

## مالکیت فکری سکوه‌های برخط در حقوق ایران و اتحادیه اروپا

✉ dr.alidoosti@ujss.ac.ir

ناصر علیدوستی شهرکی

استادیار گروه حقوق خصوصی، دانشکده حقوق قضایی، دانشگاه علوم قضایی و خدمات اداری، تهران، ایران

محمد رعیتی بنادکوکي

کارشناس ارشد حقوق تجارت، دانشکده حقوق قضایی، دانشگاه علوم قضایی و خدمات اداری، تهران، ایران

چکیده: امروزه گسترش استفاده از سکوه‌های برخط، شیوه‌های خلق، به اشتراک‌گذاری و مصرف محتوا را متحول کرده و رشد سریع این سکوها موجب بروز چالش‌هایی در زمینه حقوق مالکیت فکری آن‌ها شده است. با توجه به تعدد بازیگران مرتبط با این سکوها، مهم‌ترین چالش، مشخص کردن دارندگان حقوق مالکیت فکری چگونگی حمایت از حقوق ایشان است. هر چند در حقوق ایران، مقررات جامعی که به مالکیت فکری و مسئولیت در سکوها بپردازد ملاحظه نمی‌شود؛ اما قانون تجارت الکترونیکی سال ۱۳۸۲ به صورت محدود به این موضوع پرداخته است؛ حال آنکه در مقررات اتحادیه اروپا، از جمله قانون خدمات دیجیتال سال ۲۰۲۲ و قانون حق چاپ و حقوق مرتبط در بازار واحد دیجیتال سال ۲۰۱۹ معیارهای مشخصی برای تعیین مسئولیت نقض مالکیت فکری در سکوه‌های برخط ارائه شده است. هرچند هر دو در حوزه قضایی پیشرفت‌هایی در رفع این چالش‌ها داشته‌اند، اما همچنان اختلاف‌های قابل توجهی در چارچوب‌های قانونی آن‌ها وجود دارد. با بررسی مقایسه‌ای بین حقوق ایران و مقررات اتحادیه اروپا، پژوهش حاضر بر آن است که به ارائه معیار و چارچوب‌های قانونی مؤثر برای حمایت از حقوق مالکیت فکری و شناسایی مسئولیت در محیط‌های مرتبط با این سکوها بپردازد؛ این هدف با استفاده از روش تحقیق کتابخانه‌ای و به شیوه تحلیل نظرات حقوقی، قوانین مرتبط، آرای قضایی و آثار علمی دنبال می‌شود.

واژگان کلیدی: مالکیت فکری، سکوه‌های برخط، حقوق ایران، مقررات اتحادیه اروپا

استناد: علیدوستی شهرکی، ناصر و رعیتی بنادکوکي، محمد. (۱۴۰۴). مالکیت فکری سکوه‌های برخط در

حقوق ایران و اتحادیه اروپا. دیدگاه‌های حقوق قضایی، ۳۰ (۱۱۱)، ۱۶۱-۱۸۶.

<https://doi.org/10.22034/ilvi.2025.2047659.1309>

© نویسنندگان.

ناشر: دانشگاه علوم قضایی و خدمات اداری.



### مقدمه

در دوران هوشمند (دیجیتال) کنونی، محتوا به ارزشمندترین دارایی تبدیل شده و نحوه مصرف آن توسط مخاطبان دگرگون شده است و سکوهای برخط امکان تعامل گسترده و به اشتراک گذاری آسان اطلاعات را فراهم کرده‌اند. اما این آزادی همراه با مسئولیت‌هایی است که باید در نظر گرفته شود. یکی از مهم‌ترین چالش‌های این فضا، نقض حق مالکیت فکری است که بر خالقان محتوا، سکوها (پلتفرم‌ها) و کاربران تأثیر قابل توجهی می‌گذارد.

با استفاده روزافزون از سکوهای برخط، جنبه‌های حقوقی جدید به‌ویژه از حیث نقض مالکیت فکری نسبت به آن‌ها و مسئولیت‌های مربوطه، موضوع بحث و چالش مراجع رسیدگی و حقوق دانان شده است. منظور از نقض حق مالکیت فکری در سکوهای برخط آن است که یکی از حقوق مادی یا فکری ناشی از مالکیت‌های فکری بدون اجازه قانون یا دارنده حق، مورد استفاده قرار گیرد. به دیگر سخن از آثار متعلق به دیگران بدون اجازه آن‌ها در سکوهای برخط استفاده‌ای شود که به یکی از حقوق مادی یا فکری پدیدآورنده اثر یا منتقل‌الیه هر یک از حقوق مادی آن اثر لطمه و زیان وارد آید (زرکلام، ۱۳۸۸: ۱۸). طبق این تعریف اگر آثار علمی، هنری و موسیقی دیگری بدون اجازه وی یا منتقل‌الیه حق تکثیر، در سکوهای برخط عرضه یا نمایش در یکی از رسانه‌های همگانی مورد استفاده قرار گیرد، یا فیلمی را که یک شرکت فیلم برداری از یک مسابقه ورزشی به صورت انحصاری تهیه کرده است؛ بدون اجازه دارنده حق پخش در سکوهای برخط پخش شود، کتاب یا مقاله علمی متعلق به یک نویسنده بدون اجازه وی به نام دیگری یا به صورت تحریف شده در یکی از در سکوهای برخط منتشر یا پخش شود، نقض محقق شده است (میرحسینی، ۱۳۸۸: ۵۸).

سکوهای برخط به دلیل سهولت کپی برداری و تغییر محتوا، چالش بزرگی برای رعایت حقوق مالکیت فکری ایجاد کرده‌اند. هر فردی می‌تواند به‌سادگی هر نوع محتوایی را از این سکوها دانلود، ویرایش و مجدداً منتشر کند. در واقع، کپی برداری هوشمند (دیجیتال) به قدری آسان است که ایجاد یک نسخه یکسان از هر فایل، صرف نظر از نوع آن، امری بسیار ساده است.

متون و مطالب موجود در فضای مجازی، پس از دریافت، قابلیت تغییر و ویرایش به راحتی را دارند. از پردازشگرهای متنی برای ویرایش یکپارچه مطالب می‌توان استفاده کرد. کلمات، عبارات، جملات، پاراگراف‌ها یا حتی فصل‌ها را می‌توان اضافه کرد، تغییر داد یا حذف کرد. همچنین عکس‌های دریافت شده را می‌توان با استفاده از نرم‌افزارهای گرافیکی مانند فتوشاپ تغییر داد و رنگ‌ها و اندازه‌ها را به راحتی تغییر داد، با استفاده از ابزارهای اضافی، می‌توان ظاهر افراد یا موقعیت‌های جغرافیایی موجود در عکس را تغییر داد. همچنین افراد را می‌توان از روی عکس حذف یا اضافه کرد

تا به نظر برسد که در مکان‌هایی بوده‌اند که هرگز بازدید نکرده‌اند یا افرادی را که هرگز در آن مکان ملاقات نکرده‌اند، اینگونه جلو داد (Okunna and Omenugha, 2012: 172).

در دوره جدید رسانه‌ای، حمایت از حقوق مالکیت فکری امری بسیار حیاتی و چالش‌برانگیز است. این حمایت نه تنها نیازمند تلاش همه‌جانبه افراد و سازمان‌ها است، بلکه نیازمند تعهد آگاهانه تمام کاربران رسانه‌های جدید نسبت به حفظ حقوق مالکیت فکری می‌باشد. امروزه، کاربران فضای مجازی به‌عنوان مصرف‌کننده‌ها ظاهر می‌شوند، اما نکته مهم اینکه آن‌ها ممکن است در آینده به‌عنوان تولیدکننده و دارنده حقوق مالکیت فکری در این فضا شناخته شوند؛ بنابراین، به‌منظور حفظ این حقوق و جلوگیری از تجاوز به این حقوق، لازم است که قوانین مربوط به حمایت و جلوگیری از نقض حقوق مالکیت فکری در بستر رسانه‌های اجتماعی بهبود یابد. این فرایند نیازمند آموزش علمی شامل سمینارها، کارگاه‌های آموزشی و سایر فعالیت‌های آموزشی است که به افزایش دانش درباره حقوق مالکیت فکری، قوانین اساسی اینترنت و پیامدهای نقض آن‌ها کمک کند. این تلاش‌ها در نهایت منجر به یافتن راه‌حل‌های مناسب برای حفاظت از حقوق مالکیت فکری خواهد شد. در هر حال با هجوم رسانه‌های جدید، جامعه جهانی مجبور به پذیرش خلاقیت و نوآوری شده و در جهت رشد و توسعه اقتصادی گام برمی‌دارد (Uche, A O, & Obiora, A, phd 2017: 17).

### ۱. جهات نقض حقوق مالکیت فکری در سکوه‌های برخط

سکوه‌های برخط به دلیل سهولت دسترسی و سرعت انتشار محتوا، فضایی جذاب برای اشتراک‌گذاری اطلاعات و ایده‌ها فراهم کرده‌اند؛ اما درعین حال، این سکوها چالش‌های جدی برای حفظ حقوق مالکیت فکری ایجاد کرده‌اند. در ادامه به بررسی برخی از مهم‌ترین جهات نقض حقوق مالکیت فکری در این فضا می‌پردازیم:

#### ۱-۱. کالاهای تقلبی

متأسفانه با پیشرفت فناوری و گسترش استفاده از سکوه‌های برخط، فضای اینترنت به یک بستری مناسب برای ترویج کلاهبرداری‌ها و کالاهای تقلبی تبدیل شده است. درگذشته، افرادی که به جعل و تقلب مشتاق بودند، معمولاً از طریق وبگاه‌های مستقل یا دستگاه‌های تجارت الکترونیکی مانند آمازون به اقدام می‌پرداختند. اما به نظر می‌رسد که در حال حاضر، این افراد به‌جای این روش‌ها، به‌صورت مستقیم از طریق سکوه‌های برخط محصولات تقلبی خود را عرضه می‌کنند. این وضعیت نشان‌دهنده سهولت دسترسی به فضای برخط، تنوع کاربران و وفاداری آن‌ها به رسانه‌های اجتماعی است که خود باعث شده جعل‌کنندگان بتوانند فعالیت‌های تقلبی خود را در محیطی نسبتاً محدود با کاربران ثابت انجام دهند (Mazzucchelli, 2017: 24-39).

