

# Intellectual Property

به نام خدا

کلیات حقوق مالکیت فکری

گرد آورنده  
نارین کریمی  
دانشجوی ارشد  
حقوق تجارت

WIPO

world intellectual  
property organization

استاد رهنما

دکتر حسن  
سلیمانی





## اهمیت حقوق مالکیت فکری

در ماده ۲۷ اعلامیه جهانی حقوق بشر، حق برخورداری از منافع معنوی و مادی ناشی از هرگونه محصول فعالیت علمی، ادبی یا هنری را در کنار حقوق بشری نظیر حق حیات، حق آزادی بیان و اندیشه به رسمیت می‌شناسد. همین موضوع در پی بردن به اهمیت و جایگاه مقوله حقوق مالکیت فکری کفایت می‌کند چرا که یکی از حقوق اساسی انسان محسوب شده



مالکیت فکری، به ابداعات و دستاوردهای  
ذهنی اشاره دارد. اختراعات، آثار ادبی و  
هنری، نمادها، نام و تصاویر مورد استفاده در  
تجارت و به طور خلاصه، تمامی دارایی‌های  
نامشهودی که با استفاده از قدرت فکر و  
ذهن انسان پدید آمده است را می‌توان در  
قالب دارایی‌های فکری تعریف نمود



# مصادیق مالکیت فکری

مالکیت ادبی - هنری و نیز مالکیت صنعتی

مالکیت فکری (Intellectual property) ناظر بر مواردی هم چون اختراعات، آثار هنری، علائم تجاری، اسرار تجاری، طرح‌های صنعتی و... می‌باشد

کپی‌رایت به معنای تخصصی و صحیح آن صرفاً به شاخه‌ای از حقوق مالکیت فکری اطلاق می‌شود که معادل فارسی آن «حق مولف» است و مربوط به آثار ادبی و هنری می‌شود. شاخه دیگر مالکیت فکری مالکیت صنعتی است

حقوق مالکیت فکری که در عرف با عنوان کلی «کپی‌رایت» مصطلح شده است، مجموعه حقوقی است که قانون‌گذار به طور انحصاری برای حمایت از فعالیت‌های فکری قائل شده است.





کپی رایت اصولاً  
آن بخش از  
مالکیت فکری را  
در بر می گیرد  
که مربوط به  
ارتباط جمعی  
است و به تبیین  
حقوق خالق اثر  
فکری نسبت به  
اثرش می پردازد

کپی رایت (حق مولف) فقط بیان و ابراز  
ایده‌ها و مفاهیم را مورد حمایت قرار  
می‌دهد نه خود ایده را مانند اینکه یک رمان  
دارای حق مولف است اما نویسنده نمی‌تواند  
دیگران را از به کارگیری سوژه کلی آن رمان  
منع نماید. آنچه مورد توجه کپی رایت است،  
آفرینندگی و خلاقیت است که در قالب  
حروف، نت‌ها، رنگ‌ها، اشکال و کدها ارائه  
می‌گردد



