



Intellectual Property Right & the *Hijab* Arena Analysis with Comparative Approach

Parviz Bagheri

Associate Professor, Department of Law, University of Ilam, Iran, Email: p.bagheri@ilam.ac.ir

Abstract

Although the development of cyber space and new technologies has brought countless advantages and merits to human life, but it is considered a threat to the life of cyber space and one of the rights of intellectual property called *hijab*. Since *hijab* as an outer covering and chastity as an inner covering play a significant role in the social and psychological security of the society, so it is necessary to recognize and support it as an intellectual property right. In addition, identifying and supporting *hijab* and chastity in the position of respecting privacy and observing it is a preventive measure in the occurrence of social harm. Islamic teachings also forbid showing off in public, as it harms human beauty and real perfection as a spiritual right. From a comparative point of view, and especially the common law, trademark weakening and abuse of other unregistered trademarks are provided in the laws, which they can be an appropriate sanction in order to support the owners of creative ideas such as *hijab* and chastity. The present article, with the help of descriptive-analytical method, tries to highlight the protective role of the law on *hijab* and chastity as a right of intellectual property and privacy.

Keywords: *hijab*, chastity, right, intellectual property, privacy.

Received: 2024/04/29 ; **Revised:** 2024/05/11 ; **Accepted:** 2024/07/21 ; **Published online:** 2024/09/22

How To Cite: Bagheri, Parviz (2024). Intellectual Property Right & the *Hijab* Arena Analysis with Comparative Approach, *Comparative Study on Islamic and Western Law*, 11(3), 23-40.

<https://doi.org/10.22091/csiw.2024.10682.2538>

Published by: University of Qom

© The Author(s)

Article type: Research





حقوق مالکیت معنوی و ساحت‌شناسی حجاب با رویکردی تطبیقی

پرویز باقری

دانشیار گروه حقوق دانشگاه ایلام، ایلام، ایران، رایانامه: P.bagheri@ilam.ac.ir

چکیده

ره‌آورد دنیای سایبر و فناوری‌های نوین هرچند مزایا و محاسن بی‌شماری را به حیات بشر بخشیده است، با این حال، تهدیدگر زیست‌فضای مجازی و یکی از حق‌های مالکیت معنوی به نام حجاب تلقی می‌گردد. از آنجایی که حجاب به مفهوم پوشش بیرونی و عفاف به معنای پوشش درونی نقش به‌سزایی در امنیت اجتماعی و روانی جامعه ایفا می‌نمایند، لذا بایستگی شناسایی و حمایت آن به‌مثابه یک حق مالکیت معنوی ضرورتی دوچندان می‌یابد. به‌علاوه شناسایی و حمایت از حجاب و عفاف در مقام احترام به حریم خصوصی و رعایت آن امری پیشگیرانه در وقوع آسیب‌های اجتماعی است. میانی اسلامی نیز تبحر در انظار عموم را، بدان جهت که دلربایی جمال انسانی و کمال واقعی را به‌عنوان یک حق معنوی در معرض آسیب قرار می‌دهد، مورد نهی قرار داده است. از منظر تطبیقی و به‌ویژه حقوق‌کامن‌لاندهای تضعیف علامت تجاری و سوءاستفاده از علامت تجاری ثبت نشده دیگری در قوانین پیش‌بینی شده که می‌تواند ضمانت اجرای مناسبی در راستای حمایت از صاحبان ایده‌های خلاقانه همچون حجاب و عفاف باشد. مقاله حاضر به مدد روش تحلیلی توصیفی تلاش می‌نماید تا نقش حمایتی قانون از حجاب و عفاف به‌مثابه یک حق مالکیت معنوی و حریم خصوصی را مورد مذاقه قرار دهد.