یک مطالعه که با عنوان «رسانه‌های اجتماعی و کلاهبرداری‌های تجملی: نگرانی روزافزون برای دولت، صنعت و مصرف‌کنندگان در سراسر جهان» انجام شد، حاکی از آن است که از بین ۷۵۰,۰۰۰ فرسته (پست) اینستاگرام که صرفاً به مارک‌های تجملی در دنیای مد اختصاص داشت، ۲۰٪ از آن‌ها مربوط به محصولات جعلی و غیرقانونی بود. این نتایج نشان می‌دهد که وضعیت فعلی فضای برخط، نه تنها برای دولت‌ها و صنعت، بلکه برای مصرف‌کنندگان در سطح جهان، نگران‌کننده است (وحدتی و دیگران، ۱۴۰۱: ۳۳۵-۳۰۳).

با توجه به این تحولات، لازم است روش‌های جدید و کارآمد برای مقابله با کلاهبرداری‌ها و تقلب‌های برخط تدوین شود. همچنین، نظارت دقیق‌تر بر فعالیت‌های اجتماعی و برخط، ضرورت دارد تا این پدیده‌ها به چالش کشیده شده و مصرف‌کنندگان در برابر آسیب‌های احتمالی ایمن شوند.

### ۲-۱. محتوای غیرمجاز

محتوای غیرمجاز به طور گسترده در سکوه‌های برخط قابل مشاهده است و می‌تواند ناشی از استفاده غیرقانونی مطالب، از جمله متن، عکس یا فیلم باشد. این اقدامات نه تنها مخالف قوانین حقوق مالکیت فکری است بلکه به شدت حقوق مادی دارنده آثار را متأثر می‌سازد. این نوع رفتارها در فضای واقعی و فیزیکی نیز مورد تقبیح قرار گرفته و در سکوه‌های برخط و به خصوص رسانه‌های اجتماعی، به عنوان نقض حقوق مالکیت فکری تلقی می‌شوند. باید توجه داشت که بستر مورد استفاده برای ارائه محتوای تولیدی توسط پدیدآورنده، در اصل حمایت از اثر تأثیری ندارد و استفاده غیرمجاز از آثار را محکوم می‌نماید. تفاوت اساسی در اینجا صرفاً به قوانین شکلی و کنترل‌های مختص به محیط‌های الکترونیک بستگی دارد.

در این زمینه مقررات اتحادیه اروپا چهار نوع محتوا را غیرقانونی می‌داند: (۱) محتوای پیرامون سوءاستفاده جنسی از کودکان؛ (۲) سخنان نژادپرستانه و نفرت‌پراکن؛ (۳) محتوای تروریستی؛ و (۴) محتوایی که حقوق مالکیت فکری را نقض می‌کند.

فراتر از این چهار نوع، در بین کشورهای عضو اتحادیه، هماهنگی درباره محتوای غیرقانونی برخط وجود ندارد؛ بنابراین، محتوای یکسان ممکن است در اعضای اتحادیه به عنوان (۱) غیرقانونی، (۲) قانونی اما مضر یا (۳) قانونی و غیر مضر در نظر گرفته شود.

درباره حقوق مالکیت فکری، برخی هماهنگی‌ها در سطح اتحادیه اروپا از طریق دستورالعمل‌های مختلف اتحادیه اروپا صورت گرفته است. مانند دستورالعمل حق چاپ جامعه

اطلاعاتی مصوب ۲۰۰۱ پارلمان و شورای اتحادیه اروپا<sup>۱</sup> که حقوق تکثیر، توزیع و ارتباط عمومی را هماهنگ می‌کند و حفاظت قانونی از دستگاه‌های ضدکپی برداری و سامانه‌های مدیریت حقوق را فراهم می‌کند.

### ۳-۱. سوءاستفاده از علائم تجاری

سوءاستفاده از علائم تجاری، یک مسئله حیاتی در حوزه تجارت و بازاریابی است که به دلیل وجود یک بستر عظیم به نام رسانه‌های اجتماعی در فضای وب، بیش از پیش به چالش کشیده شده است. این مسئله هم شامل علامت‌های تجاری ثبت شده و ثبت نشده می‌شود. استفاده از علائم تجاری توسط اشخاص ثالث در جهت سوءاستفاده تجاری از موقعیت فعلی دارنده علامت در بازار، به معنی نقض حقوق مالکیت فکری و تجاری می‌باشد (Thio, Rocky & Christiawan, Rio & Wagiman, 2024: 714).

سکوه‌های برخط با فضای رایگان برای دریافت و ارسال مطالب و حضور میلیون‌ها کاربر در طول روز، به عنوان یک بستر مناسب برای افراد و شرکت‌ها برای تبلیغ محصولات و خدمات و حتی خرید و فروش به شمار می‌آید؛ اما این فضا همچنین می‌تواند باعث نقض حقوق مالکیت فکری و تجاری شود، زیرا بدون نظارت کافی، افراد مختلف ممکن است از علائم تجاری ثبت نشده دیگران بدون مجوز استفاده کرده و از آن‌ها بهره ببرند.

### ۴-۱. نقض اسرار تجاری

مفهوم اسرار تجاری یکی از مباحث پیچیده در حوزه حقوق مالکیت فکری است که به دلیل ماهیت متنوع و متغیر آن، تعریف جامع و واحدی در سطح جهانی برای آن ارائه نشده است. به عبارت دیگر، فقدان یک تعریف جهانی پذیرفته شده، منجر به تنوع قابل توجهی در تعاریف ارائه شده توسط قوانین داخلی کشورها و آرای صادره از محاکم مختلف شده است (مرادی و وصالی محمود، ۱۳۹۷: ۷۹).

به عنوان نمونه، در ایالات متحده آمریکا، که یکی از پیشروترین کشورها در زمینه حمایت از اسرار تجاری محسوب می‌شود، قانون متحدالشکل اسرار تجاری<sup>۲</sup> در سال ۱۹۸۵ به تصویب رسید و به طور گسترده توسط ایالت‌های مختلف این کشور پذیرفته شد. بر اساس ماده ۴ بخش ۱ این قانون، اسرار تجاری به اطلاعاتی اطلاق می‌شود که شامل فرمول‌ها، الگوها، ترکیبات، برنامه‌ها، روش‌ها یا فرایندهایی است که به دلیل ناشناخته بودن برای عموم و تلاش‌های صورت گرفته برای

1. InfoSoc: Directive 2001/29 of the European Parliament and of the Council of 22 May 2001.

2. Uniform Trade Secret Act

حفظ محرمانگی آن‌ها، دارای ارزش اقتصادی بالفعل یا بالقوه هستند. این اطلاعات باید به گونه‌ای باشند که افراد دیگر نتوانند به سادگی و از طریق روش‌های عادی به آن‌ها دسترسی پیدا کنند و از آن‌ها بهره‌برداری کنند. (صادقی، ۱۳۸۸: ۴).

رویه‌های قضایی و کنوانسیون‌های بین‌المللی در تعریف دقیق و جامع اسرار تجاری نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا کرده‌اند. در ایالات متحده، قضات مختلف، در پرونده‌های متعدد، تعاریف گوناگونی از اسرار تجاری ارائه داده‌اند. برای مثال، قاضی مگاری در پرونده شرکت با مسئولیت محدود کلرادو سی. ای. ان. کلازک،<sup>۱</sup> سه عنصر اساسی را برای اثبات ادعای نقض اسرار تجاری ضروری دانسته است:

اولاً، اطلاعات باید ماهیت محرمانه داشته باشند؛ ثانیاً، شرایطی وجود داشته باشد که حاکی از تعهد به حفظ محرمانگی اطلاعات باشد؛ ثالثاً، استفاده غیرمجاز از این اطلاعات به مالک آن خسارت وارد کند. از سوی دیگر، موافقت‌نامه تریپس سازمان تجارت جهانی، با ارائه تعریفی دقیق‌تر، به توسعه مفهوم اسرار تجاری کمک شایانی کرده است. بر اساس این موافقت‌نامه، اسرار تجاری اطلاعاتی هستند که: الف) به صورت کلی یا جزئی، برای عموم مردم شناخته شده نباشند؛ ب) به دلیل محرمانه بودن، دارای ارزش تجاری باشند؛ ج) مالک اطلاعات، اقدامات معقولی برای حفظ محرمانگی آن انجام داده باشد.<sup>۲</sup>

با توجه به تعاریف ارائه شده در رویه‌ها و کنوانسیون‌های بین‌المللی، می‌توان تعریف جامعی برای اسرار تجاری ارائه کرد؛ اسرار تجاری: «مجموعه‌ای از اطلاعات فنی و تجاری محرمانه است که برای کسب‌وکارها ارزش ایجاد می‌کند و برای حفظ مزیت رقابتی، باید به صورت محرمانه نگهداری شود. این اطلاعات شامل فرمول‌ها، فرایندها، طرح‌های تجاری، فهرست مشتریان، و هرگونه اطلاعات دیگری است که اگر در اختیار رقبا قرار گیرد، می‌تواند به آن‌ها اجازه دهد تا محصولات یا خدمات مشابهی را با هزینه کمتر تولید یا به بازار عرضه کنند».

با توجه به تعریف ارائه شده برای اسرار تجاری، می‌توان با بهره‌گیری از معیارهایی نظیر ارزش اقتصادی ذاتی اطلاعات، پیچیدگی و دشواری دستیابی به آن، اقدامات امنیتی اعمال شده برای حفاظت از اطلاعات، ارزش نسبی اطلاعات برای شرکت و رقبا و همچنین هزینه، زمان و تلاش صرف‌شده برای تولید و توسعه اطلاعات، به تفکیک اسرار تجاری از سایر داده‌ها پرداخت. بر اساس

1. Colo c. A. N. Clark Ltd

۲. سازمان تجارت جهانی (۱۹۹۴) موافقت‌نامه مربوط به جنبه‌های حقوق مالکیت فکری مرتبط با تجارت (تریپس) ژنو، سوئیس: سازمان تجارت جهانی ماده ۳۹، بند ۲.

این معیارها، اطلاعاتی همچون داده‌های فنی مربوط به تحقیق و توسعه (از جمله فناوری‌های اختصاصی، نتایج تحقیقات، فرمول‌ها، فرایندها، اسناد فنی، داده‌های تجربی و تحلیلی، طرح‌ها و نمودارها)، اطلاعات تولید (مانند هزینه‌ها، فناوری‌های تولید و کنترل کیفیت)، اطلاعات فروش و بازاریابی (از جمله راهبردهای فروش، طرح‌های توسعه بازار و داده‌های مشتری)، اطلاعات مالی داخلی (شامل داده‌های مدیریتی، بودجه‌ها و هزینه‌ها) و اطلاعات سازمانی (مانند ساختار سازمانی و تصمیم‌گیران کلیدی) به عنوان نمونه‌هایی از اسرار تجاری محسوب می‌شوند.