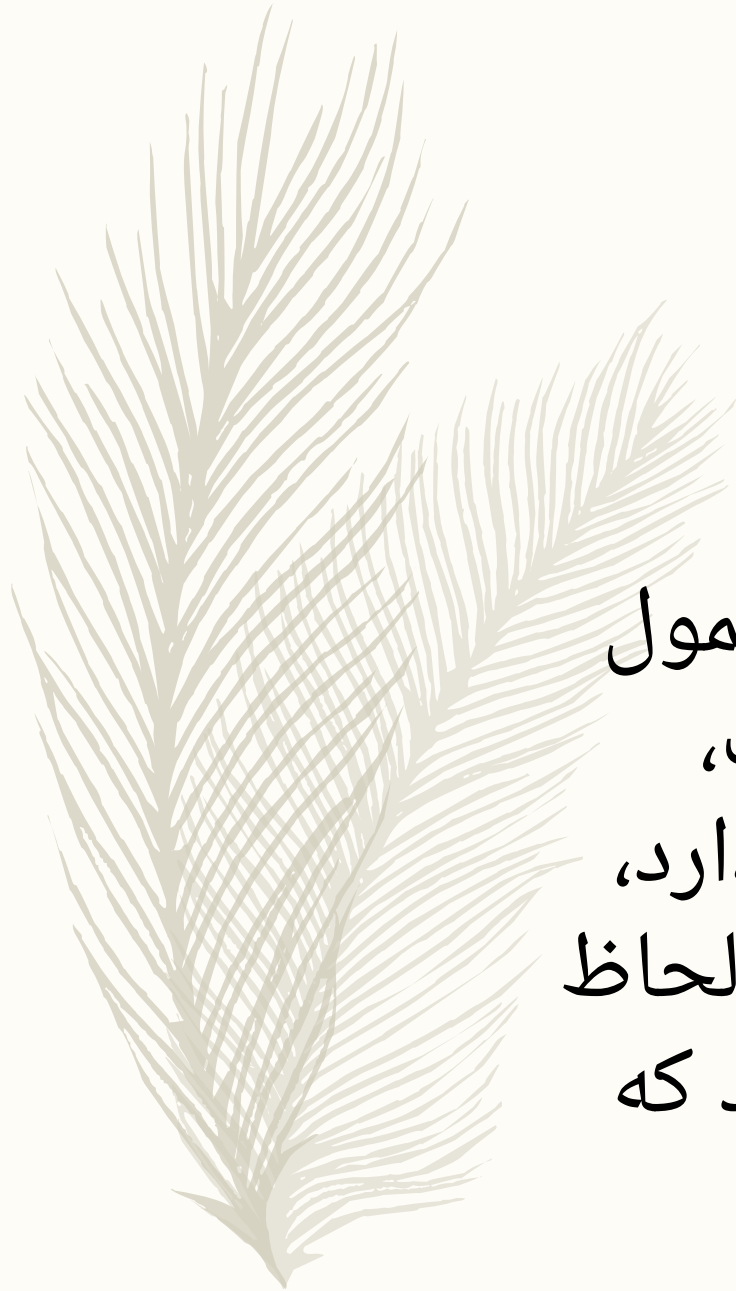


# کپی رایت شامل چه حقوقی است؟

۱- حقوق معنوی

۲- حقوق مادی

حقوق معنوی: این حقوق مستقیماً به شخصیت پدیدآورنده اثر مرتبط است. از آنجا که در آثار مشمول حق مولف، شخصیت شخص خالق، هوش، عواطف، تمایلات و اعتقادات وی در آفرینش اثر محوریت دارد، حقوقی برای خالق اثر در نظر گرفته می‌شود که با لحاظ این مسائل، حمایت‌هایی را برای او در نظر می‌گیرد که عبارتست از؛



۱-۱- حق افشای اثر (حق انتشار):

به موجب این حق، پدید آورنده تصمیم می‌گیرد که اثرش را عرضه کند و یا منتشر نکند.

۱-۲- حق حرمت نام (حق سرپرستی)

حق انتساب اثر به پدیدآورنده خواه با نام حقیقی، مستعار و حتی بی نام

۱-۳- حق احترام به (تمامیت) اثر

حق پدیدآورنده نسبت به حفظ تمامیت اثر و منع دیگران از تغییر،

سانسور، ترجمه و اجرای اثر

۱-۴- حق عدول و استرداد اثر

حق انصراف پدیدآورنده از قراردادی که برای انتقال حقوق مادی مربوط به

تکثیر و اقتباس و نمایش منعقد کرده است که می‌تواند ناشی از این باشد

که پس از عرضه اثر، اعتقادات وی تغییر یافته است و دیگر تمایل به

انتساب آن عقاید به خود نداشته باشد.

\*این حق در نظام حقوقی ایران به رسمیت شناخته نشده است.



## ۲- حقوق مادی:

این حقوق به جنبه مالی ناشی از خلق یک اثر ناشی می‌شود که هر یک به نوعی حقی انحصاری برای پدیدآورنده به وجود می‌آورد که صرفاً وی از مواهب مادی اثرش بهره‌مند گردد. بنابراین دیگران حق استفاده از اثر را بدون اجازه پدیدآورنده آن ندارند و برای بهره‌مندی از اثر ناچار خواهند بود که بهای آن را بپردازند و یا مجوز استفاده از آن را از خالق اثر دریافت کنند.



## ۲- حقوق مادی عبارتست از؛

۲-۱- حق نشر و تکثیر: حق مالک اثر در ممانعت دیگران از کپی کردن اثرش

۲-۲- حق توزیع و پخش

۲-۳- حق نمایش و اجرا و خواندن اثر

۲-۴- حق متوالی (حق فروش دوباره): این حق به

پدیدآورنده تعلق می‌گیرد که سهم معینی از منفعت حاصل از فروش دوباره اثر را دریافت کند. برای مثال ۲ الی ۵ درصد از کل قیمت فروش آثاری خاص مانند نقاشی، کتاب، مجسمه و مانند این‌ها

این حق در نظام حقوقی ایران ذکر نشده است.







