

حمایت از صنایع دستی در نظام حقوق مالکیت فکری ایران؛ با لحاظ مقررات موافقتنامه جنبه‌های تجاری حقوق مالکیت فکری سازمان تجارت جهانی (تریپس)

حوریه قمصریان^۱، محمدعیسائی تفرشی^{۲*}

۱. دانشجوی دکتری حقوق خصوصی موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی،

تهران، ایران

۲. استاد گروه حقوق خصوصی دانشکده حقوق دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۲۶

دریافت: ۱۳۹۸/۱۲/۱۳

چکیده

مقاله حاضر به بررسی نظام حقوق مالکیت فکری ایران درخصوص صنایع دستی، با تأکید بر مقررات موافقتنامه جنبه‌های تجاری حقوق مالکیت فکری سازمان تجارت جهانی (تریپس) پرداخته است. صنایع دستی به عنوان موضوعی که می‌تواند مشمول حمایت نظام حقوق مالکیت فکری باشد تاکنون چندان مورد توجه قرار نگرفته است. از طرفی این نوع آثار هنری در سطح جهانی هم از لحاظ مالکیت فکری و هم از نظر تجاری اهمیت فزاینده‌ای پیدا کرده است. سؤال اساسی که در این مقاله مطرح و مورد بررسی قرار گرفته این است که رویکرد نظام حقوق مالکیت فکری ایران و توافقنامه تریپس نسبت به صنایع دستی چیست و چگونه می‌تواند به حمایت مؤثر از این آثار بپردازد؟

یافته‌های مقاله حاکی از آن است که صنایع دستی از مصادیق هنرهای تجسمی بوده و در نظام حقوقی ایران و توافقنامه تریپس و سایر اسناد بین‌المللی رویکرد یکسانی در خصوص آنها وجود ندارد. حقوق ایران می‌تواند در نظام‌های حق مؤلف (کپی رایت) و یا طرح صنعتی، نشانه جغرافیایی و علامت تجاری مورد حمایت قرار گیرد. در توافقنامه تریپس نحوه حمایت



به صورت کلی و بیشتر به جنبه های تجاری حقوق مالکیت فکری پرداخته شده و درخصوص حقوق ادبی هنری به کنوانسیون برن ارجاع داده است.

واژگان کلیدی: توافقنامه تریپس، صنایع دستی، طرح صنعتی، کنوانسیون برن، علامت تجاری.

۱. مقدمه

حفاظت از فرهنگ و کالاهای مبتنی بر فرهنگ، بخش قابل توجهی از تلاش های یک ملت و دولت را برای حفظ میراث فرهنگی ملی، توسعه ای پایدار و کاهش فقر تشکیل می-دهد. در کشورهای در حال گذار به توسعه، برای سیاست گذاران دولت و بخش خصوصی، به منظور پی ریزی تجاری موفق و افزایش تولید ثروت و حفظ هویت و تنوع فرهنگی، دفاع از منافع کارآفرینان صنایع دستی در برابر رقابت ناعادلانه امری مهم است (Marketing Crafts and Visual Arts, 2003, p 135). در بخش صنایع دستی چالش‌هایی وجود دارد از جمله محصولات ساخته شده به راحتی می‌تواند جایگزین آنهایی شود که در اصل با دست ساخته شده‌اند، به ویژه در زمان فن‌آوری بالا و دانش محورها که صنعت نوین امکان سفارشی، انبوه و شخصی سازی محصول را افزایش داده است. با توجه به ارتباطات فوری وامکانات امروز و سهولت و سرعت کپی کردن و تقلید، می‌توان در بازار با محصولاتی مواجه شد که باهم یکسان هستند و یا نسخه هایی ضعیف بوده و به عنوان «تقلبی» یا «جعلی» شناخته شوند. به این ترتیب چالش واقعی برای هنرمندان نه تنها تولید و سبقت در بازار محصولات جدید بلکه جلوگیری از رقابت ناعادلانه و یا اگر قادر به جلوگیری از آن نیستند؛ برخورد مؤثر در قبال سرقت ایده‌های خلاقانه ایشان است. از طرفی توسعه اقتصادی و اجتماعی هر جامعه تحت تأثیر عواملی چون مقدار تولید ناخالص ملی، میزان جمعیت، سیر مهاجرت‌ها، ظرفیت صادراتی، نیازهای ارزی و درجه تکامل فناوری آن جامعه قرار دارد و صنایع دستی هم به علت داشتن پیوندی نزدیک با هر



یک از آنها می‌تواند بر روند توسعه تأثیر انکار ناپذیری داشته باشد (رحمانی خلیلی، ۱۳۸۱، ص ۱۲۰). همانطور که ظاهر عبارت نشان می‌دهد «صنایع هنری» دارای دو عنصر «هنر» و «صنعت» هستند. در اینکه آیا اثر مورد نظر باید ساخته دست باشد یا نه اختلاف نظر وجود دارد، اما در هر دو صورت، صنایع دستی در دایره شمول آن قرار می‌گیرد (Lionel Bently and Brad Sherman, 2008, p 74 & 75). صنایع دستی از نظر مواد اولیه به ۱۵ گروه تقسیم می‌شود (رحمانی خلیلی، ۱۳۸۱، ص ۱۰۱) و در تقسیم بندی دیگری که مبنای آن تکنیک تولید است در ۲۴ دسته مختلف قرار گرفته اند (یاوری، ۱۳۸۴، ص ۱۴) که نشان دهنده تنوع و فراوانی صنایع دستی است. در حقوق انگلستان، هند و ایالات متحده از عبارت صنایع هنری استفاده شده است (Micheal Rushton, 2006). صنایع دستی کشورمان را می‌توان از جهات مختلف طبقه بندی کرد، ولی از آنجا که روش تولید فرآورده های دستی یکی از مهمترین وجوه تمایز این صنعت است، طبقه بندی به طور عمده بر مبنای روش ساخت این محصولات به عمل آمده است: ۱) بافت های داری (مانند فرش و گلیم)؛ ۲) نساجی سنتی و دستیابی؛ ۳) بافتنی؛ ۴) روکاری و رودوزی؛ ۵) چاپ های سنتی؛ ۶) سفالگری؛ ۷) شیشه گری؛ ۸) تولید فرآورده های پوست و چرم؛ ۹) قلمزنی و حکاکی روی فلز؛ ۱۰) خاتم سازی؛ ۱۱) میناکاری؛ ۱۲) معرق کاری و غیره (موسوی، ۱۳۸۶، ص ۱۴). صنایع دستی دارای ویژگی های ذیل است: ۱) انجام قسمتی از مراحل اساسی تولید توسط دست، ابزار و وسایل دستی؛ ۲) حضور مؤثر و خلاق انسان در تولید و شکل بخشیدن به محصولات؛ ۳) تأمین قسمت عمده مواد یکمیه مصرفی از منابع داخلی؛ ۴) داشتن بار فرهنگی (استفاده از طرحهای اصیل، بومی و سنتی)؛ ۵) عدم همانندی و تشابه فراورده های تولیدی با یکدیگر؛ ۶) عدم نیاز به سرمایه گذاری زیاد در مقایسه با سایر رشته های صنعتی؛ ۷) دارا بودن ارزش افزوده زیاد در مقایسه با صنایع دیگر؛ ۸) قابلیت ایجاد توسعه در مناطق مختلف (شهر، روستا و حتی در جوامع

عشایری) و ۹) قابلیت انتقال تجربیات و رموز و فنون تولیدی به صورت سینه به سینه و یاطبق روش استاد و شاگردی (یاوری، ۱۳۸۴، ص ۱۳).

حقوق مؤلف و ارزش تألیف در آثار هنری به رغم قوانین متعدد، آنچنان که باید شفاف و عاری از ابهام نبوده و حقوق معنوی هنرمند و حتی سفارش دهنده آثار هنری و راه های احقاق آن روشن نیست. به نظر می‌رسد نظام مالکیت فکری^۱ بهترین ابزار موجود برای ایجاد و حفظ انحصار بر خروجی خلاقانه البته برای حداکثر دوره مشخص از زمان و مشروط به مطابقت این آثار با شرایط قانونی لازم برای حمایت است (سلیمانی، ۱۳۸۸، ص ۲۵۳).