کلیدواژه‌ها: حجاب، عفاف، حق، مالکیت معنوی، حریم خصوصی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۱۰؛ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۳/۲۲؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۴/۳۱؛ تاریخ انتشار برخط: ۱۴۰۳/۰۷/۰۱
استاد به این مقاله: باقری، پرویز (۱۴۰۳). حقوق مالکیت معنوی و ساحت‌شناسی حجاب با رویکردی تطبیقی، پژوهش تطبیقی حقوق

اسلام و غرب، ۳۳(۳)، ۲۳-۴۰. <https://doi.org/10.22091/csiw.2024.10682.2538>

نوع مقاله: پژوهشی

© نویسندگان

ناشر: دانشگاه قم



مقدمه

به تناسب نوپدیدی‌ها و پیشرفت‌های علمی و فرهنگی ملل، برخی از مظاهر غیرمادی از جمله حقوق افراد نسبت به مطالبات آن‌ها و جنبه‌های مختلف بهره‌برداری از اموال غیرمادی نیز به‌عنوان نوعی مال شناخته شدند که از آن جمله می‌توان به حقوق مالکیت معنوی اشاره نمود. مالکیت از جمله حقوق مسلم اشخاص بوده که در تمامی کشورها مورد حمایت و احترام است. امروزه رابطه دانش تجارت بیش‌ازپیش مورد توجه قرار گرفته و اموال معنوی نقش مهم و حیاتی در روابط میان افراد حقیقی و حقوقی پیدا نموده است. به‌گونه‌ای که می‌توان گفت رقابت آینده بین اشخاص کشورها در سطح جهان نه بر سر تصاحب اموال مادی بلکه بر سر تملک اموال فکری است (رئیس‌ی و بجستانی، ۱۳۹۵: ۵۲). از طرفی پیدایش و گسترش محیط و فضای مجازی، توازن دیرین و همزیستی کپی‌رایت^۱ و منافع عمومی از جمله حق مالکیت معنوی بر پوشش انسان را دستخوش آشفتگی نموده است. کپی‌رایت، حقوق منحصربه‌فردی است که به صاحبان آثار تعلق دارد و بر اساس آن صاحبان آثار، مالک آثاری که خلق کرده و از خود بر جای گذاشته‌اند، خواهند بود. بحث کپی‌رایت در کشور ما بارها مورد توجه و بررسی محافل مختلف قرار گرفته و نظرات متفاوتی درباره لزوم یا عدم لزوم رعایت قوانین بین‌المللی کپی‌رایت مطرح‌گردیده است (محمد اسماعیل، ۱۳۸۷: ۸۷). ایده‌های خلاقانه انسان اگرچه نامشهود است، اما باید ارزش آن برای خالق اثر و ایده حفظ شود و از تعرض در امان بماند (Edosomwan, 2019: 12).

طراحی پوشش و حجاب به‌مثابه یک حق معنوی در زمره ایده‌های خلاقانه انسان است که نیازمند حمایت قانونی و توجه خاص است. مالکیت فکری به معنای تسلط و حق برخورداری از آثار ناشی از فعالیت‌ها و تراوش‌های فکری انسان در زمینه‌های ادبی، هنری، علمی، تجاری و صنعتی است و حقوق مالکیت فکری مانند تمامی حقوق مالکانه دیگر به معنی شناسایی تسلط و مالکیت قانونی صاحب اثر نسبت به اثر خلاقانه وی است که تمامی امتیازات و منافع و تکالیف قانونی موجود نیز بنا به تناسب به آن اضافه می‌شود (شیخی، ۱۳۸۴: ۶۴).

یکی از بزرگترین مشکلات تولیدکنندگان آثار ادبی، علمی، هنری و فرهنگی در کشور، عدم رعایت اخلاق و قوانین مربوط به حمایت از حق صاحب ایده است که سال‌هاست در بسیاری از کشورها رعایت می‌شود. پیشرفت بشر بستگی به حفظ ظرفیت او در خلق و ابداع کارهای جدید در حوزه‌های فرهنگ و فناوری دارد. حمایت از مالکیت فکری سبب رشد اقتصادی، کارآفرینی، بهبود کیفیت زندگی و بهره‌مندی از آن می‌گردد. حقوق مالکیت معنوی در معنای وسیع کلمه عبارت است از: «حقوق ناشی از آفرینش‌ها و خلاقیت‌های فکری در زمینه علمی، صنعتی، ادبی، فرهنگی و هنری» و حمایت قانونی از چنین آثار و

ایده جدیدی از جمله ایده‌های منتسب به حوزه پوشش انسان، سبب تشویق تعهد برای تخصیص منابع در راستای نوآوری‌های بعدی می‌گردد (عباسی و همکاران، ۱۳۹۴:۱۳).