محصول هوش انسانی، در مقایسه با سایر کالاها و محصولات دارای سه خصیصه ویژه‌ای است:

نتیجه مستقیم کار فکری انسان است.

در اثر مصرف از بین نمی‌رود.

به راحتی عرضه شده و قابلیت تکثیر دارد

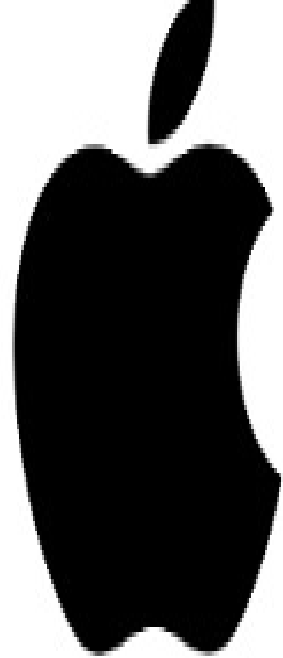




حق اختراع  
گواهی نامه ی ثبت اختراع  
(پتنت یا Patent) حقی  
انحصاری است که برای یک  
محصول یا یک فرآیند به فرد  
مخترع از طرف دولت اعطا  
می شود که این اختراع، یک  
راه حل فنی جدید را برای  
حل یک مشکل یا مسئله  
پیشنهاد می کند.



قانون ثبت علایم و اختراعات ایران در ماده 26 در مورد ثبت اختراع بیان می کند: "هر قسم اکتشاف یا اختراع جدید در شعب مختلفه صنعتی یا فلاحتی به کاشف یا مخترع آن حق انحصاری می دهد که بر طبق شرایط و در مدت مقرر در این قانون از اکتشاف یا اختراع خود استفاده نماید، مشروط بر اینکه اکتشاف یا اختراع مزبور مطابق این قانون در اداره ثبت اسناد تهران به ثبت رسیده باشد." همچنین این قانون در ماده 27 موارد زیر را به عنوان اختراع ذکر می کند: "هر کس مدعی یکی از این امور زیر باشد می تواند تقاضای ثبت نماید: 1- ابداع هر محصول صنعتی جدید 2- کشف هر وسیله جدید یا اعمال وسایل موجوده به طریق جدید برای تحصیل یک نتیجه یا محصول صنعتی یا فلاحتی."



[www.taxguru.in](http://www.taxguru.in)



علائم تجاری  
یک علامت تجاری یا خدماتی  
(Trade Mark)، نشانه ای  
متمایزکننده است که محصولات یا  
خدمات مشخصی که به وسیله ی  
یک شخص حقیقی، شرکت یا یک  
گروهی از اشخاص / شرکت ها  
تولید یا فراهم شده را قابل  
شناسایی می نماید و اجازه می  
دهد تا مشتریان، این کالاها و  
خدمات را از کالاها و خدمات دیگر  
متمایز سازند.



طرح های صنعتی  
(Industrial Design) به عنوان  
یکی از مقوله های مالکیت فکری،  
صرفاً به ماهیت زیبایی شناختی و  
تزئینی یک محصول اشاره دارد و  
صرفاً مربوط به شکل و ظاهر یک  
محصول است. علیرغم اینکه  
محصول ممکن است ویژگی های  
فنی و نوآورانه نیز داشته باشد،  
ولی اساساً طرح های صنعتی از  
ابعاد فنی و عملکردی آن متفاوت  
است.