برای بررسی موضوع مقاله در حوزه مالکیت ادبی و هنری^۲ باید به قانون حمایت از حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸/۱۰/۱ مراجعه کرد. ماده ۱ قانون حمایت مقرر می‌کند: هنرمند، «پدیدآورنده» و به آنچه از راه دانش یا هنر و یا ابتکار وی پدید می‌آید، بدون در نظر گرفتن طریقه یا روشی که در بیان و یا ظهور و یا ایجاد آن به‌کاررفته «اثر» اطلاق می‌شود. در بندهای ۹، ۱۰ و ۱۲ ماده ۲، اثر ابتکاری مربوط به هنرهای دستی یا صنعتی و نقشه قالی و گلیم و اثر ابتکاری که بر پایه فرهنگ عامه (فولکلور)^۳ یا میراث فرهنگی و هنری ملی پدید آمده باشد و هرگونه اثر مبتکرانه دیگر که از ترکیب چند اثر از اثرهای نامبرده در این فصل پدید آمده باشد را مورد حمایت قرار گرفته. در حوزه مالکیت صنعتی^۴، باید به قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶/۱/۷ مراجعه کرد. برخی از صنایع دستی می‌تواند به‌صراحت ماده ۲۰ قانون مذکور خود مصداقی از یک طرح صنعتی^۵ باشد، چراکه هرگونه ترکیب خطوط یا رنگها و هرگونه شکل سه‌بعدی با خطوط،

۱. Intellectual Property system-IP

۲. Literary and artistic property

۳. Folklore

۴. Industrial property

۵. Industrial designe



رنگها و یا بدون آن، به گونه‌ای که ترکیب یا شکل یک فرآورده صنعتی یا محصولی از صنایع دستی را تغییر دهد، طرح صنعتی است یا می‌تواند بنابر ماده ۳۰ تحت حمایت نظام علامت تجاری^۱ (یعنی هر نشان قابل رؤیتی که بتواند کالاها یا خدمات اشخاص حقیقی یا حقوقی را از هم متمایز سازد) یا علامت جمعی^۲ (هر نشان قابل رؤیتی که بتواند مبدأ و یا هرگونه خصوصیات دیگر مانند کیفیت کالا یا خدمات اشخاص حقیقی و حقوقی را که از این نشان تحت نظارت مالک علامت ثبت شده جمعی استفاده می‌کنند متمایز سازد) قرارگیرد.

در سطح بین‌المللی مقررات صریح و کاملی در چهارچوب نظام حقوق مالکیت فکری برای حمایت از صنایع دستی وجود ندارد. با فزونی گرفتن نقش نظام تجارت چندجانبه در قاعده‌مندی رفتار تجاری کشورها دغدغه پیوستن به سازمان تجارت جهانی^۳ در کشورما نیز بالا گرفت (آشنائی با قواعد سازمان جهانی تجارت، ۱۳۸۱). یکی از سه رکن اصلی موافقت‌نامه‌های سازمان تجارت جهانی، موافقت‌نامه جنبه‌های تجاری حقوق مالکیت فکری^۴ و از جامع‌ترین موافقت‌نامه‌های حقوق مالکیت فکری در سطح بین‌المللی است و ضمن تعیین چهارچوب‌های حداقلی به برخی از کنوانسیون‌های سازمان جهانی مالکیت فکری^۵ از قبیل کنوانسیون پاریس برای حمایت از مالکیت صنعتی و کنوانسیون برن^۶ برای حمایت از آثار ادبی هنری اشاره نموده و مقررات ماهوی آنها را لازم الاجرا دانسته است. اگرچه اعضا ملزم به تطبیق خود با مواد ۱ تا ۲۱ کنوانسیون برن هستند اما مطابق ماده ۹ نسبت به ماده ۶ مکرر آن با موضوع حقوق معنوی الزامی نخواهند داشت. در توجیه آن گفته شده سازمان تجارت جهانی

۱. Trade Marks

۲. Collective mark

۳. World Trade Organization

۴. Trade Related Aspects of Intellectual Property :TRIPS .

۵. WIPO

۶. Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works. September 1886

از سازمان‌های وابسته به سازمان ملل متحد با هدف مهم تجارت آزاد بین‌المللی بوده و جنبه اقتصادی معامله‌ها در آن پررنگ‌تر است و توجه به حقوق معنوی این هدف مهم را تحت تأثیر قرار می‌دهد، در نتیجه حقوق معنوی در موافقتنامه تریپس به رسمیت شناخته نشده است (زرکلام، ۱۳۸۷، ص ۴۸۳). برن به عنوان مهمترین سند بین‌المللی در زمینه حمایت از آثار ادبی و هنری، تنها به ذکر مصادیقی از آثار ادبی و هنری اکتفا می‌کند و حمایت از برخی را اختیاری و برعهده قانونگذار ملی کشورهای متعاقد گذاشته است و نسبت به برخی از آثار نیز سکوت شده است. به نظر می‌رسد مطابق تریپس، نظام‌های طرح‌های صنعتی (ماده ۲۵)، علائم تجاری (ماده ۱۵) و علائم جغرافیایی^۱ (ماده ۲۲) درحوزه مالکیت‌های صنعتی برای حمایت از صنایع دستی نیز قابل اعمال باشد. بررسی این موافقتنامه ازین حیث دارای اهمیت است که ایران در پی الحاق به سازمان تجارت جهانی نیازمند پذیرش تریپس و مستلزم دارا بودن نظام حقوقی است که حداقل با مقررات آن تعارضی نداشته باشد.

۲. نظام‌های حقوق مالکیت فکری تریپس در حمایت از صنایع دستی

۲-۱. نظام کپی رایت^۲

درخصوص صنایع دستی، تریپس فاقد مقرره خاص است. اما چنانچه «هنرهای کاربردی»^۳ را معادل صنایع دستی یا حداقل دامنه آن را اعم از صنایع دستی بدانیم، می‌توانیم با استناد به ماده ۱۲ در بیان مدت حمایت، به شمول این دسته آثار حکم کنیم. این ماده مقرر می‌کند: «هرگاه مدت حمایت از اثری، غیر از اثر عکاسی یا اثر هنری کاربردی، بر مبنایی غیر از عمر شخص حقیقی محاسبه شود، چنین مدتی حداقل ۵۰ سال پس از پایان سال انتشار مجاز آن، یا در صورت عدم چنین انتشار (مجازی)، ۵۰ سال پس از پایان سال خلق آن خواهد بود». بنابراین حمایت از

۱. Geographical indications

۲. Copy right

۳. applied art



صنایع دستی در تریپس میتواند مشمول حمایت های نظام حقوقی کپی رایت قرارگیرد. با توجه به ماده ۹ این کنوانسیون مبنی برالزام اعضا به رعایت مواد ۱ تا ۲۱ کنوانسیون برن و پیوست آن، بررسی برن نیز ضروری است. در کنوانسیون برن مدت حمایت از آثار هنری کاربردی حداقل ۲۵ سال است.

۲-۲. نظام طرح صنعتی

یکی از روش هایی که می توان از آن برای حمایت از صنایع دستی بهره گرفت، نظام طرح صنعتی است. در ماده ۲۵ موافقت نامه تریپس، طرح های صنعتی که به طور مستقل تهیه شده و جنبه تازه یا اصیل^۱ دارند را مشمول حمایت دانسته است. طرح عبارت است از جنبه تزئینی و هنری یک کالا، که ممکن است در شکل و سطح کالا، سه بعدی و در طرح و خطوط یا رنگ، دو بعدی باشد. طرح ممکن است از طریق چاپ، نقاشی، سوزن کاری و قلاب دوزی، بافندگی، حاشیه دوزی، گچ بری، ریخته گری، برجسته کاری و حکاکی در صنایع مختلفی از جمله کالای صنعتی، اشیای دکوری، سفال گری، نساجی و صنایع دستی به کار برده شود. در قوانین کشورهای و مقررات بین المللی دو نوع طرح مورد شناسایی قرار گرفته است: یکی، طرح هایی که به ثبت می رسند و به طرح های صنعتی معروفند؛ دوم، طرح هایی که از طریق کپی رایت مورد حمایت قرار می گیرند (Bainbridge, 1999, p.453). در تعریف طرح های صنعتی تأکید قانونگذار بر تغییر ظاهر فرآورده های صنعتی یا صنایع دستی به وسیله ترکیب خطوط و رنگها و... است. بنابراین یکی از راه های حمایت از صنایع دستی بهره گیری از نظام حقوق طرح های صنعتی است. این نظام از جنبه زیبایی شناختی و تزئینی کالا حمایت می کند. اگر ظاهر یک کالای صنایع دستی به عنوان طرح سه بعدی حمایت شود، در درجه اول نباید از قبل کالای مشابهی با آن ظاهر به عنوان طرح، ثبت شده

۱. اگر با طرح های شناخته شده تفاوت چشمگیر نداشته باشند، تازه یا اصیل شناخته نمیشوند.