ارتباط انسان‌ها یکی از مهم‌ترین اساس شکل‌گیری جوامع انسانی است و ارتباطات سبب بسط و تعالی فرهنگ و تبادل اطلاعات، عقاید و احساسات گردیده و این امر توجه به حقوق مالکیت معنوی را بیش از پیش پراهمیت ساخته است. در این راستا فناوری‌های نوین از یک طرف در جهت منافع پدیدآورندگان چنین ایده‌هایی بوده و از طرفی موجب ظهور راه‌های جدید نقض حقوق دارندگان حق ایده شده است. از پیامدهای نامطلوب دیگر فناوری‌های جدید برای دارندگان حق ایده سهولت نقض حقوق این اشخاص در محیط‌های مجازی است که شوربخانه شیوع آن در حوزه حجاب بیشتر از سایر موارد است. با فشار دادن یک دکمه در آن واحد برای کاربران متعدد در سراسر جهان فرستاد. برخلاف سهولت نقض حقوق کپی‌رایت در محیط‌های الکترونیکی، جلوگیری از این نقض و جمع‌آوری آثار نقض شده با مشکلاتی مواجه است.

اصولاً کاربران اینترنتی فاقد هویت مشخص بوده و در بسیاری از موارد با هویت مجهول و یا مجهول وارد ارتباطات الکترونیکی و مبادله اطلاعات می‌گردند و شناخت ناقص حقوق کپی‌رایت به آسانی صورت نمی‌گیرد. به همین دلیل است که در بحث نقض حقوق مالکیت معنوی در محیط‌های مجازی مسئولیت واسطه‌های ارتباطات بیشتر مورد توجه است؛ بنابراین فناوری‌های جدید به موازات فوایدی که برای صاحبان ایده داشته‌اند، خطراتی را نیز برای آنان ایجاد نموده‌اند که آثار مضمول کپی‌رایت آن‌ها همچون ایده‌ای خلاقانه در حوزه پوشش و حجاب با کمترین هزینه ولی با وسعت بسیار و تنها با کلیک یک دکمه و ارسال به کاربران سراسر دنیا نقض گردند. به این دلیل در قوانین بین‌المللی و ملی بسیاری از کشورها به اهمیت این موضوع توجه شده و راهکارهای قانونی مناسبی اتخاذ گردیده است (صادقی، ۱۳۹۳:۳۹). به‌علاوه، فناوری دیجیتال این امکان را به کاربران می‌دهد که آثار فرهنگی و هنری مضمول کپی‌رایت به‌ویژه در حوزه حجاب را تحریف کنند. به این ترتیب، فضای مجازی هر دودسته حق‌های اقتصادی و معنوی پدیدآورندگان آثار یا دارندگان کپی‌رایت را تهدید می‌نماید (حبیبی‌مجنده، ۱۳۹۵:۱۱). لذا چاره‌اندیشی برای حمایت از صاحبان ایده‌های خلاقانه در همه حوزه‌ها در فضای مجازی امری بایسته و حیاتی برای بقا و امنیت اقتصادی فعالین و تولیدکنندگان عرصه حجاب و عفاف است که به‌شدت شکننده و آسیب‌پذیر هستند. مقاله حاضر چالش‌ها و شیوه‌های قانونی حمایت از حقوق مالکیت معنوی فعالین عرصه حجاب و عفاف در ایران را مورد مذاقه قرار می‌دهد.