### ۵-۱. نقض حق ثبت اختراع یا طرح

در حوزه حقوق مالکیت فکری، موضوع نقض یک طرح یا حق ثبت اختراع امری حائز اهمیت است که نیازمند بررسی دقیق و شفاف است. این مورد می‌تواند شامل یک طرح ثبت شده یا ثبت نشده و یا حق ثبت اختراع در مورد یک محصول باشد. در این راستا، مصادیق مهمی از جمله حقوق مالکیت ادبی و هنری و حقوق مجاور و علانم تجاری و نام‌های دامنه که مطابق با معاهدات بین‌المللی و قوانین داخلی کشورها بیشتر تحت تأثیر فضای مجازی قرار گرفته‌اند، حقوق مربوط به اختراعات کمی مهجور مانده است.

از این رو، لازم است که در برخورد با محصولات که به نقض یک طرح یا حق ثبت اختراع می‌پردازند، اصول و قوانین مربوط به حقوق مالکیت فکری به دقت رعایت شود. آنچه که در شبکه مورد حمایت است روش‌های تجاری است و این امر در بسیاری از کشورها مورد پذیرش نیست (میرحسینی، ۱۴۰۱: ۳۷). از سوی دیگر برقراری حمایت‌های کمتر و باز گذاشتن راه‌های امکان استفاده بیشتر در نظام‌های حقوقی کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه‌یافته مستلزم کاستن از موارد مورد حمایت است (شفیعی و دهقان چناری، ۱۳۹۸: ۲۲).

### ۶-۱. نقض حق مؤلف

مسئله حقوق مؤلف یکی از مسائل حائز اهمیت در حوزه حقوق مالکیت فکری است که به منظور حمایت از ابتکار و خلاقیت افراد در زمینه آثار فکری و هنری تدوین شده است. هر گونه فعالیت غیرمجاز اعم از کپی‌برداری، تکثیر، اجرا، انتشار و توزیع اثر مورد حمایت قوانین حقوق مؤلف، بدون اجازه صریح از صاحب اثر یا دارنده حقوق مؤلف، نقض حقوق مؤلف تلقی شده و مورد پیگیری قانونی قرار می‌گیرد.

نقض حقوق مؤلف در سکوه‌های برخط ممکن است به دو گونه صورت گیرد:

الف) نقض ابتدایی: نقض ابتدایی به معنای انجام و اجرای هر یک از حقوق انحصاری مؤلف بدون کسب اجازه از اوست. این حقوق معمولاً شامل حق تکثیر، ارائه و عرضه اثر به عموم، و اجرای

آن از طریق روش‌های مختلف مانند رادیو و تلویزیون می‌باشد. اگر فردی نسبت به یک اثر ادبی، هنری یا نرم‌افزاری که تحت حمایت قرار دارد، یکی از این اقدامات را بدون اجازه صاحب حق مؤلف انجام دهد، به نقض ابتدایی متهم می‌شود. در این موارد که نقض حقوق مؤلف به‌طور مستقیم صورت می‌گیرد، مسئولیت شخص ناقض مطلق است و نیازی به اثبات تقصیر خواننده نیست. تنها کافی است که زیان وارده و رابطه سببیت بین زیان و عمل خواننده اثبات شود. حتی خواننده نمی‌تواند با اثبات عدم تقصیر خود از مسئولیت فرار کند (ابراهیم زاده پاشا، ۱۳۷۶: ۷۶).

ب) نقض ثانوی: نقض ثانوی حقوق مؤلف به‌گونه‌ای است که به‌طور مستقیم این حقوق نقض نمی‌شود، بلکه شرایطی فراهم می‌شود که منجر به نقض می‌گردد. این شرایط شامل واردات، فروش، توزیع یا هر نوع معامله‌ای در مورد آثار نقض‌شده‌ای است که تحت حمایت حقوق مؤلف قرار دارند. ویژگی مهم و مشترک این نوع نقض، وجود عنصر علم و آگاهی است که برای تحقق مسئولیت فرد در جبران خسارت ضروری است. لازم به ذکر است که علم واقعی شرط نیست؛ بلکه وجود هر نوع قرینه و شرایطی که نشان‌دهنده علم و آگاهی متعارف شخص باشد، کافی است. به‌طوری که اگر شخصی غیر از متهم در شرایط مشابه قرار می‌گرفت، از موضوع نقض حقوق مؤلف آگاه می‌شد (صادقی و پورمحمدی، ۱۳۸۶: ۷۳).

## ۲. استثنای نقض مالکیت فکری در سکوه‌های برخط

حقوق فکری پدیدآورندگان آثاری که تحت پوشش قوانین حق نشر (کپی‌رایت) قرار دارند، با برخی محدودیت‌ها روبه‌رو است که ذیلاً به آن‌ها اشاره می‌شود:

### ۱-۲. استفاده منصفانه

در بسیاری از کشورها و اسناد بین‌المللی، از جمله حقوق ایران و اتحادیه اروپا، یکی از موارد مهم استثنا بر مالکیت فکری، نظریه استفاده منصفانه<sup>۱</sup> است. نظریه استفاده منصفانه استثنا و محدودیتی بر حقوق انحصاری صاحب مال فکری است که توسط قانون‌گذار به وی اعطا شده است. این نظریه حقوق مالکانه صاحب این اموال را تخصیص زده و به شخص ثالث حق استفاده محدود از اموال مورد حمایت را در حد متعارف و معقول می‌دهد، بدون اینکه ضرورتی برای کسب اذن مالک آن‌ها وجود داشته باشد. اصولاً دادگاه‌ها معیارهایی برای احراز منصفانه یا غیرمنصفانه بودن استفاده به کار می‌گیرند و نوع استفاده شخص را حسب امارات و قرائن تعیین می‌کنند. نظریه استفاده منصفانه گستره وسیعی داشته و قابلیت طرح در تمام شاخه‌های حقوق مالکیت فکری را دارد (بادینی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۰۱).

هدف از ایجاد چنین استثنایی را می‌توان در اصول اساسی حقوق بشر، از جمله اصل آزادی بیان، جست‌وجو کرد. استثنای مربوط به استفاده منصفانه، یکی از استثنایات کلی بر حقوق مؤلف به شمار می‌آید و برای اینکه استفاده از یک اثر به‌عنوان منصفانه شناخته شود، عوامل و مؤلفه‌های متعددی در قوانین مربوطه پیش‌بینی شده است. در نظام حقوقی ما نیز، قانون‌گذار در منابع قانونی مرتبط با حقوق مؤلف، بدون ذکر دقیق عوامل مؤثر در شناسایی یک استفاده منصفانه از اثر تحت حمایت، به طور پراکنده موارد استثنا را بیان کرده است (حکمت‌نیا، ۱۳۸۶: ۴۸).

## ۲-۲. استفاده آموزشی و علمی

به‌منظور تضمین و تسهیل در دسترسی عموم به دانش و آثار علمی و آموزشی، قوانین حق تکثیر و حقوق مؤلفان در بسیاری از کشورها از حوزه رضایت و اجازه پدیدآورنده برای استفاده‌های آموزشی و علمی مستثنی کرده‌اند.

این اقدامات قانونی، امکان انتشار و استفاده از آثار علمی و آموزشی را بدون نیاز به مجوز از صاحبان این آثار فراهم می‌کند و بدین ترتیب، به گسترش دسترسی به دانش و اطلاعات کمک می‌کند. در این راستا، مواد ۷، ۸، ۹ و ۱۰ قانون حمایت از حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ با اصلاحات بعدی<sup>۱</sup>، به استفاده‌های آموزشی و علمی اختصاص یافته است و ماده ۵ قانون ترجمه و تکثیر کتاب‌ها و نشریات و آثار صوتی مصوب ۱۳۵۲ نیز به همین منظور تدوین شده است. این تدابیر قانونی، علاوه بر تضمین حقوق صاحبان آثار، امکان انتقال دانش و اطلاعات به جامعه را فراهم می‌سازد و در پیشبرد فعالیت‌های علمی و آموزشی تأثیرگذار است. با این حال، لازم به ذکر است که هر گونه استفاده از آثار علمی و آموزشی باید با رعایت قوانین مربوطه صورت

۱. مواد ۷، ۸، ۹ و ۱۰ قانون حمایت از حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸:

ماده ۷: «نقل آثار منتشر شده به‌منظور ادبی، علمی، فنی، آموزشی و تربیتی و به‌صورت نقد و بررسی با ذکر مأخذ در حدود متعارف مجاز است.» تبصره: ذکر مأخذ در مورد جزوه‌هایی که برای تدریس در مؤسسات آموزشی توسط معلمان تهیه و تکثیر می‌شود، الزامی نیست به شرط آنکه جنبه انتفاعی نداشته باشد.

ماده ۸: «کتابخانه‌های عمومی و مؤسسات جمع‌آوری نشریات و مؤسسات علمی و آموزشی که به‌صورت غیرانتفاعی اداره می‌شوند، می‌توانند طبق آیین‌نامه‌ای که به تصویب هیئت وزیران خواهد رسید، از آثار مورد حمایت این قانون به میزان مورد نیاز و متناسب با فعالیت خود، از طریق عکس‌برداری یا روش‌های مشابه نسخه‌برداری کنند.»

ماده ۹: «وزارت اطلاعات می‌تواند آثاری را که قبل از تصویب این قانون منتشر کرده است، پس از تصویب این قانون نیز مورد استفاده قرار دهد.»

ماده ۱۰: «وزارت آموزش و پرورش می‌تواند کتاب‌های درسی را که قبل از تصویب این قانون به‌موجب قانون کتاب‌های درسی چاپ و منتشر کرده است، همچنان مورد استفاده قرار دهد.»

گیرد و هر گونه سوءاستفاده از این آثار مورد پیگیری قانونی قرار خواهد گرفت. همچنین، ماده ۵ قانون ترجمه و تکثیر کتاب‌ها و نشریات<sup>۱</sup> استثناهایی برای حقوق مؤلف در نظر گرفته که بر پایه جنبه آموزشی و علمی است. با این حال، قانون حمایت از حقوق پدیدآورندگان نرم‌افزارهای رایانه‌ای چنین استثناهایی را پیش‌بینی نکرده است. در مورد آثار الکترونیکی نیز، با توجه به ماده ۶۲ قانون تجارت الکترونیکی، استثناهای مربوط به استفاده آموزشی و علمی قابل اعمال است اما در مورد نرم‌افزارهای رایانه‌ای، به دلیل سکوت قانون حمایت از حقوق پدیدآورندگان نرم‌افزارهای رایانه‌ای، این موضوع محل تردید است. زیرا قانون تجارت الکترونیکی صرفاً احکام قوانین موجود را به آثار الکترونیکی تسری داده و احکام جدیدی برای حقوق مالکیت فکری در فضای مجازی پیش‌بینی نکرده است.