باشد و از آن به بعد نیز در قلمرو مورد حمایت، اثر صنایع دستی دیگری با آن ظاهر نباید ایجاد شود؛ چرا که نقض حقوق صاحب اثر قبلی محسوب خواهد شد ولی اگر طرح صنعتی به صورتی دیگر، به طور مثال به صورت ترکیب رنگی خاص بر روی اثر صنایع دستی ظاهر شود تنها همان ترکیب رنگ است که قابل کپی برداری نیست و خود اثر می‌تواند کپی برداری شود (البته اگر خود اثر به عنوان اثر هنری مورد حمایت واقع نشده باشد). در طرح صنعتی تأکید بر خود طرح صورت می‌گیرد، نه کالایی که با آن طرح تولید می‌شود. بنابراین، افراد تنها از تولید آن کالا با طرح به ثبت رسیده منع می‌شوند، ولی آنها می‌توانند همان کالا را با طرح دیگری تولید نمایند. یکی از شرایط اساسی ثبت، جدید بودن آن است بدین معنی که از قبل در کشور محل ثبت منتشر نشده یا به ثبت نرسیده باشد. حمایت نیز به کشوری که در آن به ثبت رسیده باشد، منحصر می‌گردد. ثبت بین‌المللی طرح‌های صنعتی، از طریق نظام موافقتنامه لاهه^۱ در خصوص ثبت بین‌المللی طرح‌های صنعتی که توسط سازمان جهانی مالکیت فکری اداره می‌شود، امکان‌پذیر است. مدت حمایت در قوانین و مقررات اکثر کشورها پنج سال است، که با پرداخت هزینه تمدید تا پانزده سال قابل تمدید است.

۲-۳. نظام نشانه‌های جغرافیایی

نظام حمایت از نشانه‌های جغرافیایی می‌تواند ابزار ارزشمندی برای کشورها در جهت کسب منافع اقتصادی از صنایع دستی و دانش سنتی و استفاده تجاری از آن باشد. با عنایت به اینکه صنایع دستی اغلب براساس دانش سنتی-که از نسلی به نسل دیگر منتقل شده- استوار است، استفاده از مبدأ جغرافیایی ابزار مناسبی برای حمایت از این صنایع است. مبدأ جغرافیایی بر ارتباط بین فرهنگ انسان و سرزمین و محیط وی تأکید می‌نماید. مبدأ جغرافیایی در بند ۱ ماده ۲۲ موافقتنامه تریپس به شرح ذیل تعریف شده است: ویژگی‌هایی که یک کالا را که در سرزمین یک کشور

۱. Hague Agreement Concerning the International Registration of Industrial Designs (1925)



عضو یا یک منطقه یا یک محله از یک منطقه، متمایز می‌نماید و کیفیت بهتر و شهرت بیشتر یا دیگر ویژگی‌هایی که به ضرورت از مبدأ جغرافیایی آن ناشی می‌شود و کلیه کشورهای عضو سازمان جهانی تجارت موظف هستند که از ثبت علائم تجاری که همراه کننده مبدأ جغرافیایی است، خودداری نمایند و موظف هستند مقررات و شیوه‌های حقوقی را وضع نمایند که اعضای ذی‌نفع را قادر نماید رقبایشان را از قرار دادن علائمی بر روی تولیداتشان که مردم را در مورد مبدأ جغرافیایی آن کالا به اشتباه می‌اندازد منع نمایند. قانون مبدأ جغرافیایی فرانسه مقرر می‌دارد: «اسامی جغرافیایی نمی‌تواند در محصولات مشابه یا محصول خدمات دیگری استفاده شود، تا زمانی که چنین استفاده‌ای تمایز مبدأ جغرافیایی را تضعیف نماید» (Downes, 2000. p.253). مبدأ جغرافیایی مصرف‌کنندگان را از اطلاعات قابل اتکا و محصول اصلی اطمینان می‌دهد و به نگرانی‌های تولیدکنندگان صنایع دستی، بهتر از دیگر انواع حقوق مالکیت فکری پاسخ می‌دهد؛ بویژه حق کنترل مبدأ جغرافیایی کالایی تواند به گونه‌ای استفاده شود که موجب انحصار استفاده از اطلاعات معینی نشود، اما از طرفی تعداد مردمی را که می‌توانند از علامت خاصی استفاده کنند، محدود نماید. یک نشانه جغرافیایی به صورت آزاد قابل انتقال نیست. نشان مبدأ جغرافیایی نمی‌تواند به هیچ وجه به خارج از منطقه خودش فروخته شود. هر تولید کننده که حق استفاده از نشان جغرافیایی را به دست می‌آورد، نمی‌تواند آن را برای همیشه و بدون محدودیت استفاده نماید؛ لذا اگر محصولات تولیدکننده پائین‌تر از استاندارد تعریف‌شده برای استفاده از نشان مبدأ جغرافیایی قرار گیرد، ممکن است که این حق را از دست بدهد. از قوانین بین‌المللی مرتبط در این زمینه می‌توان به موافقت‌نامه مادرید^۱ برای جلوگیری از نشانه‌های منبع

۱. Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks (1891) and the Protocol Relating to that Agreement (1989)

غیر واقعی یا گمراه‌کننده و موافقت‌نامه لیسبون^۱ برای حمایت از اسامی مبدأ و ثبت بین‌المللی آنها اشاره کرد.

۲-۴. علائم تجاری

مهمترین ویژگی علامت تجاری، متمایز کنندگی آن است و باید به گونه‌ای باشد که گمراه‌کننده نباشد و بتواند کالاها یا خدمات شخص را از کالاها یا خدمات شخص دیگر متمایز کند. علامت برای حمایت باید ثبت گردد و این امر هزینه و زمان بر است و با پرداخت هزینه تمديد می‌تواند مورد حمایت دائم قرار گیرد. صنایع دستی، از جمله آثاری است که می‌تواند تحت نظام حقوق علائم تجاری مورد حمایت قرارگیرد. با پیوستن به مقررات بین‌المللی یا قراردادهای دو یا چند جانبه میان کشورها و با توجه به اینکه اکثر کشورها این نظام حمایتی را پذیرفته‌اند، به راحتی میتوان از صنایع دستی، در سراسر دنیا حمایت به عمل آورد (سلیمانی، ۱۳۸۸، ص ۱۲). نظام علامت تجاری یکی از ابزارهای مهم حقوق مالکیت فکری است که می‌توان از آن برای حمایت از صنایع دستی بهره گرفت. یک علامت تجاری سه هدف مختلف و مجزا را تحقق می‌بخشد: ۱) شناسایی اصالت تولیدات. ۲- تضمین کیفیت محصولات. ۳) تبلیغ مؤثر تولیدات (Speltz, 2000, p 384). براساس این نظام، گروه‌ها و اتحادیه‌ها نیز می‌توانند علامت جمعی به ثبت برسانند و به حمایت از تولیدات اعضای گروه و اتحادیه‌شان بپردازند (WorldIntellectual Property Organization.2001). برای مثال، مردم قبیله سری مکزیک برای مقابله با تولیدات انبوه، علامت "Arte Seri" را به منظور حمایت از تولیداتی که به روش سنتی از چوب درختی به نام اولنیا تسوتا تولید می‌شد، به ثبت رساندند.^۲ علائم تجاری برخلاف کپی‌رایت که برای پاداش به مبتکران طراحی شده است، پاسخی برای تولید کننده است که در منطقه

۱. Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and their International Registration (1958)

۲. World Intellectual Property Organization. Publication No.920(E)2001



خاصی قرار داشته و روش های تولید وی با فرهنگ و عرف آن منطقه مرتبط است. این نظام به گونه ای طراحی شده است که پاداشی به حسن نیت و شهرتی باشد که در طول سالیان دراز و در برخی موارد، قرن ها به وسیله گروهی از تولید کنندگان فراهم شده است. در این چهارچوب، از آن می توان برای حمایت از صنایع دستی و دانش سنتی مرتبط با آن ها بهره جست.