۱. ابعاد مادی و معنوی مالکیت معنوی در فضای مجازی

چرایی مشروعیت حق پدیدآورنده بر پدیده فکری از اموری است که مبانی مالکیت معنوی بر آن تأکید

دارد (Whittaker, 2014: 147). با نگاه اجمالی به مبانی اعتبار مالکیت فکری در می‌یابیم هر مینابر عنصری از شکل‌گیری پدیده فکری توجه کرده است. برخی به عنصر کار و فعالیت فکری و تلاش پدیدآورنده توجه نموده و سعی کرده‌اند با توجه به احترام کار، مشروعیت مالکیت فکری را به اثبات رسانند. دیدگاه اصالت منفعت بر اعتبار مالکیت فکری توجه نموده و مصالح فردی و اجتماعی را مدنظر قرار می‌دهد. باین‌حال، دیدگاه‌هایی شخصیت پدیدآورنده را کانون نظر قرار داده و با تحلیل شخصیت به توجیه حق پدیدآورنده پرداخته‌اند (حکمت‌نیا و ساوجی، ۱۳۸۵: ۹۰). در ادامه مباحث، چالش‌ها و حمایت‌های قانونی حقوق مالکیت معنوی از صاحبان ایده در عرصه حجاب و عفاف، سیاست‌گذاران و متولیان و قانون‌گذاران این حوزه را مورد کاوش قرار می‌دهیم.

بعد مادی حقوق مالکیت معنوی در فضای مجازی همانند قانون حق مؤلف یا صاحب اثر در فضای عینی جامعه، ناظر بر حقوق انحصاری است که از عایدی‌های مادی اثر برای مدت زمان مشخص حمایت می‌کند. درعین‌حال بعد معنوی حقوق مالکیت معنوی، ارتباط میان شخصیت مؤلف با اثرش است (ماهرخ مقدم، ۱۳۹۹: ۲۷۳). بُعد مادی و معنوی حقوق مالکیت معنوی در فضای مجازی در حوزه پوشش و حجاب اهمیت ویژه‌ای دارد، چراکه با گسترش ضریب نفوذ اینترنت در کشور بسیاری از مناسبات همچون سوءاستفاده از برند دیگری، فروش آن‌ها و تکثیر و توزیع و در معرض عموم قرار گرفتن ایده‌های خلاقانه در داخل این فضا جریان یافته است. به عبارتی اهتمام به حق معنوی صاحب ایده خود واجد منفعتی عمومی است که در برگیرنده اموری است که برای توده مردم مطلوبیت دارد (پروین و اصحابی، ۱۴۰۱: ۳). لذا به نظر می‌رسد اهتمام و توجه مبنی بر رعایت حقوق مادی و معنوی صاحب ایده در فضای مجازی می‌تواند گام مؤثری در قانونمند کردن صنعت تولید پوشاک در فضای مجازی باشد. حقوق مالکیت معنوی که حق مالکیت را به‌عنوان یک حق طبیعی معرفی می‌نماید و باید مورد صیانت و حفاظت دولت قرار گیرد، منطبق با نظریه کار است که انسان بر نتیجه و ماحصل تلاش خود مالکیت دارد (خانیک، ۱۳۹۲: ۴۷).

این نظریه بر پدیده‌های فکری و ایده‌های خلاقانه در عرصه حجاب و عفاف نیز قابل تطبیق است. ناگفته پیداست که نقض هر یک از حقوق مؤلف مطرح شده در قوانین ایران یعنی حق تکثیر، اجرا و توزیع در فضای مجازی، از مصادیق جرائم رایانه‌ای محسوب شده و قابلیت پیگرد قانونی دارد. با بررسی لایحه حمایت از مالکیت ادبی و هنری و حقوق مرتبط، می‌توان مصادیق حقوق مادی و معنوی مؤلف را مشاهده کرد هر چند به مبحث حقوق معنوی مؤلف توجه کمتری شده است.