ماده ۱۰ کنوانسیون برن در خصوص استفاده آموزشی از محتوای حق تکثیر، پخش رادیویی، ضبط صوتی و تصویری، مورد بحث قرار گرفته است. این ماده به کشورها اجازه می‌دهد تا موارد مجاز استفاده آموزشی را تعیین کنند و این استفاده‌ها باید منصفانه و با توجه به هدف قابل توجیه باشند. این ماده تأکید می‌کند که استفاده‌های آموزشی باید مطابق با شرایط تاریخی وضع مقررات باشد (شاکری و اسماعیلی، ۱۳۹۶: ۳۰-۱۹).

دستورالعمل حق چاپ و حقوق مرتبط در بازار واحد دیجیتال سال ۲۰۱۹ اتحادیه اروپا<sup>۲</sup> نیز به استفاده آموزشی از محتواهای دارای کپی رایت پرداخته و اجازه می‌دهد حق تکثیر، به اطلاع عموم رسانده شود و در دسترس عموم قرار گیرد. این دستورالعمل شرایط اعمال استثنا را مشخص می‌کند و تأکید دارد که این استثنا مختص همه اهداف آموزشی نیست و باید با رعایت حقوق نویسندگان و منبع، به همراه وجود اهداف غیرتجاری صورت گیرد (حبیبی و شاکری، ۱۳۹۴: ۶۵). اما لازم به ذکر است که در صورتی که هدف اصلی صاحب حق تکثیر، ارائه اثر به بازار آموزش

۱. ماده ۵ قانون ترجمه و تکثیر کتاب‌ها و نشریات و آثار صوتی مصوب ۱۳۵۲: «تکثیر و نسخه‌برداری از کتب و نشریات آثار صوتی موضوع مواد دو و سه این قانون به منظور استفاده در کارهای مربوط به آموزش یا تحقیقات علمی مجاز خواهد بود مشروط بر اینکه جنبه انتفاعی نداشته باشد و اجازه نسخه‌برداری از آن‌ها قبلاً به تصویب وزارت فرهنگ و هنر رسیده باشد.

تبصره - نسخه‌برداری از کتب و نشریات و آثار صوتی موضوع مواد دو و سه این قانون در صورتی که برای استفاده شخصی و خصوصی باشد بلا مانع است».

2. Directive (EU)2019/790 of the European Parliament and of the Council of 17 April 2019 on copyright and related rights in the Digital Single Market and amending Directives 96/9/EC and 2001/29/EC.

باشد، وی می‌تواند توافقات قراردادی را برای بهره‌برداری مقرر کند. این نکته نشان‌دهنده ضرورت جبران خسارت منصفانه به صاحب حق است.

با این حال، اعمال استثنا باید به گونه‌ای باشد که منافع قانونی صاحب حق حفظ شود و ضرر معقول به منافع او نرسد. بنابراین، اعمال استثنا باید با مسئولیت مؤسسه آموزشی صورت گیرد و از طریق رعایت امکانات فنی یا با پرداخت‌های مالی انجام شود.

با توجه به مبانی فوق، استثنای ذکر شده تلاش دارد مؤلفه‌های کاربردی را نسبت به کنوانسیون برن ارائه کند. با این حال، لازم به ذکر است که دستورالعمل ۲۰۱۹ فقط به استفاده آموزشی محدود است و تحقیقات علمی را پوشش نمی‌دهد.

با توجه به مطالب فوق، به نظر می‌رسد که استفاده آموزشی از محتوای دارای کپی رایت نیازمند دقت و رعایت حقوق نویسنده است. همچنین، تأکید بر جبران خسارت منصفانه برای صاحب حق و اعمال استثنا مسئولیت مؤسسه آموزشی، نکات حائز اهمیت در این زمینه هستند.

### ۲-۳. استفاده شخصی و خصوصی

مطابق ماده ۱۱ قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و با توجه به مفاد دستورالعمل ۲۰۰۱ پارلمان و شورای اتحادیه اروپا در خصوص هماهنگ‌سازی برخی جنبه‌های حقوق مؤلف و حقوق مرتبط با آن در بازار داخلی، تکثیر آثار محافظت شده موضوع این قانون برای استفاده شخصی و خصوصی، از جمله خواندن، گوش دادن، نمایش و یا ذخیره‌سازی این آثار در یک دستگاه شخصی، به شرط آنکه این اعمال صرفاً برای مصارف غیرتجاری باشد، مجاز است.

علاوه بر این، تکثیر بخش‌های ناچیز از آثار برای اهداف آموزشی یا پژوهشی، از جمله نقل قول، نقد و بررسی، پارودی و کاریکاتور، نیز مجاز خواهد بود مشروط بر اینکه منبع اصلی ذکر شود و این عمل به حقوق مشروع مؤلف لطمه‌ای وارد نکند.

به‌علاوه، مفاهیم استفاده شخصی و خصوصی، استفاده آموزشی و پژوهشی و بخش‌های ناچیز باید با توجه به عرف رایج، ماهیت اثر، و هدف از تکثیر تفسیر شوند. در هر حال، این استثناها نباید به گونه‌ای باشد که حقوق مشروع مؤلفان را به طور نامتعارف محدود کند.

### ۲-۴. راهکارهای جلوگیری از نقض مالکیت فکری در سکوه‌های برخط

نقض مالکیت فکری در دنیای هوشمند (دیجیتال) به یکی از چالش‌های بزرگ تبدیل شده است. با گسترش سکوه‌های برخط، امکان دسترسی و استفاده از محتوا به سادگی هرچه تمام‌تر فراهم شده است. از طرفی، همین سهولت دسترسی، زمینه را برای سوءاستفاده از آثار دیگران و نقض حقوق

مالکیت فکری فراهم آورده است. برای مقابله با این معضل، هم کاربران و هم سکوها باید اقدامات لازم را انجام دهند:

### ۳. ایجاد راهبرد اجرایی برای مالکیت فکری<sup>۱</sup>

یک راهبرد اجرایی مؤثر برخط، باید با توجه به محیط قانونی، تجاری و تکنولوژیکی فعلی تدوین شده و بر اساس اهداف، مقاصد و منابع مالک برند، شخصی سازی شود. توجه دقیق به روش‌های مختلف نقض برخط به طور کلی و همچنین نحوه تأثیر آن بر یک برند خاص، به مالک برند اجازه می‌دهد تا از مسائل فرعی عبور کرده و بر روی راه‌حل‌های هدفمند برای مشکلات واقعی تمرکز کند. هر مالک برند و کسب و کاری که دارای مالکیت فکری برای محافظت است، باید یک راهبرد اجرایی مالکیت فکری چند بعدی را ایجاد کند که شامل طیف وسیعی از روش‌های پیشگیری، تشخیص و پاسخ‌گویی باشد و آن را به طور جدی در سراسر سازمان و اینترنت اجرا کند (Erica D. Klein and Anna K. Robinson, 2020: 112).

یک نقطه شروع خوب، استفاده از چارچوب‌های ثبت نام دولتی و شبه دولتی موجود است. به این ترتیب، مالک برند به دنیا اعلام می‌کند که برای محافظت از حقوق مالکیت فکری خود جدی است. مالکان برند باید مراقب باشند که به درستی ثبت نام کرده و برای محافظت از دارایی‌های مالکیت فکری که ممکن است توسط اشخاص یا نهادهای دیگر مورد تقلب، نقض یا سوءاستفاده قرار گیرد، اقدام کنند، از جمله: علائم تجاری و خدماتی، ظاهر تجاری، حق چاپ، از جمله لوگو و بسته‌بندی محصول، نام دامنه، نام کاربری شبکه‌های اجتماعی.

در یک دنیای ایده‌آل، مالکان برند هر کلمه، شعار، نام شخصیت و سایر شناسه‌های منبع مرتبط با برند خود را به عنوان علامت تجاری، حق چاپ، نام دامنه، آدرس ایمیل یا نام کاربری شبکه اجتماعی ثبت می‌کنند. با این حال، در واقعیت، محدودیت منابع این کار را غیرممکن می‌کند. در تعیین اینکه کدام دارایی‌ها را ثبت نام کنند و کدام ثبت نام‌ها را دنبال کنند، مالک برند باید ریسک‌هایی که با آن مواجه است را در نظر گرفته و این ریسک‌ها را با هزینه‌ها و سایر منابع مورد نیاز برای ثبت نام و نگهداری چنین ثبت نام‌هایی متعادل کند. هدایت منابع به سمت علائم تجاری و حق چاپ که برای برند اصلی هستند و همچنین مواردی که حتی اگر از نظر اقتصادی مرکزی نباشند، موضوع تبلیغات گسترده هستند، یک نقطه شروع خوب است. این دارایی‌ها بیشتر احتمال دارد توسط اشخاص ثالث کپی، تقلید و به طور گسترده منتشر یا مورد بحث قرار گیرند، که توجه بیشتری را که سزاوار آن هستند در یک استراتژی اجرایی برخط افزایش می‌دهد. از این دیدگاه، یک دارایی «کلیدی»

ممکن است نه تنها یک محصول پرفروش، بلکه یک عبارت، شعار یا حتی یک هشتگ مرتبط با یک برند باشد. دادگاهها احتمال ایجاد سردرگمی را بر اساس استفاده غیرمجاز از یک علامت تجاری در یک هشتگ و همچنین بر اساس استفاده از نام یک رقیب در یک هشتگ در رسانه‌های اجتماعی که می‌تواند مشتریان را فریب دهد و ادعای تبلیغات نادرست ایجاد کند، تشخیص داده‌اند. کنترل این داریی‌ها احتمال انجام این کار توسط شخص ثالث را کاهش می‌دهد و به مالک برند قدرت بیشتری برای جلوگیری از سردرگمی می‌دهد. (Erica D. Klein and Anna K. Robinson, 2020: 112)

### ۳-۱. استفاده از فناوری برای نظارت

استفاده از فناوری می‌تواند توانایی شما را در تشخیص نقض IP به میزان قابل توجهی افزایش دهد. ابزارهایی که استفاده از محتوای شما را در سراسر وب ردیابی می‌کنند، می‌توانند به شما در مورد بازتولید یا فروش غیرمجاز هشدار دهند. این رویکرد پیشگیرانه اجازه می‌دهد تا پاسخ‌های سریع‌تری به تخلفات احتمالی داده شود و آسیب به برند شما به حداقل برسد (Jimenez, 2023).