در بخش دوم و طبق بند اول ماده ۱۵ تریپس هرگونه علامت یا ترکیبی از علائم که بتواند کالاها یا خدمات یک فعالیت را از کالاها یا خدمات فعالیت های دیگر متمایز گرداند علامت تجاری به شمار آمده و عناصر تصویری و ترکیبی از رنگها و همین طور هرگونه ترکیبی از این علائم، واجد شرایط لازم برای ثبت به عنوان علائم تجاری خواهند بود. اعضا برای ثبت می توانند بخواهند که علائم از لحاظ دیداری قابل مشاهده باشند. اعضا می توانند قابلیت ثبت را در بکارگیری علامت مشروط سازند (بند ۳). ماهیت کالاها نیز به هیچ وجه مانعی برای ثبت علامت تجاری مزبور محسوب نمی شود (بند ۴). ماده ۱۶ تریپس مقرر می دارد مالک علامت تجاری ثبت شده حق انحصاری برای ممانعت از تمام اشخاص ثالثی را خواهد داشت که بدون کسب موافقت وی، در جریان تجارت از علائم یکسان یا مشابه استفاده می کنند، مشروط بر اینکه چنین استفاده ای به سردرگمی منجر شود. اعضا می توانند استثنائات محدودی را قائل گردند، مشروط بر اینکه منافع مشروع مالک علامت تجاری و اشخاص ثالث در نظر گرفته شود (ماده ۱۷). براساس ماده ۱۸ ثبت نخستین و هر تجدید ثبت علامت حداقل برای مدت هفت سال خواهد بود و می توان آن را به طور نامحدود تجدید کرد. تریپس اعطای پروانه اجباری برای علائم تجاری رامجاز ندانسته و مالک علامت حق خواهد داشت آن را با یا بدون انتقال کسب و کاری که این علامت تجاری به آن مربوط می شود، واگذار کند (ماده ۲۱).

۳. نظام حقوق مالکیت فکری ایران در حمایت از صنایع دستی

۳-۱. حمایت از طریق نظام حق مؤلف یا کپی رایت

حمایت از صنایع دستی هنرمندان کشورمان می‌تواند از طریق نظام ادبی و هنری و بر اساس قانون حمایت حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان انجام گیرد. یکی از دلایلی که حقوق مالکیت ادبی و هنری برای حمایت از صنایع دستی مناسب است وجود حقوق مادی و معنوی آن است. حقوق مادی آن می‌تواند برای منافع مادی، به ویژه از طریق قرارداد و اعطای مجوز بهره برداری و حقوق معنوی برای انتساب اثر، درج عنوان و نام پدیدآورنده، تصمیم برافشا و نمایش عمومی اثر استفاده شود. در بعضی از کشورها هنرمندان از فروش بعدی آثار نفع می‌برند که به عنوان حق تعقیب قابل ذکر است (کلمبه، ۱۳۸۵، ص ۲۹) و به آثار هنری اصلی تعلق دارد که با اولین فروش از دایره اختیارات پدیدآورنده خارج می‌شود (ابطحی، ۱۳۹۲، ص ۲). این حق به صورت اختیاری در ماده ۱۴ سوم کنوانسیون برن گنجانده شده است. مزیت دیگر برای حمایت از این آثار در این نظام حقوقی، عدم احتیاج به ثبت اثر است. ماده ۲ قانون مذکور که آثار مورد حمایت را بیان کرده است، به صراحت در بندهای ۷، ۵ و ۱۹ به موضوع طرح‌ها پرداخته و نقشه‌قالی و گلیم را دربرمی‌گیرد که همگی جزء صنایع دستی کشورمان قرار دارند. نکته مهم عدم تفاوت میان آثار ادبی و صنایع دستی از نظر اصیل بودن است. ماده ۲ نیز به بیان آثار مورد حمایت پرداخته که چند بند از آن به گونه‌ای با حمایت از صنایع دستی در ارتباط است. اگرچه صنایع دستی به طور مستقیم بیان نشده است، اما از آنجا که نقاشی و خط‌های تزئینی در قلمرو صنایع دستی هستند، می‌توان گفت این بند اشاره به حمایت از چند اثر از صنایع دستی دارد. بند ۶ نیز حمایت را شامل هرگونه پیکره و مجسمه دانسته است. در بند ۹ نیز اثر مورد حمایت را شامل اثر ابتکاری مربوط به هنرهای دستی یا صنعتی و نقشه‌قالی و گلیم می‌داند. به موجب بند ۱۰ این ماده نیز هر گونه اثر ابتکاری که بر پایه فرهنگ عامه (فولکلور) یا میراث فرهنگی و هنر ملی پدید آید مشمول این قانون قرار می‌گیرد. آثاری که بدون هیچ گونه ابتکار و به صرف تقلید از پیشینیان است از شمول این



قانون خارج است. به طور کلی طول مدت حمایت در مالکیت ادبی و هنری برابر با طول زندگانی فرد است به علاوه مدتی که از طرف قانون گذاران اعطا می‌گردد. در ایران براساس اصلاحیه ۱۳۸۵/۵/۳۰ قانون حمایت، این مدت به ۵۰ سال پس از مرگ مؤلف افزایش یافته است. با اینهمه، این نظام حمایتی به دلیل مشکلاتی چون نبود اصالت محض، محدود بودن حق انحصاری و عدم مالکیت مشخص، به طور کامل پاسخگوی نیازها نیست. اولین مشکل در به کارگیری این قسم از مالکیت فکری در مورد صنایع دستی محدود بودن حق انحصاری است. هرچند در این باب پیشنهاد شده است که حقوق مالکیت ادبی و هنری نسبت به همه آثار فولکلوریک به نوعی حمایتی دایم اعطا کند (Farley, 1997, p.18). دومین شرط اصالت است که نشانه شخصیت و نتیجه تلاش آفریننده اثر است. این شرط در رابطه با هنرهای دستی کارایی زیادی ندارد زیرا صنعتگران در صنایع دستی به آنچه که از گذشتگان خود آموخته اند متکی هستند و کمتر پیش می‌آید که شخصیت هنرمند در اثر دخالت داشته باشد و به نوعی اصالت به کار رفته باشد. با توجه به عدم توانایی در مشخص کردن مالک، نبود اصالت محض و همچنین محدود بودن مدت حق انحصاری، استفاده از این ظرفیت قانونی برای حمایت از صنایع دستی کافی به نظر نمی‌رسد.

۲-۳. نظام طرح صنعتی

ماده ۲۰ قانون ثبت اختراعات ۱۳۸۶ که آغازگر فصل طرح‌های صنعتی است، هرگونه ترکیب خطوط یا رنگ‌ها و هرگونه شکل سه‌بعدی با خطوط، رنگ‌ها و یا بدون آن، به‌گونه‌ای که ترکیب یا شکل یک فرآورده صنعتی یا محصولی از صنایع دستی را تغییر دهد، طرح صنعتی تعریف شده است. در یک طرح صنعتی تنها دسترسی به یک نتیجه فنی بدون تغییر ظاهری مشمول حمایت از این قانون نمی‌باشد و زمانی قابل ثبت است که جدید و یا اصیل باشد. مطابق ماده ۲۱ طرح صنعتی زمانی جدید است که از طریق انتشار به طور محسوس و یا از طریق استفاده به هرنحو دیگر برای

عموم افشاء نشده باشد. در ایران موضوع حمایت از طرح‌های صنعتی برای نخستین بار در قانون مذکور مطرح گردید. این ماده با ذکر صریح «صنایع دستی»، آن را مشمول حمایت نظام طرح صنعتی می‌داند. براساس ماده ۹ (که طبق ماده ۲۳ در خصوص طرح صنعتی نیز مجری است) متقاضی می‌تواند همراه با اظهارنامه خود، طی اعلامیه‌ای حق تقدم مقرر در کنوانسیون پاریس برای حمایت از مالکیت صنعتی را درخواست نماید. نکته مهم این است که برخلاف آثار هنری، در اکثر کشورها، ثبت هرگونه طرح صنعتی اجباری بوده و در مرحله اثبات دعاوی بسیار راهگشا است.