۲. چالش ضعف سواد حقوقی پدیدآورندگان

ویژگی‌ها و امکانات بسیار زیاد فضای مجازی و شبکه جهانی وب^۱ و شبکه‌ای شدن هرچه بیشتر در این

قالب که به گونه‌ای فزاینده روابط خود را در شبکه‌های رسانه‌ای سامان می‌دهد، باعث گردیده تا نیاز به سواد حقوقی و رسانه‌ای در فضای مجازی به بایستی برای فعالین این حوزه به‌ویژه مالکین معنوی عرصه پوشش تبدیل گردد. شبکه‌هایی که به تدریج در حال شکل دادن به شیوه سازماندهی اصلی و ساختارهای بسیار مهم جامعه مدرن هستند. امروزه دیگر بایستگی قانونمند ساختن محیط دیجیتال محل تردید نیست. اما بدون مرز بودن آن و نیز تنوع و تعدد منافع گاه متضاد، در این فضای به‌ظاهر بی‌حدومرز، تدارک حقوق اینترنت را سخت و پیچیده کرده است (معلم‌نژاد، ۱۳۹۶: ۲۲۳). در خیلی موارد، کاربران و خاصه تولید کنندگان و صاحبان ایده‌های خلاقانه در حوزه حجاب و عفاف به علت عدم آشنایی با قواعد حقوقی و اصطلاحات حقوقی درباره حقوق مالکیت معنوی، توان درک مفاهیم پیچیده حقوقی را نداشته و ایده آن‌ها مورد سوءاستفاده قرار می‌گیرد که این امر نیازمند مجهز ساختن کاربران به سطحی از دانش حقوقی است. در واقع بیشتر موارد نقض کپی‌رایت در فضای مجازی ناشی از بی‌اطلاعی کاربران و ناآگاهی افراد جامعه از حقوق مالکیت معنوی و مصادیق آن در فضای مجازی بوده است. با بررسی لایحه حمایت از مالکیت ادبی و هنری و حقوق مرتبط، می‌توان دریافت که مسئله آموزش رسانه‌ای و حقوقی صاحبان ایده‌های خلاقانه و پدیدآورندگان مورد غفلت قرار گرفته است.

شبکه‌ها ریخت اجتماعی جدید جوامع را تشکیل می‌دهند و گسترش منطق شبکه‌ای تغییرات چشمگیری در عملیات و نتایج فرایندهای تولید، تجربه، قدرت و فرهنگ ایجاد می‌کند. در واقع بر این اساس، شبکه‌ای شدن، فرایندهای حقوق مالکیت معنوی را در سیطره خود قرار می‌دهد و امکانات نقض کپی‌رایت را بسیار بیشتر نموده است. از این رو وجود امکانات فنی مناسب جهت نظارت، آموزش افراد در زمینه حقوق مالکیت معنوی به‌ویژه در فضای مجازی از ضروریات محسوب می‌شود تا بتوان در کنار امکانات بی‌ظنیر این شبکه‌ای شدن بر چالش‌های آن فائق آمد (کاستلز، ۱۳۸۴: ۲۸) و شناخت حق معنوی و اقتصادی پدید آورنده ایده در حوزه پوشش و بهره‌برداری مادی از ثمره تلاش و کوشش پدید آورنده مستلزم آشنایی وی با حقوق مالکیت معنوی است تا از انتساب اثر به پدید آورنده و کلیت یکپارچگی اثر حمایت به عمل آید (Dusolliert, 2020: 8).

از طرفی آموزش مفاهیم مالکیت معنوی و کاربرد آن در بستر رسانه‌های جدید و طرح مباحث اخلاقی و شفاف‌سازی حدود اخلاق می‌تواند گام مؤثری در زمینه حل مسائل و مشکلات حقوق مالکیت معنوی باشد. لایحه اخیر عفاف و حجاب قوه قضائیه ۱۴۰۲ در بند ۸ ماده ۲۲ به «برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی با محوریت تبیین احکام و قوانین مرتبط با سبک زندگی اسلامی خانواده محور و فرهنگ عفاف و حجاب برای اصناف پیش از اعطای مجوز فعالیت با همکاری سازمان تبلیغات اسلامی و بسیج اصناف» اشاره کرده است، اما موضوع حق مالکیت معنوی و آگاهی بخشی در این زمینه را به سکوت برگزار نموده است.