### ۳-۲. آموزش و نظارت

نظارت، سنگ بنای حفاظت از برند در رسانه‌های اجتماعی است. افراد باید با هوشیاری مستمر، استفاده از حقوق مالکیت فکری خود را در سکوهای مختلف رصد کنند. این کار را می‌توان با استفاده از ابزارها و خدمات گوش دادن اجتماعی انجام داد که به دنبال سوءاستفاده از لوگوها، شعارها، نام تجاری یا هر عنصر بصری متمایز مرتبط با ظاهر تجاری برند می‌گردند. در صورت تشخیص استفاده غیرمجاز، باید اقدامات سریعی برای اجرای حقوق افراد صورت گیرد؛ این اقدامات ممکن است شامل ارسال اخطار حذف، ثبت شکایت در سکوهای رسانه‌های اجتماعی یا حتی پیگیری قانونی در صورت لزوم باشد.

خود کارکنان یک کسب و کار نقش مهمی در حفاظت از برند ایفا می‌کنند، آن‌ها باید در مورد اهمیت حقوق مالکیت فکری آموزش دیده و در مورد نحوه جلوگیری از نقض هنگام ایجاد یا اشتراک‌گذاری محتوا در فضای برخط آموزش ببینند. درک تفاوت بین استفاده منصفانه و نقض حق، به کارکنان کمک می‌کند تا با مسئولیت‌پذیری بیشتری در رسانه‌های اجتماعی فعالیت کنند و به نفع کارفرمای خود عمل کنند (Erica D. Klein and Anna K. Robinson, 2020).

با اتخاذ رویکرد همکاری، برندها می‌توانند برای حفاظت از مالکیت فکری خود با سکوهای رسانه‌های اجتماعی نیز همکاری کنند. بسیاری از سکوها دارای سیاست‌ها و مکانیسم‌های گزارش‌دهی هستند که برای رسیدگی به سوءاستفاده از مالکیت فکری و حمایت از دارندگان حقوق طراحی شده‌اند. با ایجاد یک رابطه مستقیم با این سکوها، می‌توان روند حل مسائل نقض را تسریع کرد.

### ۳-۳. حمایت‌های قانونی

در نهایت، درک چارچوب‌های قانونی که از مالکیت فکری در سکوه‌های برخط محافظت می‌کند ضروری است. اگر اقدامات قبلی کارساز نبود یا در مورد ادعای نقض مالکیت فکری قابل اجرا نبود، ممکن است زمان آن رسیده باشد که علیه متجاوز اقدام قانونی انجام دهید. نمی‌توان از این راهکار استفاده کرد مگر اینکه اثر مورد نظر، قبلاً ثبت و محافظت شده باشد؛ ثبت اثر، شرط اصلی برای پیگیری قانونی است. هرگونه خسارتی که پیش از ثبت ایجاد شده باشد، خارج از شمول مطالبه قرار خواهد گرفت (Yanisky-Ravid, Sholmit, 2020: 20).

### ۳-۴. تعهدات سکوه‌های برخط در نظارت بر نقض مالکیت فکری

با ایجاد یک حساب کاربری در سکوه‌های برخط مانند اینستاگرام یا توییتر، کاربران موظف به پذیرش شرایط و ضوابط خود سایت می‌باشند. اغلب این شرایط به صورت متنی بلند و پیچیده ارائه می‌شود، اما بسیاری از کاربران بدون مطالعه آن، به طور کورکورانه با آن موافقت می‌کنند. مفاد موافقت‌نامه شروط خدمات در بخش مجوز بهره‌برداری از اثر فکری تصریح می‌دارد که مجوز بهره‌برداری به معنای اعطای مجوز انتقال بدون حق امتیاز و رایگان است و به کاربر تولیدکننده اثر فکری هزینه‌ای پرداخت نخواهد شد. (شیرینی زنجانی و دیگران، ۱۳۹۷: ۱۵۵). کاربران در بدو ورود به شبکه با قراردادهای الحاقی برخطی موسوم به موافقت‌نامه شروط خدمات<sup>۱</sup> مواجه می‌شوند (Hilleshiem, 2013: 2) که ضمن تعریف این موافقت‌نامه، باید از تحمیل شرایط قرارداد به کاربر نیز نام برده شود. به عبارت دیگر، با ایجاد حساب کاربری، کاربران موظف به پذیرش تمامی شرایط و ضوابط مربوط به استفاده از سرویس‌ها و خدمات سایت می‌باشند و این پذیرش به عنوان یک قرارداد حقوقی بین کاربر و سایت در نظر گرفته می‌شود.

### ۳-۵. مجوز بهره‌برداری سکوه‌های برخط و حقوق کاربران

با وجود استقلال ظاهری که برای کاربران در محیط شبکه‌های اجتماعی وجود دارد، اما باید توجه داشت که تأمین‌کنندگان خدمات این شبکه‌ها موافقت‌نامه‌های یک‌طرفه و ازپیش تنظیم شده را به صورت یک‌جانبه برای کاربران تدوین می‌کنند. این موافقت‌نامه‌ها حاوی شروط و قوانینی است که حقوق و مسئولیت‌های کاربران را در استفاده از خدمات شبکه اجتماعی مشخص می‌کند. تدوین این گونه موافقت‌نامه‌ها اغلب با نابرابری همراه است، زیرا به صورت یک‌طرفه می‌باشد و می‌تواند منجر به تحمیل شرایط به کاربران شود. همچنین، با دریافت حق غیرانحصاری در خصوص استفاده از حقوق مادی پدیدآورنده، از حقوق کاربران کاسته می‌شود. به عبارت دیگر، این

موافقت‌نامه‌ها قدرت چانه‌زنی را از کاربران سلب نموده و شروط مبهمی را برای آنان ایجاد می‌کند. (شیرینی زنجانی و دیگران، ۱۳۹۷: ۱۴۰).

در تحلیل موضوع انتقال حقوق مالکیت فکری در قراردادهای استفاده از سکوها، باید به چند نکته کلیدی توجه کرد. اولین مورد، طولانی و پیچیده بودن شرایط و ضوابط است که اغلب کاربران از مطالعه دقیق آن‌ها خودداری می‌کنند. اصطلاحات حقوقی پیچیده و جملات طولانی، درک کامل مفاد قرارداد را برای کاربران عادی دشوار می‌کند. این موضوع می‌تواند منجر به عدم آگاهی کاربران از حقوق و تعهدات خود شود.

مورد دوم، موافقت ضمنی با شرایط است. با کلیک بر روی دکمه قبول یا موافقم، کاربران به طور ضمنی با تمام مفاد قرارداد موافقت می‌کنند، حتی اگر از محتوای آن آگاهی کامل نداشته باشند. این مسئله، قدرت چانه‌زنی کاربران را به شدت کاهش می‌دهد و ممکن است منجر به نقض حقوق آن‌ها شود. مورد بعدی، انتقال حقوق مالکیت فکری است. یکی از مهم‌ترین مفاد این قراردادها، انتقال حقوق مالکیت فکری محتوای تولیدشده توسط کاربران به سکو (پلتفرم) است. این بدان معناست که سکو (پلتفرم) می‌تواند از این محتوا برای اهداف تجاری خود استفاده کند و حتی آن را بدون محدودیت به دیگران واگذار کند. این امر ممکن است منجر به سوءاستفاده از محتوا توسط سکوها شود و حقوق خالقان را تضعیف کند (Hillman, 2006: 837-856).

عدم توازن قدرت نیز یک نکته حائز اهمیت است. بین کاربران و سکوهاى بزرگ، عدم توازن قدرت وجود دارد. کاربران اغلب گزینه دیگری جز پذیرش شرایط پیشنهادی سکو (پلتفرم) ندارند و این مسئله منجر به نقض حقوق کاربران و عدم حفظ حریم خصوصی آن‌ها می‌شود. پس از بررسی نکات کلیدی در تحلیل این موضوع، باید به پیامدهای حقوقی آن نیز توجه کرد. نقض حریم خصوصی، سوءاستفاده از محتوا و عدم امنیت داده‌ها از جمله پیامدهای حقوقی این مسئله هستند که نشان‌دهنده جدی بودن این مسئله است. به منظور حفظ حقوق کاربران و تضمین حفاظت از داده‌های آن‌ها، لازم است تغییرات جدی در شرایط و ضوابط قراردادهای استفاده از سکوها صورت گیرد.

#### ۴. رویکرد حقوق ایران

##### ۴-۱. مقررات قانونی

قانون تجارت الکترونیک مصرف‌کننده را بر اساس نوع فعالیت و اهداف آن‌ها تعریف می‌کند. به طور کلی، تأمین‌کننده شخصی است که در فعالیت‌های تجاری، صنفی یا حرفه‌ای عمل می‌کند. از سوی دیگر، مصرف‌کننده با اهداف غیرتجاری و غیرحرفه‌ای اقدام می‌کند.

قانون تجارت الکترونیک ایران به وضوح مصرف‌کننده را تعریف نموده و از اینکه آیا مصرف‌کننده باید وجهی بپردازد یا خیر سخن به میان نمی‌آورد. بلکه هدف مصرف‌کننده در شکل‌گیری و انعقاد قراردادها نقش اساسی داشته و با ایجاب و قبول بین تأمین‌کننده و مصرف‌کننده با استفاده از وسایل ارتباط از راه دور قراردادی منعقد می‌گردد که می‌توان آن را به نوعی قرارداد تجارت الکترونیک از نوع تاجر با مصرف‌کننده قلمداد کرد.

به عنوان مثال، در بسیاری از سایت‌های شبکه اجتماعی نیازی به پرداخت پول نیست و تولید آثار و به اشتراک‌گذاری آن به نوعی پرداخت پول در ازای دریافت خدمات محسوب می‌شود. بنابراین، موافقت‌نامه میان کاربر و تأمین‌کننده خدمات از نوع قرارداد تجارت الکترونیک تاجر با مصرف‌کننده و به صورت الحاقی است (شیرینی زنجانی و دیگران، ۱۳۹۷: ۲۱).

#### ۲-۴. رویه قضایی

در خصوص مسئولیت سکوه‌های برخط در موارد نقض حقوق مالکیت فکری رویه قضایی در حقوق ایران به تدریج در حال شکل‌گیری می‌باشد و آرائی در زمینه مسئولیت سکوها در نقض حق فکری صادر شده است. یکی از این موارد شکایت سازمان صدا و سیما از سکوی پخش آپارات به دلیل انتشار محتوای صدا و سیما و نقض مالکیت فکری این سازمان توسط سکواست.