۳-۳. نظام نشانه‌های جغرافیایی

ماده ۳ قانون حمایت از نشانه‌های مبدأ جغرافیایی مصوب ۱۳۸۴ مقرر می‌دارد نشان مبدأ جغرافیایی بدون توجه به این که ثبت شده باشد یا نه و نیز کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی و گروه‌هایی که در منطقه جغرافیایی خاصی تولید کالا می‌نمایند، مورد حمایت قرار خواهند گرفت. مطابق ماده ۷ نیز گروه‌های مصرف‌کننده یا هر مقام صلاحیتدار صالح برای درخواست ثبت نشان مبدأ جغرافیایی است. ایران همچنین به دو موافقتنامه مادرید مصوب ۱۳۸۲/۰۵/۲۸ برای جلوگیری از نصب نشانه‌های منبع غیر واقعی یا گمراه‌کننده کالا (۱۸۹۱) و موافقتنامه لیسبون مصوب ۱۳۸۳/۱۱/۲۷ برای حمایت از اسامی مبدأ و ثبت بین‌المللی آنها ملحق شده است. به نظر می‌رسد استفاده از نظام نشانه‌های مبدأ جغرافیایی برای حفظ و حمایت از کلیه محصولات تولیدی کشور، از جمله تولیدات صنایع دستی در همه سطوح، بسیار با اهمیت است. صنایع دستی هر منطقه، به واسطه کار مردمان آن منطقه با استفاده از دانش بومی و ابزار و وسایل موجود در آن خلق می‌شود و کیفیت و شهرت آن به همان منطقه بستگی دارد. این ویژگی‌ها همان مواردی است که در تعریف ماده ۱ قانون حمایت از نشانه‌های جغرافیایی آمده: «نشانه‌ای که مبدأ کالایی را به قلمرو، منطقه یا ناحیه‌ای از کشور منتسب می‌سازد، مشروط بر این که کیفیت و مرغوبیت، شهرت یا سایر خصوصیات کالا در اساس قابل انتساب به مبدأ جغرافیائی آن باشد». ارزش خاتم-



کاری اصفهان، حصیر بافی جنوب، گلیم عشایر مناطق مختلف، به انتساب آن به همان منطقه جغرافیایی است. درست است که منافع حمایت از این طریق به طور مستقیم به خالق اثر نمی رسد اما با ایجاد نوعی انحصار برای مردم آن منطقه، امکان بدست آوردن بازار بزرگتر و جلوگیری از تقلب و کپی های غیرمرغوب را فراهم می نماید. از طرف دیگر، بر اساس ماده ۳۰ قانون ثبت اختراعات « علامت جمعی یعنی هر نشان قابل رؤیتی که با عنوان علامت جمعی در اظهارنامه ثبت معرفی شود و بتواند مبدأ و یا هرگونه خصوصیات دیگر مانند کیفیت کالا یا خدمات اشخاص حقیقی و حقوقی که از این نشان تحت نظارت مالک علامت ثبت شده جمعی استفاده می کنند متمایز سازد»، به طور مثال در مورد فرش، این خصوصیات می تواند شامل مواردی از قبیل تار و پود، نوع گره، رنگهای سنتی و گیاهی و سایر مشخصات آن از جمله نقشه فرشهای منطقه خاص باشد که می تواند توسط اتحادیه های فرش و یا نهادهایی مانند مرکز ملی فرش ایران تحت عنوان علامت جمعی به ثبت برسد (حمایت حقوقی بین المللی از طرح ها و نقش ها و...، ۱۳۸۵).

۳-۴. نظام علائم تجاری

قانون ثبت علائم تجاری که یکی از قدیمی ترین بخش های مقررات نظام حقوق مالکیت فکری ایران بود، با تصویب قانون جدید ثبت اختراعات تکمیل شده است. قانون جدید بسیاری از نواقص قانون سابق را برطرف نموده و با فراهم آوردن امکان ثبت علائم جمعی زمینه های بسیار مناسبی را برای حمایت از صنایع دستی ایجاد کرده است. بند الف ماده ۳۰ قانون یادشده علامت را هر نشان قابل رؤیتی می داند که بتواند کالاها یا خدمات اشخاص حقیقی یا حقوقی را از هم متمایز سازد. براساس ماده ۳۱ حق استفاده انحصاری از یک علامت تجاری به کسی اختصاص دارد که آن را طبق مقررات این قانون به ثبت رسانده باشد. از جمله حقوق ناشی از ثبت علامت آن است که استفاده از هر علامت ثبت شده در ایران، توسط هر شخص

غیر از مالک، مشروط به موافقت مالک آن می‌باشد و مطابق بند الف و ب ماده ۴۰ قانون، او می‌تواند علیه هر شخصی که بدون موافقت وی از علامت استفاده کند و یا شخصی که مرتکب عملی شود که به طور عادت منتهی به تجاوز به حقوق ناشی از ثبت علامت گردد، در دادگاه اقامه دعوی نماید. این حقوق شامل موارد استفاده از علامتی می‌شود که شبیه علامت ثبت شده است و استفاده از آن برای کالا یا خدمات مشابه، موجب گمراهی عموم می‌گردد. از اصول نخستین حمایت‌های نظام حقوق مالکیت صنعتی، تأثیر ثبت اثر در اخذ حمایت هاست. هفت مورد از موانع ثبت علائم نیز ضمن بندهای ماده ۳۲ بیان شده است. مدت اعتبار ثبت علامت ده سال از تاریخ تسلیم اظهارنامه ثبت آن می‌باشد که با درخواست مالک برای دوره‌های متوالی ده ساله با پرداخت هزینه، قابل تمدید است. در حال حاضر، با الحاق کشورمان به موافقتنامه مادرید در خصوص ثبت بین المللی علائم تجاری، زمینه آسان ثبت بین المللی علائم فراهم شده است؛ هر شخص حقیقی یا حقوقی می‌تواند طرح هنری یا به طور مثال طرح فرش بافته خود را در صورت داشتن شرایط، به عنوان علامت تجاری ثبت نماید و در سراسر دنیا در مقابل تقلید و کپی برداری غیر مجاز از آن حمایت کند.

۴. حقوق مورد حمایت از صنایع دستی در نظام حقوق مالکیت فکری ایران

در مقام بیان انواع حقوق پدیدآورنده، قانونگذار دو حق مادی و معنوی را مدنظر قرار داده و اقسام آن را بیان کرده است. در ادامه مصادیق حقوق مادی و معنوی آثار صنایع دستی تبیین می‌شود.

۴-۱. حقوق مادی

در نظام حقوقی ایران مطابق ماده یک قانون حمایت ۱۳۴۸، پدید آورندگان، به عنوان ذینفعان حمایت شناخته می‌شوند. پدیدآورنده حقیقی همان صنعتگر و هنرمند است که با تلاش و استفاده از مواد خام و ذوق و قریحه ای که دارد محصولی را که نماد



تاریخ و فرهنگ کشورش است ارائه می دهد و می تواند شخص حقوقی هم باشد. آفریننده اثر، علاوه بر کسب افتخار، انتظار برخورداری از منافع مالی بهره برداری از اثر را دارد و پذیرفته شده است که مؤلف باید مبلغی را در برابر زحماتی که در این راه کشیده است دریافت کند. به عنوان نمونه براساس ماده ۱۳ قانون حمایت، حقوق مادی اثر سفارشی تا ۳۰ سال به سفارش دهنده تعلق دارد، مگر آنکه برای زمان محدودتری توافق صورت گرفته باشد. برطبق تبصره نیز جایزه و پاداش به پدیدآورندگان اثر تعلق خواهد گرفت. نخستین مالک حقوق مادی همان پدیدآورنده است، هرچند انعقاد هرگونه قرارداد سفارش صنایع دستی اماره انتقال حقوق مادی به میزان متعارف است، اما در خصوص اثر جمعی، شخص حقیقی یا حقوقی که اثر به ابتکار و با مدیریت او پدید آمده در صورت فقدان دلیل مخالف نخستین مالک حقوق شناخته می شود. پاداش و جایزه نقدی و سایر امتیازات کلیه آثار اعم از آنچه ناشی از سفارش و استخدام باشد نیز متعلق به پدید آورندگان می باشد.