۳. شناسه «شیما»^۱ و حق مالکیت معنوی طراحان پوشش در ایران و حقوق تطبیقی

به استناد ماده ۲ قانون حمایت از مؤلفان، مصنفان و هنرمندان و در راستای اجرای مواد ۱ و ۲ قانون ساماندهی مُد و لباس مصوب ۱۳۸۵/۱۲/۱۰ مجلس شورای اسلامی مبنی بر تثبیت و ترویج الگوهای بومی و ملی، هدایت بازار تولید و عرضه البسه و پوشاک بر اساس طرح‌ها و الگوهای داخلی و ترغیب عموم مردم به پرهیز از انتخاب و مصرف الگوهای بیگانه و غیرمانوس با فرهنگ و هویت ایرانی و پرهیز از تبلیغ الگوهای مغایر با فرهنگ ایرانی اسلامی، کارگروه ساماندهی مُد و لباس دستورالعمل اجرایی صدور شناسه یکپارچه مُد و لباس ایران (شیما) را به تصویب رسانده است (<http://shimaco.farhang.gov.ir>, available at: 4/07/2023). در این دستورالعمل با ایجاد تدریجی بانک اطلاعاتی جامع از همه لباس‌های تولیدی و وارداتی قانونی، ضمن نظارت بر چهارچوب شرعی طرح لباس‌های تولیدی از ورود قانونی لباس‌های وارداتی مغایر با ارزش‌های دینی و ملی جلوگیری به عمل آورده و از اعمال سلیقه شخصی و بدون شاخص در مواجهه با پوشاک جلوگیری به عمل می‌آورد. لذا نهادهای نظارتی مربوطه تنها مجوز اعمال قانون برای لباس‌هایی را خواهند داشت که فاقد شناسه شیما و شناسه کالا باشند.

صیانت از فرهنگ و هنر جامعه متجلی در طراحی لباس، ایجاد امنیت اقتصادی برای طراحان، تولیدکنندگان و واردکنندگان مجاز و رسمی، ایجاد تدریجی بانک اطلاعاتی جامع از تمام طرح‌های لباس‌های تولیدی و وارداتی قانونی، نظارت بر چهارچوب شرعی طرح لباس‌های تولیدی، جلوگیری از ورود و توسعه طرح‌های بیگانه لباس و مغایر و مخل ارزش‌ها و سنت‌های ایرانی-اسلامی، پرهیز از نظارت سلیقه‌ای و بدون شاخص در مواجهه با تولیدات داخلی و وارداتی و اتصال و شبکه‌سازی شناسه کالا در طبقه لباس (بانوان و آقایان) به دریافت شیما از اهدافی است که ماده ۱ قانون مذکور به آن اشاره داشته است. بر اساس دستورالعمل مذکور، طراحان با دریافت ۱۰ نشان شیما و ۵ مالکیت معنوی می‌توانند با ارائه درخواست به کارگروه ساماندهی مُد و لباس کشور، به صندوق هنرمندان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای بیمه هنرمندان معرفی شده و از تسهیلات این صندوق بهره‌مند شوند. بنیاد ملی مُد و لباس نیز برای آنکه از حق معنوی طراحان در قبال طرح‌های ارائه شده، محافظت نماید، اقدام به ثبت آن‌ها در سامانه شیما و ارائه کد شیما می‌کند. در واقع این مورد یک تأییدیه است که به طراح داده می‌شود تا در سیستم اطلاعاتی طراحان ثبت گردد (<http://www.iranmode.com>).

کارگروه ساماندهی مُد و لباس تاکنون بالغ بر ۱۹۵۰ طرح، نشان شیما و حق مالکیت معنوی را بررسی و از این تعداد، شناسه شیما برای ۱۷۰۵ طرح و حق مالکیت معنوی برای ۲۴۵ طرح صادر شده است (<https://www.honaronline.ir>). صدور گواهی حق مالکیت معنوی صاحبان ایده‌های خلاقانه

۱. شناسه یکپارچه مُد و لباس ایرانی

طراح لباس و مد توسط کارگروه مذکور نویدبخش رویکرد حمایتی قانون‌گذار از طراحان مُد و لباس است. شناسایی حق مالکیت معنوی طراحان مد و پوشش مورد عنایت و توجه علمای فقهی نیز قرار گرفته است. نظام فقهی اسلام نظامی پویاست و انتظار می‌رود تا مطابق اقتضانات زمان، مسائل جدید را از چهارچوب‌های اصلی آن استخراج نماید. برخی از علمای فقهی با استناد به قواعد فقهی همچون قاعده لاضرر، صحت، سبق، نظریه منطقه الفراغ، ولایت فقیه، عموم اوفوا بالعقود و سیره عقلا که هرکدام از این قواعد نیازمند بررسی جداگانه‌ای است، حقوق مالکیت معنوی را مورد پذیرش و حمایت قرار داده‌اند (گیاپور، ۱۳۹۵: ۴۱).