در این پرونده دیوان عالی کشور درباره صدور حکم محکومیت دادخواه به پرداخت یک صد میلیون ریال جزای نقدی از باب اتهام نقض حقوق مؤلف توسط دادگاه تجدیدنظر استدلال کرده است که اولاً استناد دادگاه تجدیدنظر به قانون حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان و مواد مورد اشاره از این قانون (بند ۲ ماده ۲ و مواد ۵، ۱۹ و ۲۵) اساساً منطبق با افعال ارتكابی دادگاه نمی‌باشد؛ زیرا الف) ماده ۲۵ قانون استنادی تخلف از مقررات مواد ۷، ۱۸ و ۱۹ قانون مذکور را مستوجب کیفر دانسته است و استناد دادگاه به ماده ۱۹ با فعل ارتكابی منطبق نیست؛ زیرا در ماده ۱۹ آمده است: «هر گونه تغییر یا تحریف در اثرهای مورد حمایت این قانون و نشر آن بدون اجازه پدیدآورنده ممنوع است».

در شکایت سازمان به تغییر و تحریف و نشر آن اشاره نشده؛ بلکه صرفاً به نشر محتوا بدون اجازه اشاره گردیده است که در ماده قانونی مزبور آنچه مستفاد می‌شود تغییر و تحریف و نشر بدون اجازه صاحب اثر است. به عبارت دیگر اگر اثری بخواهد تغییر و تحریف شود و بدون اجازه منتشر گردد مشمول مقررات ماده ۱۹ خواهد بود و الا تغییر و تحریف یک اثر بدون نشر آن عنصر ضروری ندارد و آثار حقوقی بر آن مترتب نیست. نهایتاً لازمه تحقق فعل مادی ماده ۱۹ اجتماع دو فعل است: (۱) تغییر و تحریف (۲) نشر آن. با اجتماع این دو فعل و فقدان اذن رکن مادی جرم محقق می‌شود. (ب)

در خصوص استناد دادگاه محترم بدوی به ماده ۷۵۱ قانون مجازات اسلامی نیز جای ایراد دارد؛ زیرا اولاً شرکت دادخواه فعالیتش میزبان محور است و از محیط میزبان و کاربران با رعایت قوانین و بگانه نسبت به بارگذاری محتوا اقدام می‌نمایند و مسئولیت آن نیز مطابق مقررات جاری استنادی بر عهده کاربر می‌باشد. ثانیاً مسئولیت مالک (میزبان) در صورت ترک افعالی است که در مقررات ماده ۷۵۱ قانون موصوف بیان شده است درحالی که سازمان شاکی صرفاً به بیان ادعا مبنی بر اینکه بدون اذن صداوسیما برنامه‌ها و محتوا متعلق به سازمان شاکی بارگذاری شده است بدون آنکه مصادیق آن را ارائه نماید طرح شکایت کرده است از طرفی دلیل از ناحیه سازمان شاکی ابراز نشده که دستوری از کارگروه تعیین مصادیق و یا مقام قضایی بابت پخش برنامه‌های سازمان به شرکت دادخواه ابلاغ شده و مشا‌زالیه در اجرای دستور کارگروه تعلل و کوتاهی کرده است. ثالثاً محتوای شکایت اولیه و بعدی شاکی بر این امر استوار بوده که اساساً فعالیت این سایت غیرقانونی است؛ اما در ادامه با تغییر مسیر شکایت با ادعا که محتوا برنامه صداوسیما بدون اذن بارگذاری شده است. هیئت منصفه به اتفاق آرا مدیر سایت را از هرگونه تخلفی مبرا دانسته‌اند.

طبق این حکم در مواردی سکوه فعالیتش میزبان محور است و از محیط میزبان، کاربران با رعایت قوانین سکوه نسبت به بارگذاری محتوا اقدام می‌نمایند و مسئولیت آن مطابق مقررات جاری بر عهده کاربر می‌باشد. همچنین میزبان در صورتی مسئولیت دارد که در اجرای دستورات کارگروه تعیین مصادیق مجرمانه یا مقام قضایی تعلل و کوتاهی کرده باشد.

## ۵. رویکرد اتحادیه اروپا

### ۱-۱. مقررات سکوه‌های برخط

اتحادیه اروپا مقررات جامعی برای تنظیم شرایط خدمات سکوه‌های برخط وضع کرده است که عمدتاً از طریق قانون خدمات هوشمند (دیجیتال)<sup>۱</sup> و قانون بازارهای هوشمند (دیجیتال)<sup>۲</sup> اعمال می‌شود. هدف این قوانین ایجاد یک محیط هوشمند (دیجیتال) امن‌تر و عادلانه‌تر برای کاربران و ارائه‌دهندگان خدمات است. برای مثال، DSA الزام می‌کند که سکوه‌های برخط شرایط و ضوابط واضح و شفافانه ارائه دهند تا کاربران به خوبی از حقوق و تعهدات خود هنگام استفاده از این خدمات آگاه باشند<sup>۳</sup>.

1. Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market for Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act) (DSA)

2. Digital Markets Act (DMA) are Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council of 14 September 2022

3. Questions and answers on the Digital Services Act (2024, February 23)

مفاد کلیدی قانون خدمات هوشمند (دیجیتال): DSA الزامات مهمی را برای سکوه‌های برخط معرفی می‌کند:

(۱) شفافیت: سکوها باید شرایط خدمات خود را به وضوح بیان کنند، از جمله نحوه برخورد با داده‌های کاربر و فرآیندهای تعدیل محتوا.

(۲) حقوق کاربران: به کاربران حق داده می‌شود تا تصمیمات سکوها در مورد حذف محتوا یا تعلیق حساب را به چالش بکشند و یک فرآیند عادلانه را تضمین کنند.

(۳) اعلام تغییرات: سکوها موظف هستند هرگونه تغییر در شرایط خدمات خود را به کاربران اطلاع دهند تا رضایت آگاهانه حاصل شود.<sup>۱</sup>

DMA با تمرکز بر اطمینان از رقابت منصفانه بین ارائه‌دهندگان خدمات هوشمند (دیجیتال)، مکمل DSA است. این قانون به طور خاص سکوه‌های بزرگ برخط معروف به «دروازه‌بانان» را هدف قرار می‌دهد و برای جلوگیری از اقدامات ضد رقابتی، تعهداتی را تحمیل می‌کند. این شامل ممنوعیت شرایط ناعادلانه است که می‌تواند به رقبا یا مصرف‌کنندگان کوچک‌تر آسیب برساند.<sup>۲</sup>

برای درک حقوق خود وفق این مقررات، کمیسیون اروپا پایگاهی راه‌اندازی کرده است که شرایط و ضوابط خدمات هوشمند (دیجیتال) مختلف را پیگیری می‌کند. این منبع به کاربران امکان می‌دهد شرایط را در سکوها مقایسه کنند و از حقوق خود ذیل قوانین اتحادیه اروپا آگاه باشند.

رویکرد اتحادیه اروپا برای تنظیم شرایط خدمات سکوه‌های برخط با هدف افزایش حفاظت از کاربر و ارتقای رقابت منصفانه طراحی شده است. با تضمین شفافیت و حقوق کاربران، این مقررات هدف دارند تا یک محیط هوشمند (دیجیتال) قابل اعتمادتر ایجاد کنند. توصیه می‌شود کاربران با این شرایط آشنا شوند و از منابع موجود برای درک بهتر حقوق خود استفاده کنند.

در خصوص شرایط و آثار حقوقی خاتمه مجوزهای بهره‌برداری از اثر فکری در شبکه‌های اجتماعی، باید توجه داشت که شرایط ویژه‌ای برای خاتمه قرارداد مجوز بهره‌برداری از اثر فکری کاربر در این شبکه‌ها وجود دارد. خاتمه قرارداد مجوز بهره‌برداری از اثر فکری کاربر در شبکه اجتماعی می‌تواند به دو طریق رخ دهد. اولاً، تأمین‌کننده شبکه می‌تواند در صورت نقض حق صاحب اثر فکری توسط کاربر، حساب کاربری ناقص را غیرفعال کرده و در نتیجه مجوز بهره‌برداری خاتمه یابد. ثانیاً، کاربر هر زمان و بنا به هر دلیل می‌تواند با حذف اثر فکری ارسالی یا حذف کامل

1. European Commissioning. Online platforms terms and conditions database web page

2. The Digital Markets Act: ensuring fair and open Commission

حساب کاربری خود، به این معجز خاتمه دهد، مگر آنکه اثر فکری را با سایر کاربران به اشتراک گذاشته باشد. این نکته حائز اهمیت است که تأمین‌کننده شبکه اجتماعی توانایی حذف را برای هر کاربر فراهم کند تا کاربر بتواند بر اثر فکری خود کنترل داشته باشد. اما اگر این اثر با دیگران به اشتراک گذاشته شود، تأمین‌کننده خدمات به صورت دائمی حق بهره‌برداری از اثر فکری را خواهد داشت. باید توجه داشت که اگر کاربری محتوای ارسالی یا حساب کاربری خود را حذف کند و کاربر دیگری که با وی محتوا به اشتراک گذاشته شده، آن را حذف نکنند، عملاً نمی‌تواند به معجز بهره‌برداری غیرانحصاری از اثر فکری خاتمه دهد. (Babovic, Mihajlo, 2015: 172)

در پرونده‌های مشترک C-148/21 و C-184/21، از دیوان عدالت اتحادیه اروپا پرسیده شد که آیا سکوی برخ‌طی که در آن شخص ثالثی کالاهایی با علامتی یکسان با علامت تجاری ثبت شده اتحادیه اروپا برای کالاهای یکسان ارائه می‌دهد، طبق مقررات علامت تجاری اتحادیه اروپا در سال ۲۰۱۷/۲/۱۰۰۱ اجازه دارد از چنین علائم تجاری استفاده کند یا خیر.

ماده ۹(۲) مقررات علامت تجاری اتحادیه اروپا به دارندگان علامت تجاری اجازه می‌دهد تا از استفاده اشخاص ثالث از علامت تجاری ثبت‌شده برای تجاری‌سازی یا تبلیغ کالاهای یکسان یا مشابه جلوگیری کنند. اشخاص ثالثی که کالاهای نقض‌کننده را در بازارهای برخ‌ط می‌فروشند یا تبلیغ می‌کنند، آشکارا از علامت تجاری ثبت‌شده استفاده می‌کنند و می‌توانند به دلیل نقض علامت تجاری مسئول شناخته شوند. با این حال، کمتر واضح است که آیا بازارهای برخ‌ط نیز از علامت تجاری ثبت‌شده استفاده می‌کنند و می‌توانند به دلیل نقض علامت تجاری مسئول شناخته شوند.