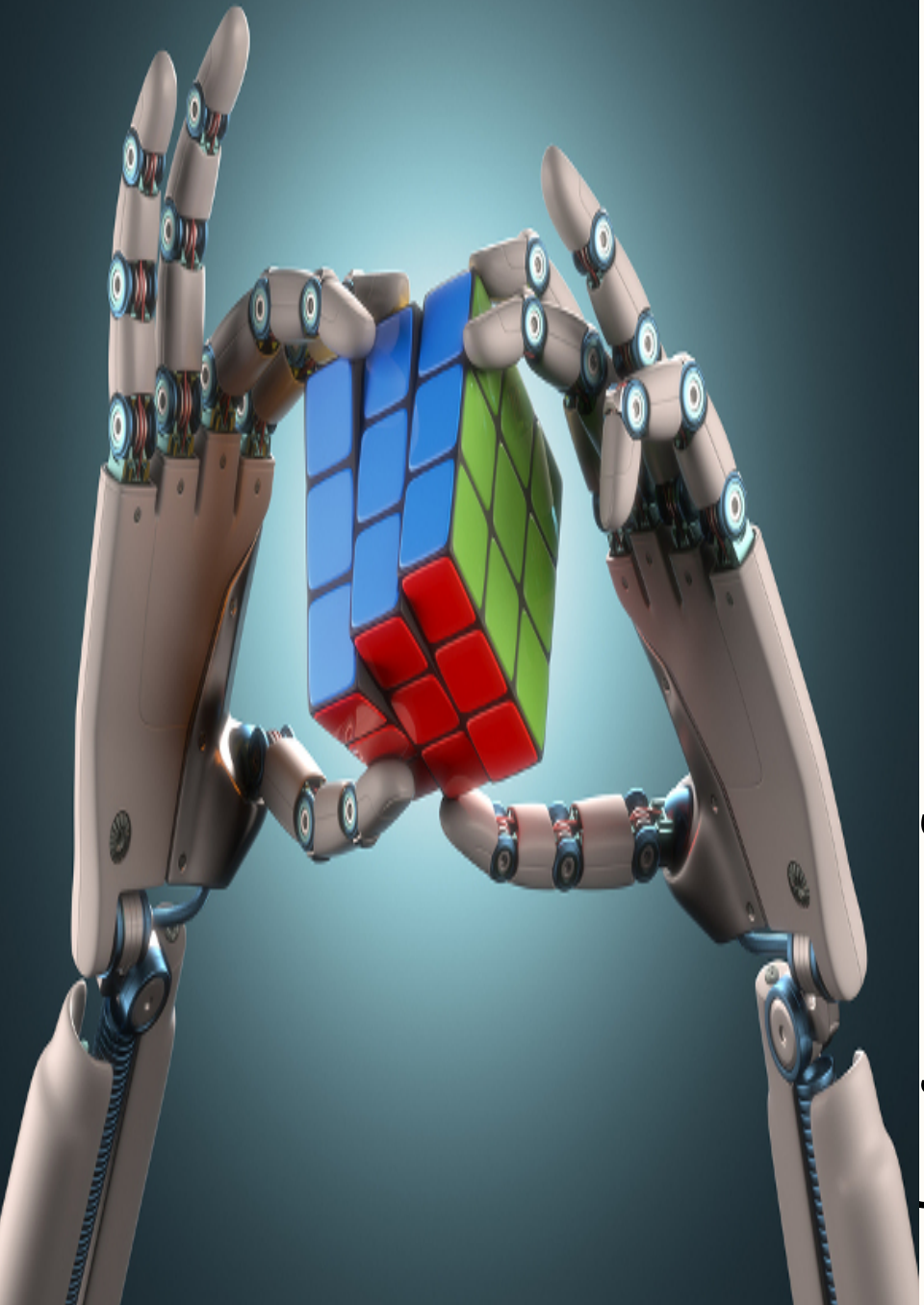


نشان مبداء جغرافیایی

علامت جغرافیایی یا نشان مبدا جغرافیایی (Geographical Indications)