در استفتائی که از محضر حضرت آیت‌الله خامنه‌ای به عمل آمده است ایشان در پاسخ به این مسئله که آیا مشروعیت حقوق مالکیت فکری، مانند حق تألیف و حق اختراع مورد پذیرش شماست؟ آیا تعدی و تجاوز به چنین حقوقی ضمان آور بوده و موجب تعزیر خواهد بود؟ پاسخ فرموده‌اند «احوط این است که حقوق مؤلف و ناشر با کسب اجازه از آنان، رعایت شود» (<https://www.islamquest.net/fa/archive/fa7117>). باین حال ممکن است مخالفت‌هایی با گسترش حقوق مالکیت معنوی در حوزه مُد و لباس نیز وجود داشته باشد. از جمله دلایل چنین مقاومتی را می‌توان بیشتر در ماهیت این‌گونه طرح‌ها دانست که عمدتاً بر اساس تقلید از آثار و طرح‌های دیگر است و اصالت و جدید بودن در آن کمتر دیده می‌شود.

همچنین عمر طرح‌ها و بازارهای مُد و لباس گذرا و فصلی است پس لازم است در خصوص مدت حمایت از آثاری که با جریان سریع بازار در ارتباط است مدت بسیار کمتری در نظر گرفته شود. به‌علاوه این نگرانی وجود دارد که توسعه حمایت حقوقی باعث فلج شدن و انحصار این صنعت شود (<https://www.farsnews.ir/news/14000506000482>). درعین حال حمایت‌های قانونی بنیاد ملی مُد و لباس و کارگروه مربوطه و نظرات فقهی علما می‌تواند زمینه احترام و ممانعت از نقض حق مالکیت معنوی صاحبان ایده‌های خلاقانه حوزه مُد و لباس را فراهم نماید. بحث شناسایی حق بر ایده‌های خلاقانه شامل پوشش در حقوق کشورهای غربی نیز قابل بررسی و تبیین است. حق بر مالکیت یک ایده در زمره حق حریم خصوصی است که از آن با عنوان حق شخص بر تنها بودن^۱ نیز یاد می‌شود و ناظر بر افشای عمومی اطلاعات محرمانه و خصوصی یک شخص متعارف است (Mullick and Narnaulia, 2018:617). به بیان دیگر تصمیم‌گیری در خصوص اینکه ویژگی‌های قابل شناسایی فرد چه زمانی، چگونه و توسط چه کسی استفاده، تکثیر و منتشر شود، ذیل حق محرمانگی قابل بحث است (Pina, 2014: 2). در برخی از کشورهای پیرو حقوق کامن‌لا همچون انگلستان، برای جبران کاستی‌های ثبت

شاخصه‌های حق مالکیت معنوی، به دو نهاد تضعیف علامت تجاری^۱ و سوءاستفاده از علامت تجاری ثبت نشده دیگری^۲ استناد می‌گردد. تضعیف علامت تجاری هنگامی رخ می‌دهد که علامت تجاری از شهرت و محبوبیت لازم برخوردار است و شخص ثالثی مبادرت به استفاده از آن علامت بر روی کالاها و خدمات غیر مشابه می‌کند و از این طریق هر چند لزوماً به علت تفاوت در کالاها و خدمات ممکن است موجب گمراهی مصرف‌کنندگان نشود، اما احتمال کدر نمودن^۳ و مخدوش شدن^۴ علامت تجاری وجود دارد. نهاد تضعیف علامت، مالک محور بوده، مبتنی بر حمایت از صاحب ایده در برابر تضعیف علامتش است. به عبارتی نهاد تضعیف علامت بیشتر در جهت حمایت از سرمایه‌گذاری دارنده حق یا همان صاحب ایده به کار می‌رود (Mermin, 2001:209).