در سال ۲۰۲۰، دیوان عدالت اتحادیه اروپا حکم داد که اپراتورهای بازار برخ‌ط در شرایطی که صرفاً شرایط فنی لازم برای استفاده از علامت تجاری ثبت‌شده را ایجاد می‌کنند (از جمله با اجازه دادن به فروشندگان شخص ثالث برای تبلیغ کالاها در بازار خود یا ارائه خدمات انبارداری) به عنوان استفاده‌کننده از علامت تجاری ثبت‌شده تلقی نمی‌شوند (دیوان عدالت اتحادیه اروپا، ۲ آوریل ۲۰۲۰، C-567/18). با این حال، هم در آن پرونده و هم در پرونده پرسروصدای لورنال علیه ای‌پی (دیوان عدالت اتحادیه اروپا ۱۲ ژوئیه ۲۰۱۱، C-324/09)، دادگاه‌ها تأکید کردند که مسئولیت می‌تواند زمانی ایجاد شود که اپراتور بازار برخ‌ط نقش فعال‌تری در تبلیغ، عرضه برای فروش و یا عرضه کالاهای خرده‌فروش شخص ثالث متخلف داشته باشد (Glorieux D, 2023: 11).

در این پرونده، به طور قابل توجهی ادعا شد که اپراتور آگهی‌های فروشندگان شخص ثالث را با آگهی‌های خود گروه‌بندی کرده و کالاهای فروشندگان شخص ثالث را با بسته‌بندی‌های دارای برچسب اپراتور حمل کرده است.

دیوان عدالت اتحادیه اروپا در تصمیم ۲۲ دسامبر ۲۰۲۲ خود حکم داد که اپراتور یک بازار برخط ممکن است ذیل ماده ۹(۲) مقررات علامت تجاری اتحادیه اروپا استفاده‌کننده از یک علامت تجاری ثبت شده باشد و اگر یک کاربر آگاه و معقول از آن وب سایت ارتباطی بین خدمات اپراتور و علامت استفاده شده توسط فروشنده شخص ثالث برقرار کند، مسئول شناخته شود. دیوان عدالت اتحادیه اروپا مشخص کرد که این امر به ویژه در مواردی صدق می‌کند که کاربر این تصور را داشته باشد که خود اپراتور بازار کالاها را به نام خود و به حساب خود بازاریابی می‌کند. دیوان عدالت اتحادیه اروپا عوامل زیر را برای ایجاد چنین ارتباطی مرتبط دانست:

- استفاده از یک روش یکسان برای ارائه پیشنهادات نمایش داده شده در وب سایت اپراتور بازار با گروه بندی همه آگهی‌ها، صرف نظر از اینکه کالاها توسط خود اپراتور به نام خود یا توسط فروشندگان شخص ثالث فروخته می‌شوند؛
- قرار دادن لوگوی خود اپراتور بازار به عنوان یک توزیع کننده مشهور در همه آگهی‌ها، صرف نظر از اینکه کالاها توسط خود اپراتور به نام خود یا توسط فروشندگان شخص ثالث فروخته می‌شوند؛ و
- ارائه خدمات اضافی توسط اپراتور بازار به فروشندگان شخص ثالث، مانند ذخیره سازی و حمل و نقل کالا (Glorieux, 2023: 11).

دیوان عدالت اتحادیه اروپا در نهایت تصمیم‌گیری در مورد مسئولیت اپراتور را به دادگاه‌های ارجاع‌کننده واگذار کرد. با این حال، چنین تصمیمی راهنمایی‌هایی در مورد شرایطی که بازارهای برخط ممکن است به دلیل نقض علامت تجاری مسئول شناخته شوند، ارائه می‌دهد. این تصمیم با روند اخیر در اروپا مبنی بر وضع تعهدات سختگیرانه‌تر بر سکوها برای نظارت بر محتوای شخص ثالث نمایش داده شده در محیط خود، از جمله از طریق تصویب اخیر قانون خدمات هوشمند (دیجیتال) مطابقت دارد.

## ۵-۲. حذف محتوای ناقص مالکیت فکری در سکوها برخط

بسیاری از سکوها برخط، شرایط و ضوابطی را برای کاربران خود تعیین کرده‌اند که از نقض حقوق مالکیت فکری جلوگیری می‌کند. به عنوان مثال، سکوهایی مانند توئیتر، فیس‌بوک، یوتیوب و اینستاگرام فرم‌های خاصی دارند که به صاحبان حقوق اجازه می‌دهند تا در صورت بروز نقض، شکایات خود را از طریق «درخواست توقیف» یا «کپی رایت کلیم» به سکو (پلتفرم) مربوطه ارسال کنند. اینستاگرام با استفاده از الگوریتم‌های هوش مصنوعی عدم رعایت قانون کپی رایت را تشخیص می‌دهد و در صورت نقض، محتوا را حذف می‌کند. همچنین، یوتیوب به عنوان یکی از مهم‌ترین

شبکه‌های اجتماعی در زمینه ویدیو، ابزار ویرایش ویدیو را بهبود بخشیده است تا سازندگان اصلی بتوانند محتوای فیک را حذف کنند. علاوه بر این، یوتیوب اجازه می‌دهد تا سازندگان در صورت فکر کردن به نادرست بودن ادعاها، شخص مقابل را متهم کنند (Mendis, 2024: 468).

با توجه به ماده ۲۱ دستورالعمل تجارت الکترونیک اتحادیه اروپا<sup>۱</sup> سکوه‌های برخط مسئولیت حذف یا غیرقابل دسترس نمودن سریع اطلاعات بعد از آگاهی از نقض مالکیت فکری را بر عهده دارند. این ماده به عنوان یکی از شروط معافیت سکوه‌های برخط برای مسئولیت نقض مالکیت فکری بیان شده است. همچنین، طبق ماده ۱۹ آیین‌نامه اجرای دستورالعمل اروپایی تجارت الکترونیک مصوب ۲۰۰۲ در انگلیس<sup>۲</sup>، عدم حذف سریع محتوا بعد از آگاهی به آن یا آگاهی از شرایطی که ممکن است بر نقض دلالت نماید، یکی از شروط مسئولیت مدنی واسطه‌های اینترنتی از جمله سکوه‌های برخط است. بنابراین، سکوه‌های برخط موظف به حذف سریع محتوای ناقضانه بعد از آگاهی نسبت به آن هستند و عدم رعایت این الزامات می‌تواند منجر به تخطی از شروط مسئولیت و پیامدهای قانونی جدی گردد.

در پرونده حقوقی بین شرکت تیفانی و شرکت ای‌بی<sup>۳</sup> که در سال ۲۰۱۰ به پایان رسید، دادگاه تشخیص داد که ای‌بی به دلیل حذف سریع آگهی‌های تقلبی از سایتش، مسئولیت نقض علامت تجاری تیفانی را ندارد. به عبارت دیگر، ای‌بی با سرعت عمل در حذف آگهی‌های جعلی پس از دریافت شکایت تیفانی، توانست از مسئولیت قانونی رهایی یابد. این پرونده نشان می‌دهد که اقدام سریع سکوه‌های برخط در برخورد با محتوای غیرقانونی می‌تواند از مسئولیت آن‌ها در قبال نقض حقوق مالکیت فکری بکاهد.

ماده ۱۷ از قانون خدمات هوشمند (دیجیتال)<sup>۴</sup> به طور ویژه به این موضوع می‌پردازد که سکوه‌های بسیار بزرگ برخط موظف به اتخاذ اقدامات مؤثر برای جلوگیری از بارگذاری و دسترسی به محتواهایی که به طور آشکار حقوق مالکیت فکری را نقض می‌کنند، هستند. این اقدامات شامل حذف سریع این محتوا پس از اطلاع از نقض است. به عبارت دیگر، سکوه‌های برخط باید سیستم‌ها و فرآیندهایی را برای شناسایی، حذف و جلوگیری از دسترسی به محتواهایی که حقوق مالکیت فکری را نقض می‌کنند، ایجاد کنند. این تدابیر باید به گونه‌ای باشند که به صورت مؤثر و سریع عمل کرده

1. Directive 2000/31/EC OF the European Parliament and of the Council of 8 June 2000

2. The Electronic Commerce (EC Directive) Regulations on 2002

3. Text of Tiffany (NJ) Inc. V EBay Inc.

4. Digital Services Act. (DSA)

و از این نوع محتواها جلوگیری شود. در واقع، سکوها موظفند سیستم‌های پیشرفته فناوری اطلاعات را به کار بگیرند تا به صورت خودکار و موثر، محتواهایی که حقوق مالکیت فکری را نقض می‌کنند را شناسایی و حذف کنند.<sup>۱</sup>

### نتیجه

در این مقاله وضعیت حقوقی مالکیت فکری سکوه‌های برخط در حقوق ایران و اتحادیه اروپا مورد بررسی قرار گرفت و دریافتیم که مالکیت فکری سکوه‌های برخط در سطح جهان و از جمله ایران و اتحادیه اروپا به طور فزاینده‌ای در حال اهمیت یافتن است. این امر ناشی از افزایش تعداد سکوه‌های برخط و تمایل روز افزون کاربران برای استفاده از آنهاست. بنابر این به صورت روزافزون چالش‌ها و ملاحظات حقوقی در زمینه مالکیت فکری سکوه‌های برخط بروز می‌کند.

در ایران، چالش‌های اصلی مرتبط با مالکیت فکری در سکوه‌های برخط از جمله نبود قوانین و مقررات جامع در این زمینه است. عدم وضوح در قوانین مالکیت فکری می‌تواند منجر به ابهامات و اختلافات حقوقی شود که به طور مستقیم بر توسعه و رشد صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات و همچنین حمایت از نوآوری و خلاقیت تأثیر منفی می‌گذارد. علاوه بر این، ضعف در اجرای قوانین موجود نیز یکی دیگر از چالش‌هایی است که باعث ناکارآمدی در حفاظت از حقوق مالکیت فکری می‌شود. این موضوع می‌تواند منجر به کاهش اعتماد کاربران نسبت به نظام قضایی شود و در نتیجه، تأثیر منفی بر رشد صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات داشته باشد.

همچنین، کمبود آگاهی کاربران در مورد حقوق مالکیت فکری نیز یکی دیگر از چالش‌های مهم است. بسیاری از کاربران، به دلیل عدم آگاهی کافی در مورد حقوق و تعهدات مربوط به مالکیت فکری، ممکن است به طور ناخودآگاه به نقض این حقوق بپردازند. بنابراین، آموزش و افزایش آگاهی کاربران در این زمینه از اهمیت بالایی برخوردار است تا بتوان بهبود وضعیت حقوق مالکیت فکری در سکوه‌های برخط را تضمین کرد.