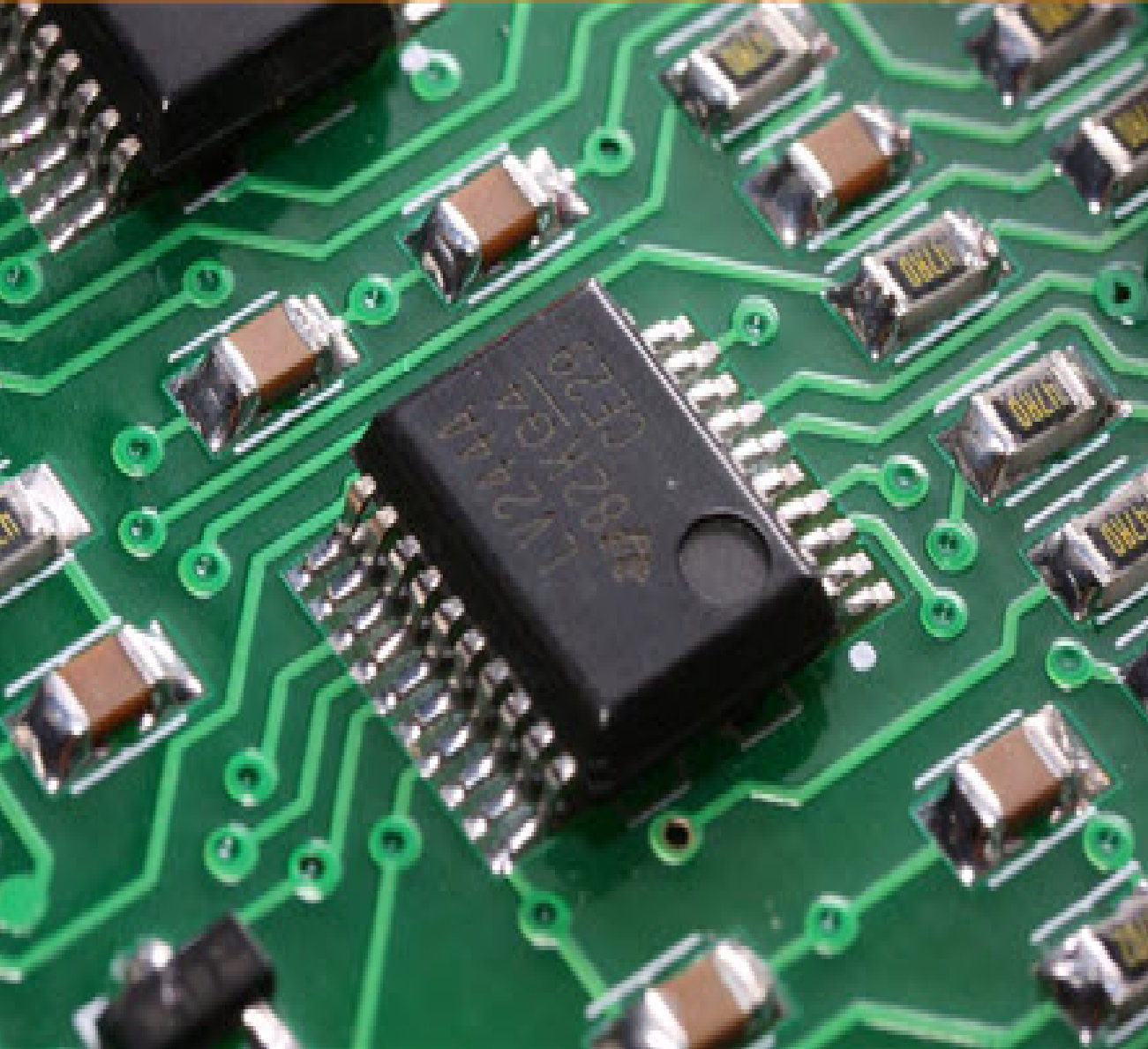
همان گونه که از نامش هویدا است، اشاره به نام مکان جغرافیایی دارد که محصول مورد نظر در آنجا به عمل آمده است. نشان مبدا یا علامت جغرافیایی تضمین کننده ی کیفیت مشخصی برای یک محصول خاص است. چرا که به خریدار اطمینان می دهد محصول خریداری شده در مبدا مشخصی با تمامی ویژگی های مورد نظر تهیه شده است. بدیهی است محصول برنجی که در شمال ایران در منطقه ی طارم به عمل می آید با محصول برنجی که در دیگر مناطق ایران تولید می شود از جهات بسیاری متفاوت است. فرش دستبافی که در ایران تولید می شود با توجه به نوع پشم و رنگ بسیار متفاوت از فرش هایی با طرح و نقشه ی مشابه است که در چین تولید می شود





مدل های مصرفی (اختراعات کوچک)  
مدل مصرفی (Utility Model)، اختراعی است که  
از جنبه گام ابتکاری از سطح پایین تری برخوردار  
است، مانند درب بازکن نوشابه خودکار. یک مدل  
مصرفی حقی انحصاری است که برای یک اختراع  
کوچک اعطا می-شود و اجازه می دهد که دارنده ی  
حق، دیگران را از استفاده ی تجاری اختراع حمایت  
شده بدون اجازه ی او برای یک دوره ی زمانی  
محدود منع کند. تعریف این حق می تواند از  
کشوری به کشور دیگر متفاوت باشد (البته در جایی  
که چنین حمایت هایی قابل دسترس است) مدل  
مصرفی شبیه یک حق اختراع است. در واقع، مدل  
های مصرفی بعضی اوقات به عنوان اختراع کوچک  
یا پتنت نوآوری (Innovation patent) نامیده می  
شوند