حقوق مادی شامل این موارد است: ۱) حق تکثیر: یعنی تثبیت اثر مادی. ۲) حق عرضه: یعنی به اطلاع عموم رسانیدن آن به هر نحوی غیر از آنچه موجب حق تکثیر شود و موجب حق انحصاری به نفع پدیدآورنده است (کلمبه، ۱۳۸۵، ص ۷۳). این حقوق نیز به موجب ماده ۳ قانون حمایت که بیان می دارد: «حقوق پدیدآورنده شامل حق انحصاری نشر و پخش و عرضه و اجرای اثر و حق بهره برداری مادی و معنوی از نام و آثار او است» پیش بینی شده است. براساس ماده ۲۸ قانون اختراعات ۱۳۸۶، حقوق ناشی از ثبت طرح صنعتی، بهره برداری از آن و به معنای ساخت، فروش و وارد کردن اقلام حاوی آن است. در ماده ۴۰ نیز از حقوق ناشی از ثبت علامت تجاری به حق استفاده از آن تعبیر شده است.

از آنجا که بعضی از هنرمندان صنایع دستی ابتکاری ندارند و آثار آن ها ممکن است به نوعی صرف تقلید از پیشینیان باشد، اتفاق نظر وجود دارد که در اینگونه موارد،

حقوق مادی به مردم آن منطقه تعلق دارد. در این شکل از آثار دستی، مردم بومی جوامع سنتی سهام داران اصلی هستند و سزاوارترین افراد در بهره برداری از آن همان هنرمندان بومی و سنتی می باشند (WIPO, 1998, p. 125) و دولت به عنوان محافظ و نگهدار میراث فرهنگی نقش زیادی را در حفظ صنایع دستی ایفا می کند (خوشرو، ۱۳۸۱، ص ۳۶). اما در مواردی که پدیدآورنده یک فرد است، یعنی فرد با ابتکار و ذوق خود اثری هنری را خلق کرده است و در واقع به کار خود اصالت می بخشد، تمام این حقوق همچون مؤلف کتاب متعلق به شخص او می باشد، نظیر نقاشی که با ابتکار تابلویی را ترسیم کرده است که اصالت نیز در آن وجود دارد.

۴-۱-۱. حق تکثیر

نشر و تکثیر عبارت است از: «هر عملی که منجر به ساختن یا تهیه نمونه‌های دیگری از اثر اصلی می‌شود؛ از جمله عکاسی، گراور^۱، کلیشه، قالب ریزی و نظایر آن (آیتی، ۱۳۷۵، ص ۱۲۵). چاپ آثار هنری می‌تواند به روش‌های مختلفی از جمله چاپ فلزی، چاپ سنگی، چاپ چوب، چاپ دیجیتال و چاپ لیتو و فرایندهای هنری مبتنی بر انواع حکاکی صورت پذیرد.

با توجه به تعریف ارائه شده می‌توان گفت: مهمترین حق پدیدآورنده نسبت به اثر خلق شده، حق تکثیر یا نشر اثر است که یا خود نسبت به اعمال آن اقدام خواهند نمود، یا اجازه بهره برداری از آن را به اشخاص حقیقی یا اشخاص حقوقی واگذار خواهند کرد. بررسی قوانین مالکیت فکری انگلستان، فرانسه و آلمان در ارائه تعریف از حق تکثیر مؤید این مطلب است که تکثیر در معنای عرفی ذخیره سازی اثر به هر شکل، صرف نظر از روش و کیفیتی که برای انجام آن به کار گرفته شده، معنی شده

۱. چاپ دستی که با نام‌های چاپ هنری و گراورسازی (به فرانسوی: gravure) نیز شناخته می‌شود، شاخه‌ای از هنرهای تجسمی است که در آن اثر هنری از طریق چاپ تصویر بر روی یک سطح، عموماً کاغذ یا گاهی پارچه، چرم، پلاستیک و سطوح دیگر، توسط هنرمند خلق می‌گردد.



است. در بندهای ماده ۵ قانون حمایت به صراحت امکان استفاده از روش های مختلف برای تکثیر اثر ادبی و هنری بیان شده است: «...۳) ضبط تصویری یا صوتی اثر بر روی صفحه یا نوار یا هر وسیله دیگر... ۵) ترجمه و نشر و تکثیر و عرضه اثر از راه چاپ و نقاشی و عکاسی و گراور و کلیشه و قالب ریزی و مانند آن...»؛ بنابر این موارد اگرچه در قانون مذکور به تکثیر در اینترنت یا فضای مجازی اشاره نشده، اما با بیان «به هر وسیله دیگر» به صورت تلویحی فناوری های جدید تکثیر در قوانین فعلی ایران قابلیت حمایت خواهد داشت.

۴-۱-۲. حق عرضه عمومی

در حقوق ایران عرضه مترادف نمایش اثر به کار رفته است: «عرضه به معنای در دسترس قرار دادن یا نمایش دادن یک اثر شنیداری یا دیداری برای عموم توصیف شده است (آیتی، پیشین، ص ۱۲۸). این طور به نظر می رسد که مفهوم «عرضه» اثر از نظر قانون گذار، با نشر و پخش متفاوت است. اگر نشر مجموعه عملیات مادی و معنوی انتشار اثر و پخش، شکل فیزیکی نحوه انتشار باشد، «عرضه» حالتی برای اثر هنری است که مورد نشر یا پخش قرار نگرفته ولی به صرف اکران و عرضه شدن، حقوق و امتیازاتی را برای پدیدآورنده به ارمغان آورده است. این وضعیت مشابه رونمایی و پرده برداری است.

۴-۱-۳. حق توزیع

قانونگذار ایران در خصوص مفهوم توزیع یا انتشار آثار تجسمی سکوت اختیار کرده، اما در بند ج ماده ۱۷ لایحه قانون جامع^۱ حمایت از حقوق مالکیت ادبی و هنری در شناسایی حق توزیع به مصادیق آن اشاره شده است: «پخش عمومی اصل یا

۱. پیش نویس قانون جامع حقوق مالکیت ادبی و هنری و حقوق مرتبط حاصل تلاش کارگروه نظام حقوقی و مالکیت فکری دبیرخانه شورای عالی اطلاع رسانی در سال های ۸۷ تا ۸۹ تدوین شده است و هنوز در مراحل پیش بررسی برای تصویب در مجلس شورای اسلامی قرار دارد.

نسخه اثر از طریق فروش، عاریه عمومی، اجاره یا سایر موارد پخش عمومی مشروط بر اینکه از قبل با اجازه دارنده حق پخش نشده باشد». پس از آنکه یک اثر هنری منتشر یا تکثیر یا بازتولید و یا در نوع دیگری از آثار هنری اقتباس شود، این حق برای پدیدآورنده اثر وجود دارد که نسخه‌های اثر منتشر شده را که تاکنون وارد بازار نشده اند در سطح جامعه پخش نموده و در دسترس عموم قرار دهد.

۴-۲. حقوق معنوی

پیدایش حق معنوی به زمان پیش از تولد حقوق مالی می‌رسد و به شخصیت افراد وابسته است. این حق دارای امتیازات متعدد است که وجه مشترک آنها وابسته بودن به فرد، غیر قابل تبدیل بودن به پول، غیر قابل فروش بودن و مشمول مرور زمان قرار نگرفتن است. در قوانین ایران بر خلاف موافقتنامه تریپس برای هنرمندان حقوق معنوی پیش‌بینی شده و براساس مواد ۱۸ و ۱۹ قانون حمایت دو مصداق از مصادیق حقوق معنوی یعنی حق ولایت بر اثر و حرمت اثر پذیرفته شده است. اما هیچ یک از حق عدول و استرداد اثر در مقررات پذیرفته نشده است. در صورت الحاق ایران به تریپس بنا به اختیاری که موافقتنامه به کشورهای عضو داده است، کشور مامی‌تواند مواد مربوط به حقوق معنوی را حفظ کند. مصادیق حق معنوی شامل موارد زیر است

۴-۲-۱. حق رعایت نام و عنوان

این حق عبارت است از اینکه آفرینش‌های فکری هنرمند به شخص وی نسبت داده می‌شود. پس باید از این مواهب افتخاری برخوردار باشد و عموم بتوانند اثر را به شخصیت آفریننده ارتباط دهند (کلمبه، ۱۳۸۵، ص ۸۵). به نظر می‌رسد این حق نیز برای صنعتگران صنایع دستی وجود دارد. اگر با هنرمندی روبه رو باشیم که در آثارش اصالت به کار برده است، حتما باید نام و عنوان آن را رعایت کرد و اگر



پدیدآورنده هیچ گونه اصلاتی نداشته باشد و تحت نشانه های جغرافیایی مورد حمایت قرار بگیرد، این مورد متعلق به آن جامعه است.

