزاف است و سرمایه گذاری های سنگینی را می طلبد. نسخه برداری از آن از طریق عکس برداری می تواند چنین سرمایه گذاری هایی را به خطر اندازد و مانع از نوآوری بیشتر در این حوزه گردد. از این رو از اواسط دهه ۱۹۸۰ بسیاری از کشورهای صنعتی قوانین

خاصی را برای حمایت از حقوق مالکیت فکری تولید کنندگان تراشه ها وضع نمودند. کوشش ها برای بین المللی ساختن حمایت در این زمینه به مذاکرات مربوط به معاهده مالکیت فکری در خصوص مدارهای یکپارچه، معروف به معاهده واشنگتن ۱۹۸۹، منجر شد. به موجب این معاهده هر کشور عضو بایستی از حقوق مالکیت فکری در مورد طرح های اصلی (نقشه های) مدارهای یکپارچه حمایت نماید. اعضای این سند هم چنین

موظف هستند اصل رفتار ملی را در مورد اشخاص حقیقی و حقوقی سایر اعضا رعایت کنند. به موجب معاهده مزبور، مدت حمایت اعطایی ۸ سال است و طی این مدت تولید مجدد طرح ها و واردات و فروش و یا توزیع آن ها با اهداف تجاری و یا استفاده و ادغام آن ها در هر محصول دیگر، بدون اجازه صاحب این حق مالکیت فکری، غیر قانونی تلقی می گردد.

معاهده واشنگتن به دلیل تفاوت دیدگاه های دو تولید کننده عمده نیمه هادی ها در جهان، یعنی آمریکا و ژاپن، هنوز لازم الرعایه نیست، یعنی نصاب لازم برای اجرای معاهده حاصل نشده است. اختلاف نظرهای اصلی این دو کشور به موضوع مجوزهای اجباری، واردات محصولات ناقض حقوق مالکیت فکری و نقض های بی ضرر مربوط می شود. به همین دلیل و به لحاظ اهمیت فزاینده حمایت از طرح های ساخت مدارهای یکپارچه در فناوری های پیشرفته، موضوع بار دیگر در دستور کار مذاکرات دور اروگوئه (۱۹۹۳-۱۹۸۶) قرار گرفت و لذا موافقت نامه تریپس کوشید ضمن استفاده از بسیاری از مقررات این معاهده، تغییراتی نیز برای تقویت نظام حمایتی آن که به رغم کشورهای صنعتی فاقد استانداردهای کافی بود، به وجود آورد.

**و - حفاظت از اطلاعات افشاء نشده یا اسرار تجاری**

اسرار تجاری، فرمول، رویه، فرآیند، طرح، ابزار، الگو یا مجموعه اطلاعاتی است که در یک کسب و کار برای به دست آوردن مزیتی نسبت به رقبای مورد استفاده قرار می گیرد. در برخی از نظام های حقوقی به این اسرار، اطلاعات \ "افشاء نشده" نیز اطلاق می گردد که در موافقت نامه ترپس نیز همین عنوان به کار رفته است.

بنابراین تعریف هر شرکتی می تواند از اطلاعات محرمانه خود از طریق قراردادهای عدم افشاء با کارکنان خود، در محدوده مقررات کار، حمایت به عمل آورد، چرا که برای دستیابی به این اطلاعات وقت و پول صرف کرده است و اگر شرکت های رقیب به این اطلاعات دسترسی پیدا کنند، شرکت اولیه تسلط خود در بازار را از دست یا به این مزیت شدیداً خدشه وارد می شود. به همین دلیل در کشورهایی که این اطلاعات افشاء نشده یا اسرار تجاری به رسمیت شناخته می شوند، پدید آورنده اطلاعات مزبور حق دارد از آن به عنوان یک \ "دانش خاص" و به عنوان یک مالکیت فکری، تحت عنوان اسرار تجاری یا اطلاعات افشاء نشده حمایت به عمل آورد.

قوانین مربوط به حمایت از اطلاعات محرمانه عملاً اجازه حق انحصار دائمی را در بهره برداری از اطلاعات مذکور می دهد. این امر بدون معنا است که به محض افشای این اطلاعات، اشخاص ثالث می توانند مستقلاً از آن ها بهره برداری نمایند و این درست در نقطه مقابل حق اختراع قرار دارد که دارای مدت حمایت محدودی است (عموماً ۲۰ سال) و حمایت از آن در قبال افشاء اطلاعات مربوط نزد عموم به عمل می آید. از سوی

دیگر در صورت تقلید از اختراع، می توان در قالب حمایت از این کار ممانعت به عمل آورد، ولی در صورت افشاء اسرار تجاری، ابزارهای حمایتی در چارچوب حقوق مالکیت فکری وجود نخواهد داشت و به همین دلیل هیچ گونه محدوده زمانی برای حمایت از آن پیش بینی نشده است.

به علاوه در این قوانین، تعاریف و شرایط خاص و درعین حال تا حدی متعارف برای حمایت از اسرار تجاری یا اطلاعاتی افشاء نشده وجود دارد. آمریکا آن را مال قانونی می داند. سوئیس اسرار تجاری را به موجب قانون قراردادها حمایت می کند، آلمان آن را مشمول قواعد اخلاقی تجارت می داند.

خاتمه اینکه انسان ها در طول تاریخ و در همه فرهنگها به ابداعاتی دست یافته اند که برای زندگی و جامعه ارزشمند بوده است. بنابراین گسترش خلاقیت ها مفاهیم جدیدی نیست که در زندگی امروزی نمود یافته باشد. به عبارت دیگر ویژگی نوآوری ها و خلاقیت ها در عصر حاضر قانونمند ساختن بهره گیری و رعایت حقوق مالکان آن هاست. با افزایش

تعاملات و پیچیده تر شدن زندگی، شاید بتوان گفت که سده حاضر، قرن دانش و تفکر خواهد بود و نوآوری کلیدی است برای تولید و تبدیل دانش جوامع به کالایی اقتصادی -

اجتماعی.

ر این راستا پیدایش و شکل گیری حقوق مالکیت معنوی به عنوان ابزاری بریا حمایت از این دانش و تفکر موید اهمیت آن در زندگی بشری است. به همین لحاظ حقوق مالکیت معنوی، حوزه ای است که پیچیدگی بسیاری در خود دارد و در برگیرنده عناصری از اقتصاد، حقوق، روابط بین الملل، سیاست و اخلاقیات است.

نویسنده : حسینعلی امیری