# Integrated Circuits



مدارهای یکپارچه  
حمایت از مدارهای یکپارچه  
(Integrated Circuits) در کنوانسیون  
پاریس مطرح نشده است، کنوانسیون  
مستقلی موسوم به کنوانسیون واشنگتن  
به حمایت از مدارهای یکپارچه، اصول و  
استانداردها می پردازد. و لیکن تاکنون در  
سطح جهانی به مرحله ی اجرا نرسیده  
است. موافقتنامه جنبه های تجاری  
مالکیت فکری (تریپس) در چهار ماده به  
حمایت از این مدارها می پردازد و حقوق  
و انحصارات موردنظر را که در  
کنوانسیون واشنگتن مطرح شده است در  
ماده 35 خود می گنجاند.



گونه های جدید گیاهی  
مالکیت فکری از این رو به حمایت از گونه  
های جدید گیاهی (New Plants Veriaty)  
پرداخته است تا تلاش و مطالعات محققان  
در این زمینه را پاسخ مناسبی دهد و در  
مقابل خطرپذیری و هزینه هایی که  
کشاورزان گونه-های جدید گیاهی متقبل می  
شوند جبران مناسبی ارائه کند. مالکیت فکری  
از طریق ایجاد انحصاری با مدت زمان  
محدود سعی می کند تا حقوق محققان بخش  
های کشاورزی را در این زمینه به رسمیت  
بشناسد. اتحادیه ی بین المللی حمایت از  
گونه های جدید گیاهی (UPOV)، حمایت از  
گونه های جدید را مورد نظارت قرار  
می-دهد.



## اسرار تجاری

در عرصه رقابت و کسب و کار هر روز مولفه های بیشتری باعث قدرت گرفتن اصحاب بازار می شوند و قدرت چانه زنی صاحبان خود را در بازار افزایش می دهند، یکی از مقوله هایی که مالکیت فکری نیز حمایت از آن را بر عهده دارد مسئله ی اسرار تجاری ( Trade Secrets) است، به زبان ساده برای مشخص کردن حیطه ی اسرار تجاری می توان گفت اسرار تجاری، فرمول، رویه، فرآیند، طرح، ابزار، الگو یا مجموعه اطلاعاتی است که در یک کسب و کار برای به دست آوردن مزیت نسبت به رقبا مورد استفاده قرار می گیرند و مالکیت فکری انحصاری دائمی را تا آن زمان برای آن در نظر می گیرد که افشا نشود، در صورت افشای اسرار اشخاص ثالث قادر خواهند بود از آن بهره برداری کنند



# بحث و نتیجه گیری:



بحث و نتیجه گیری:

امروزه دارایی‌ها بصورت دارایی‌های پولی، فیزیکی و فکری دسته بندی می‌شود. در هزاره جدید مالکیت دارایی‌های فکری در حال تبدیل شدن به یک عامل محوری برای شرکت‌های دانش بنیان قلمداد می‌شود. حقوق مالکیت فکری بر مبنای ماهیت مورد حمایت به دو دسته «مالکیت معنوی» و «مالکیت مادی» تقسیم بندی می‌شود. مالکیت معنوی، مالک خود را قادر می‌سازد تا جهت حفاظت از مالکیت خود، اقدامات خاصی را اتخاذ کند. به آن دسته از مالکیت‌ها که جنبه بهره‌برداری مالی و منفعت تجاری را شامل می‌شود «مالکیت مادی» گفته می‌شود. همچنین این حقوق مالکیت فکری بر مبنای مصادیق مورد حمایت به دو بخش عمده «مالکیت ادبی - هنری» و «مالکیت صنعتی» تقسیم می‌شود. هدف از مالکیت ادبی و هنری، حمایت و حفاظت از آثار ادبی، هنری و علمی می‌باشد. مالکیت صنعتی از اختراعات، علائم تجاری، طرح‌های صنعتی، نشان‌مبدا جغرافیایی، مدل‌های مصرفی، مدارهای یکپارچه، اسرار تجاری و گونه‌های جدید گیاهی حمایت می‌کند.

WORLD INTELLECTUAL  
PROPERTY  
ORGANIZATION  
ORGANISATION  
MONDIALE  
DE LA PROPRIETE  
INTELLECTUELLE



OMPI  
WIPO







عبادت به جز  
خدمت خلق  
نیست به  
تسبیح و  
سجاده و دلچ  
نیست





**FINISH**