در اتحادیه اروپا، چالش‌های اصلی در مسائل حقوق مالکیت فکری و قانونی وجود دارد. یکی از این چالش‌ها، پیچیدگی قوانین و مقررات است که چه بسا موجب بروز مشکلات در تعیین حقوق و وظایف مربوط به مالکیت فکری شود. همچنین، تفاوت‌های بین قوانین و مقررات کشورهای مختلف نیز یک چالش مهم است که می‌تواند باعث ایجاد ابهامات و مشکلات در حقوق مالکیت

1. European Union. (2022). Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market for Digital Services (Digital Services Act) (L 277/1). Official Journal of the European Union.p51-52

فکری شود. علاوه بر این، چالش‌های فنی نیز در شناسایی و پیگیری نقض حقوق مالکیت فکری وجود دارد که نیازمند راه‌حل‌های نوین و کارآمد برای حل آن‌ها است. به منظور مواجهه با این چالش‌ها، نیاز به همکاری و هماهنگی بین کشورها و نهادهای مختلف و ترویج آگاهی در مورد حقوق مالکیت فکری و قانون‌گذاری مناسب برای حمایت از این حقوق وجود دارد..

با این حال، برای برون رفت از این چالش‌ها اقداماتی در حال انجام است که در ایران، به اقدام قانون‌گذار و حتی دولت برای تدوین قوانین و مقررات جدید می‌توان اشاره کرد. در اتحادیه اروپا نیز کمیسیون اروپا در حال بررسی راهبردهای جدید برای مالکیت فکری در سکوه‌های برخط می‌باشد. به عنوان پیشنهاد پایانی باید گفت ضروری است قانون‌گذاران و دولت‌ها، قوانین و مقررات واضح و قابل اجرا در مورد مالکیت فکری در سکوه‌های برخط را تدوین کنند و با ارائه معیارهای عینی و مشخص چارچوب مالکیت فکری در این بستر را تعیین کنند. همچنین، سازمان‌های بین‌المللی باید همکاری کنند تا اطمینان حاصل شود که قوانین و مقررات در سراسر جهان هماهنگ و سازگار هستند. علاوه بر این، کاربران نیز باید آگاهی خود را در مورد حقوق مالکیت فکری افزایش دهند و سکوه‌های برخط نیز باید اقداماتی برای محافظت از حقوق مالکیت فکری کاربران خود انجام دهند. با اجرای این توصیه‌ها، می‌توانیم به ایجاد محیط برخط سالم‌تر و عادلانه‌تر برای همه امیدوار باشیم. بر اساس یافته‌های این پژوهش، به قوه مجریه؛ نظارت بر سکوه‌های برخط و الزام آن‌ها در خصوص به‌کارگیری راهکارهایی برای حفاظت از حقوق مالکان آثار فکری و به قوه قضائیه؛ ایجاد شعب ویژه مالکیت فکری و تسهیل روند دادرسی دعاوی نقض مالکیت فکری در سکوه‌های برخط و به قوه مقننه؛ تدوین قوانین در زمینه مسئولیت‌ها و تعهدات سکوه‌های برخط به ویژه در زمینه حفاظت از مالکیت فکری پیشنهاد می‌شود.

## منابع

## فارسی

- ابراهیم‌زاده پاشا، حسن. (۱۳۷۶). حمایت از مولفین برنامه‌های کامپیوتری، پایان‌نامه کارشناسی ارشد حقوق خصوصی، دانشکده حقوق، دانشگاه شهید بهشتی تهران.
- حبیبیا، سعید و شاکری، زهرا. (۱۳۹۴). منافع عمومی و حقوق مالکیت ادبی و هنری. چاپ اول. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- حکمت‌نیا، محمود. (۱۳۸۶). مبانی مالکیت فکری. چاپ اول. سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و هنر اسلامی.
- حکمت‌نیا، محمود. (۱۳۸۸). مبانی مالکیت فکری. چاپ دوم. تهران: سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- زرکلام، ستار. (۱۳۸۸). حقوق تجارت الکترونیک، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های حقوقی، تهران: انتشارات شهر دانش.
- شاکری، زهرا و اسماعیلی‌یدکی، میثم. (۱۳۹۶). مقاله بررسی تطبیقی استثنای استفاده آموزشی در حقوق مالکیت ادبی و هنری. مجله دانش حقوق مدنی، دوره بهار و تابستان، شماره ۱.
- شبیری‌زنجانی، سیدحسن؛ شاکری، زهرا و خیاطی، فاطمه. (۱۳۹۷). گفتار مجوز بهره‌برداری از آثار فکری در شبکه‌های اجتماعی؛ با نگاهی به رویکرد آمریکا و ایران گفتار. مجله مطالعات حقوقی، دوره ۱۰، شماره ۲.
- شفیعی، فروزنده و دهقان‌چناری، مجید. (۱۳۹۸). بررسی نقض مالکیت فکری در فضای مجازی. فصلنامه حقوقی قانون یار، دوره ۳، شماره ۱۰.
- صادقی، محمود و پورمحمدی، شیما. (۱۳۸۶). مقاله حقوق مرتبط با حق مؤلف. حقوق اسلامی، ۱۳ (۷۳)-۹۶.
- صادقی، محسن. (۱۳۸۸). مرجع صالح رسیدگی در دعای نقض اسرار تجاری در فضای دیجیتال، مجله حقوق تطبیقی، دوره ۱، شماره ۱.
- مرادی، نگار و وصالی محمود، رضا. (۱۳۹۷). تضعیف شهرت علامت تجاری، چاپ اول، تهران: نشر مجد.
- میرحسینی، سیدحسن. (۱۴۰۱). مقدمه‌ای بر حقوق مالکیت فکری. تهران: نشر میزان.
- وحدتی، حجت؛ حکاک، محمد و حسنوند، زهرا. (۱۴۰۱). تحلیل و ارزیابی اثر رسانه‌های اجتماعی بر قصد خرید برندهای جعلی: با میانجی‌گری نگرش و سبک زندگی مصرف‌کنندگان. مطالعات رسانه‌های نوین.

## انگلیسی

- Okunna, C.S. and Omengugha, K.A. (2012). Introduction to Mass Communication (3rd edn). Engu: New Generation Books.
- Hillman, R. A. (2006). Online Boilerplate: Would Mandatory Website Disclosure of e-Standard Terms Backfire?, *Michigan Law Review*, Vol. 104, No. 5, pp. 837-856.
- European Parliament and Council. (2004). Directive 2004/48/EC on the Enforcement of Intellectual Property Rights. *Official Journal of the European Union*, L 157, 30.4.2004.
- Babovic, Mihajlo. (2015). The Emperor's New Digital Clothes: The Illusion of Copyright Rights in Social Media. *Cybaris*®, 6(1), Article 6. Available at: Mitchell

Hamline.

- European Union. (2017). Regulation (EU) 2017/1001 on the European Union Trade Mark. Official Journal of the European Union, L 154/1.
- Text of Tiffany (NJ) Inc. V. EBay Inc., 600 F.3d 93 (2d Cir. 2010). Available from: Court Listener.
- Thio, Rocky & Christiawan, Rio & Wagiman. (2024). Trademark Law in the Digital Age; Challenges and Solutions for Online Brand Protection. *Global International Journal of Innovative Research*.2.
- Trend Micro, UNICRI, & EUROPOL. (2020). *Malicious Uses and Abuses of Artificial Intelligence*.
- Polinsky, A. M., & Shavell, S. (2009-2010). The uneasy case for product liability. *Harvard Law Review*, 123, 1437-1492.
- Morra, M. C., Gelosa, V., Ceruti, F., & Mazzucchelli, A. (2017). Original or counterfeit luxury fashion brands? The effect of social media on purchase intention. *Journal of Global Fashion Marketing*, 9(1), 24-39.
- Fraternity Collection, LLC v. Fagnoli, No. 3:13-CV-664-CWR-FKB, 2015 WL 1486375, at 1–2 (S.D. Miss. Mar. 31, 2015).
- Jimenez, D. G. (2023). Propiedad Intelectual en Internet: qué es y cómo funciona. Garrido Y Doñaque.
- Hilleshiem, Rayan, (2013), Scaling the Assent: The Enforceability of Modification Clauses in Online Agreements, p.2, J.D.Candidate, *The University of Iowa College of Law*, 1-37.
- Glorieux D, 2023, RESPONSIBILITY OF ONLINE MARKETPLACES.
- FOR ONLINE INFRINGEMENT OF INDUSTRIAL PROPERTY RIGHTS. 2023.
- Mendis, S. (2024). Copyright Enforcement on Social Media Platforms: Implications for Freedom of Expression in the Digital Public Sphere. In: Werthner, H., et al. Introduction to Digital Humanism. Springer, Cham.
- Yanisky-Ravid, Shlomit, Intellectual Property Laws in the Digital Era: An International Distributive Justice Perspective (2020). Intellectual Property, Innovation, and Global Inequality 2020.

### منابع آنلاین

- Uche, A. O., & Obiora, A. (2017). Intellectual Property and the New Media: Issues and Challenges. Unizik:  
[https://www.academia.edu/30767297/INTELLECTUAL\\_PROPERTY\\_AND\\_THE\\_NEW\\_MEDIA\\_ISSUES\\_AND\\_CHALLENGES](https://www.academia.edu/30767297/INTELLECTUAL_PROPERTY_AND_THE_NEW_MEDIA_ISSUES_AND_CHALLENGES)
- European Commission. (2024, February 23). Questions and Answers on the Digital Services Act. From:  
[https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/QANDA\\_20\\_2348](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/QANDA_20_2348)
- European Commission. (n.d.). Online Platforms Terms and Conditions Database. Retrieved from <https://platform-contracts.digital-strategy.ec.europa.eu/>
- European Commission. (n.d.). The Digital Markets Act: Ensuring Fair and Open Digital Markets. Retrieved from [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets\\_en](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets_en).
- Erica D. Klein and Anna K. Robinson. (2020). Published in *Landslide*, vol.12, No.4, March/April 2020, by the American Bar association.
- European Union. (2022). Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament

and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market for Digital Services (Digital Services Act) (L 277/1). Official Journal of the European Union.

- European Union. (2001). Directive 2001/29/EC of the European Parliament and of the Council of 22 May 2001 on the harmonization of certain aspects of copyright and related rights in the information society. Official Journal of the European Union, L 167, 22.6.2001.
- World Trade Organization. (1994). Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS).
- European Union. (2017). Regulation (EU) 2017/1001 of the European Parliament and of the Council of 14 June 2017 on the European Union trade mark. Official Journal of the European Union.
- European Union. (2000). Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (Directive on electronic commerce). Official Journal of the European Union.