۲-۲-۴. حق رعایت حرمت اثر

حق حرمت اثر یا حق احترام مشتمل بر دوقط ایجابی و سلبی است. نخست اینکه به طور انحصاری شخص پدیدآورنده حق دارد در اثر خود تغییراتی دهد، بر آن بیافزاید، بخش هایی از آن را حذف کند یا جا به جا نماید. چه پیشرفت های علمی و دستیابی به اطلاعات تازه و پویایی اندیشه درگذر زمان، امکان ایجاد دگرگونی را برای آفرینشگر اثر فراهم می سازد. ماده ۱۹ قانون حمایت در این باره چنین مقرر داشته است: «هر گونه تغییر یا تحریف در اثرهای مورد حمایت این قانون و نشر آن بدون اجازه ی پدید آورنده ممنوع است». همچنین وجه سلبی حق حرمت، متضمن حق بازدارندگی دیگران از تغییر و تحریف به وسیله ی پدید آورنده و دفاع از تمامیت اثر می باشد. این حق به طور وسیع در صنایع دستی، از آنجا که این «هنر- صنعت» به مردم خاص منطقه ای اختصاص دارد نیز پذیرفته شده است. همان گونه که از نقشه های فرش اصیل ایرانی در سایر کشورها تقلید می شود و فرش هایی با این نقشه بافته و به نام فرش ایرانی به بازار عرضه می گردد.

۳-۲-۴. حق افشاء

برخی از حقوقدانان معتقدند مهمترین حق هنرمند، حق انتشار است که مقدمه و شرط حقوق دیگر و بخصوص حق منتفع شدن و بهره برداری از اثر به شمار می رود. شناساندن افکار خود به دیگران، یکی از مسلم ترین حقوق شخصی هر انسانی است. انتشار اثر بدون رضایت مؤلف آن تجاوز به شخصیت و آزادی فردی او تلقی می شود. به همین سبب، حق شناساندن اثر به مردم یک حق شخصی، انحصاری و بی قید و شرط پدیدآورنده به حساب می آید. به موجب این حق، فقط خالق اثر می تواند انتشار یا معرفی کردن اثرش را اجازه دهد یا موافقت کند که دیگران، از اثرش به

منظور تنظیم یک اثر ترکیبی و یا جمعی استفاده نمایند (اورلئان، مترجم فرشاد، ۱۳۵۵، ص ۶۰-۶۱). نکته دارای اهمیت آن است که درست زمانی که هنرمند تصمیم به عرضه اثر خود می‌گیرد، اثر ماهیت مادی پیدا می‌کند. در حقوق فعلی ایران نمی‌توان به صراحت حق افشای اثر را به عنوان یک حق معنوی مورد توجه قرار داد. زیرا اگر چه در مواد ۳ و ۱۹ قانون حمایت از حق انتشار صحبت شده، اما این مواد ناظر به حق مادی انتشار است. تصمیم به افشای اثری که هنوز منتشر نشده، از حقوق معنوی پدیدآورنده یا ورثه او محسوب می‌شود. حق افشا در اثر جمعی، اثر مشترک، اثر ناشی از سفارش و اثر ناشی از استخدام متعلق به اشخاص حقیقی پدیدآورنده است که بعد از نهایی شدن ساخت اثر به آن‌ها تعلق می‌گیرد. در یک تعریف ساده اثری که در نتیجه هم‌فکری پدیدآورندگان متعدد پدید می‌آید، اثر مشترک محسوب خواهد شد. طبق قانون مالکیت فکری فرانسه پدیدآورندگان چنین آثاری می‌بایست اشخاص حقیقی باشند که به صورت افقی و با هم‌فکری یکدیگر اثری را پدیدآورند و با ریاست شخص حقیقی یا حقوقی اقدام به خلق اثر نکرده باشند (وادقانی، ۱۳۸۷، ص ۳۲۸). در ماده ۶ قانون حمایت در تعریف اثر مشترک آمده است: «اثری که با همکاری دو یا چند پدیدآورنده به وجود آمده باشد و کار آنان جدا و متمایز نباشد، اثر مشترک نامیده می‌شود». در مورد حقوق معنوی و اعمال آن همه شرکا دارای حق رأی هستند (امامی، ۱۳۷۶، ص ۱۴۱). به عنوان قاعده ای کلی در مورد آثار مشاع، همه پدیدآورندگان باید بیان خلاقانه خود را در اثر مذکور آورده باشند. اما لازم نیست میزان مشارکت همه پدیدآورندگان برابر باشد (Paul Goldstein, 2001, p 107).

۴-۲-۴. حق درج نام و سمت پدیدآورنده بر روی اثر

به موجب حق سرپرستی، پدیدآورنده حق دارد، درج نام و عنوانش را بر روی اثری که خلق کرده است بخواهد و مانع انتشار اثری گردد که به هر علت نام او را حذف نموده است. حق ولایت یا سلطه پدیدآورنده را نسبت به اثرش نمی‌توان نادیده گرفت حتی اگر اثرش به نام مستعار یا بدون نام منتشر شده باشد. در ماده ۳ قانون حمایت



به وضوح به حق بهره برداری مادی و معنوی از نام پدیدآورنده اشاره شده است و در ماده ۱۷ قانون مذکور آمده است: «نام و عنوان و نشانه ویژه ای که معرف اثر است، از حمایت این قانون برخوردار خواهد بود و هیچ کس نمی‌تواند آنها را برای اثر دیگری از همان نوع یا مانند آن به ترتیبی که الغاء شبهه کند، بکار برد». با توجه به مفهوم مخالف ماده ۱۳ قانون حمایت که هیچ گونه تعریفی از اثر سفارشی به عمل نیاورده ولی مقرر داشته سفارش دهنده می‌تواند شخص حقیقی، سازمان، شخص حقوقی یا یک مؤسسه باشد، حقوق معنوی چنین آثاری به پدیدآورندگان تعلق می‌گیرد. حقوق معنوی آثار ناشی از سفارش و استخدام و آثار جمعی^۱ متعلق به اشخاص حقیقی پدیدآورنده است. با وجود این، در اثر جمعی شخصی که اثر به ابتکار و با مدیریت او پدید آمده، نسبت به مجموع اثر حق معنوی جداگانه ای دارد.

۵. نتیجه گیری

موافقتنامه تریپس یکی از مهمترین اسناد بین‌المللی و از حیث مقررات اساسی مقید به کنوانسیون برن است. تریپس به حمایت کلی از آثار هنری پرداخته و به صنایع دستی اشاره نکرده است. در صورت الحاق ایران به آن، حتی در صورت نپیوستن به کنوانسیون برن، دولت ایران حق دارد تا از دیگر اعضا بخواهد که حقوق پدیدآورنده ایرانی صنایع دستی (حقوق مذکور در مواد ۱ تا ۲۱ این کنوانسیون) را رعایت کنند؛ اگر ایران عضو کنوانسیون برن نیز بشود، کشورهای دیگر عضو مکلف هستند حقوق معنوی پدیدآورنده را رعایت کنند؛ در غیر اینصورت کشورهای عضو موافقتنامه تکلیفی به اعطای این حق به پدیدآورنده ندارند. مقاله حاضر تبیین کرد که قوانین مالکیت فکری ایران ازجمله قانون حمایت ۱۳۴۸ در رابطه با صنایع دستی از حیث موضوع و پدیدآورندگان و بیان انواع حقوق با نقص‌هایی روبه رو است

۱. در قوانین مالکیت فکری ایران از اثر جمعی سخنی به میان نیامده. براساس ماده ۱ قانون حمایت، پدیدآورنده می‌تواند، شخص حقیقی یا حقوقی باشد که این نکته خود تا حدودی، مؤید اثر جمعی در وضعیت فعلی می‌باشد.

و همانند قوانین بین المللی و بسیاری از کشورها، صنایع دستی دسته بندی علمی و روشنی ندارند. بررسی نظام مالکیت فکری ایران و تریپس ما را به این نتیجه رساند که صنایع دستی می تواند از میان اقسام زیرشاخه های نظام مالکیت فکری، مشمول حمایت نظام هایی چون حق مؤلف (کپی رایت)، طرح صنعتی، نشانه های جغرافیایی و یا علائم تجاری قرار گیرد.

۶. پیشنهاد

ارائه دسته بندی منطقی کمک زیادی به رفع ابهامات در تعیین مصادیق و جلوگیری از برخورد سلیقه ای دادگاه با مصادیق آثار هنری می نماید. پیشنهاد می شود وضع قوانین مخصوص مصادیق هنرهای تجسمی از جمله صنایع دستی که با سایر مصادیق ادبی هنری متفاوت هستند، از طریق گردآوری و جمع بندی دیدگاه ها و پیشنهادهای کارشناسان حقوق و فعالان هنری و نهادهای متولی و انطباق آن با کلیات حقوق مالکیت فکری با لحاظ شرایط فرهنگی، سیاسی و اقلیمی حاکم صورت بگیرد و با ارائه به قانون گذار، به قوانین رسمی لازم الاجرا تبدیل شود. در کشور ما که صنایع دستی جایگاه ویژه ای در اقتصاد و توسعه فرهنگی دارد، ارائه تعریف و اختصاص حمایت های ویژه به آن در متون قانونی، اهمیت زیادی دارد و لازم است قانون ما نیز با توجه به نیازها و منافع به دسته بندی، ارائه تعریف و تخصیص حمایت به آثار گوناگون بپردازد.

۷. منابع

۱-۷. فارسی

۱-۱-۷. کتاب ها

۱. آشنائی با قواعد سازمان جهانی تجارت (۸۸ پرسش و پاسخ)، اثر مرکز تجارت بین المللی (وابسته به سازمان جهانی تجارت و آنکتاد)، ترجمه گروه کارشناسان



- مذاکرات تجاری در نمایندگی تام الاختیار تجاری جمهوری اسلامی ایران، شرکت چاپ و نشر بازرگانی، دی ماه ۱۳۸۱.
۲. آیتی، حمید، حقوق آفرینش های فکری، نشر حقوقدان، چاپ یکم، ۱۳۷۵.
۳. امامی، اسدالله، حقوق مالکیت معنوی، جلد یکم، نشر میزان، تهران، چاپ یکم، ۱۳۷۶.
۴. حمایت حقوقی بین المللی از طرح ها و نقش ها و سایر ویژگی های فرش دستباف ایرانی در مقابل تقلید خارجی، مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی، ۱۳۸۵.
۵. زرکلام، ستار، حقوق مالکیت ادبی و هنری، انتشارات سمت، چاپ یکم، ۱۳۸۷.
۶. کلمبه، کلود، اصول بنیادین حقوق مؤلف و حقوق مجاور در جهان، ترجمه علیرضا وادقانی، نشر میزان، چاپ یکم، ۱۳۸۵.
۷. موسوی، لیلا، نمایی بر صنایع دستی استان مرکزی، تهران، نشر زرین و سیمین، ۱۳۸۶.

۷-۱-۲. مقاله ها

۸. ابطحی، فاطمه، سید محمد مهدی قبولی درافشان و سعید محسنی، حق تعقیب پدیدآورنده اثر هنری (مطالعه تطبیقی در حقوق اتحادیه اروپا، فرانسه و انگلستان)، مجله مطالعات حقوق تطبیقی، دوره ۴، شماره ۱، بهار و تابستان ۱۳۹۲.
۹. اورلئان، یوناسکو، «حقوق مؤلف رادیو و تلویزیون»، ترجمه محسن فرشاد، موسسه حقوق تطبیقی دانشگاه تهران، شماره ۲، پاییز و زمستان ۱۳۵۵.
۱۰. وادقانی، علیرضا، «تأملی در آثار مشترک و جمعی در حقوق مالکیت فکری»، مطالعات حقوق خصوصی (حقوق)، دوره ۳۸، شماره ۲، تابستان ۱۳۸۷.
۱۱. سلیمانی، حسن، «نظام حقوق بین المللی مالکیت فکری و حمایت از صنایع دستی»، نشریه پژوهش حقوق عمومی، شماره ۲۶، بهار و تابستان ۱۳۸۸.

۷-۱-۳. پایان نامه ها

۱۲. نجما خوشرو، حمایت حقوقی از صنایع دستی با تاکید بر نشانه های مبدأ جغرافیایی، پایان نامه ارشد، دانشگاه تهران، ۱۳۸۶.
۱۳. رحمانی خلیلی، عبدالحمید، بررسی حقوق مالکیت معنوی در صنایع دستی، پایان نامه ارشد، دانشگاه تهران، ۱۳۸۱.

۴-۱-۷. قوانین

۱۴. قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶/۸/۷.
۱۵. قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان، مصوب ۱۳۴۸/۱۰/۱۱ مجلس شورای ملی.
۱۶. قانون حمایت از نشانه های جغرافیایی ۱۳۸۳/۱۱/۷.

۲-۷. انگلیسی

۱-۲-۷. کتاب‌ها

17. Bainbridge, D., *Intellectual Property*, 4th end; London: Clays Ltd, 1999
18. Farley, Christine height, *Protecting Folklore: Is Intellectual Property The Answer*, Connecticut Law Review, Vol.30, 1997.
19. Lionel Bentley and Brad Sherman, *intellectual property law*, Oxford University Press, Nov 15, 2008.
20. *Marketing Crafts and Visual Arts: The Role of Intellectual Property: A practical guide* Geneva: ITC/WIPO, 2003 .
21. Spelt, L.J., and Grayson, A.S, “*Is that you’re Final Answer? Are Insureds Entitled to Insurance Coverage for Trademark Infringement?*” Hamline Law Review 23, 2000.
22. Paul Goldstein, *International copyright Principles Laws and Practice*, Oxford university press, 2001.

23. WIPO, *Intellectual Property Needs and Expectation of Traditional Knowledge Holder*, Report, 1998.99

۲-۲-۷. مقاله

24. Downs, D.R., “How intellectual Property Could be a Tool to Protect Traditional Knowledge”, *Columbia Journal of Environmental Law* 25, 2000.

۳-۷. سایت ها

25. <http://www.wipo.int>
26. https://www.wipo.int/directory/en/details.jsp?country_code=IR
27. <https://www.wto.org>
28. <https://fa.wikipedia.org>
29. <https://www.resale-right.org>

Protecting Handicrafts in Iran's Intellectual Property Rights System; Subject To the Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights of the World Trade Organization, TRIPS

Hourieh Qamsarian¹, Mohammad Issaei Tafreshi^{2*}

1. Ph.D. Student of private law in Institute for Management and Planning Studies, Tehran, Iran

2. Professor, private law Department, Faculty of Law, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

Receive: 03/03/2020

Accept: 17/07/2021

Abstract

The present article examines the Iranian intellectual property rights system regarding handicrafts; emphasizes the provisions of the Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (WTO). Handicrafts as a subject that can be supported by the intellectual property rights system has not received much attention so far. On the other hand, this type of artwork has become increasingly important both globally and commercially. The main question raised in this study is what is the approach of the Iranian intellectual property rights system and the TRIPS agreement to handicrafts? And how can it effectively support these works?

The findings of the article indicate that handicrafts are examples of visual arts and there is no uniform approach to them in the Iranian legal system and the TRIPS Agreement and other international documents. In Iranian law, it can be protected in copyright or industrial design systems, geographical indications and trademarks. The TRIPS Agreement addresses the commercial aspects of intellectual property rights in general and in particular, and refers to the Berne Convention on literary and artistic rights.

Keywords: TRIPS Agreement, Handicrafts, Intellectual Property, Berne Convention, Industrial Design.

* Corresponding author's E-mail: tafreshi@modares.ac.ir