عنوان سوءاستفاده از شهرت تجاری نیز محصول حقوق کامن‌لا است و به‌عنوان یکی از سازوکارهای حقوقی حمایت از نمادها و علائم تجاری محسوب می‌شود که شخصیت‌های مشهور به‌منظور جلوگیری از سوءاستفاده از شهرت تجاری می‌توانند بدان متوسل شوند (محمدی و دیگران، ۱۳۹۶: ۱۹۰). عناصر کلی دعوای سوءاستفاده از شهرت تجاری عبارت‌اند از اینکه خواهان دارای ارزش تجاری باشد، خواننده اقدام به نمایش غیرواقعی کرده تا احتمالاً عموم را فریب دهد و نمایش غیرواقعی به ارزش تجاری خواهان آسیب رسانده باشد یا برساند (Vincent M, 2001: 80). دادگاه حقوق بشر اروپا سال ۲۰۱۱ با صدور حکمی اعلام کرد که هیچ مشکلی با اقدام دولت ایتالیا در نمایش صلیب‌های بزرگ روی دیوارهای کلاس‌های مدرسه ندارد، زیرا آن را مصداق «تلقین» قلمداد نمی‌کند. باین‌حال، نشان‌های صلیب که قبلاً در کلاس‌های درس مدارس اسپانیایی دیده می‌شد، ممنوع شده است. در سال ۲۰۱۰، قانون آزادی مذهب مقوله «سکولاریسم» در اسپانیا را بسط داد. بر اساس این رویکرد: «نمایش نمادهای مذهبی در اماکن عمومی ممنوع است، به‌استثنای مواردی که دارای ارزش‌های تاریخی-هنری، معماری و فرهنگی است و قانون از آن حمایت می‌کند» (June, 2018: 45).

در انگلستان، سیاست پوشش یکنواخت توسط هر مدرسه مشخص می‌شود. باین‌حال، مقررات وضع شده توسط مدارس باید با قوانین حقوق بشر و برابری مطابقت داشته باشد، این ملاحظه قانونی در واقع نوعی محافظت از ویژگی‌های مرتبط با مذهب یا اعتقاد، نژاد، جنسیت یا توانایی‌های افراد است (Emami, 2020: 16). آزادی مذهب در قانون اساسی آلمان مورد اشاره قرار گرفته است، اما ایالت‌ها و مدارس می‌توانند قوانین خود را در خصوص آنچه «لباس مناسب» در کلاس درس تلقی می‌شود، تعیین

1. Dilution
2. Passing off
3. Tarnishment
4. Blurring

کنند. به‌طور کلی، از سال ۲۰۱۵ به این سو، به هر ایالت آلمان اجازه داده شده است که به‌طور مستقل درباره مجاز یا ممنوع بودن نمادها یا پوشش‌های مذهبی در مدارس تصمیم‌گیری کنند. برخی از ایالت‌ها حجاب را منع کرده‌اند، درحالی‌که برخی دیگر آن را با وضع محدودیت‌های خاصی همچون نمایان بودن صورت یا مو مجاز دانسته‌اند. دادگاه هامبورگ در ژانویه ۲۰۲۰ با صدور حکمی به یک دانش‌آموز دختر ۱۶ ساله اجازه داد تا در کلاس درس نقاب به سروصورت بکشد، پوششی که فقط چشم‌ها را در معرض دید قرار می‌دهد. مقامات دولتی در اعتراض گفتند که پوشیدن نقاب به این معنی است که دانش‌آموز نمی‌تواند به‌طور کامل با معلمان خود یا سایر آموزان ارتباط برقرار کند، اما دادگاه این‌طور تشخیص نداد (John, 2020: 26).

۴. چالش ضعف قانون‌گذاری و سیاست‌گذاری حقوقی-فنی

حقوق مالکیت معنوی به دلیل ارتباط تنگاتنگ با مباحث حقوقی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی، همواره یکی از چالش‌برانگیزترین مباحث روز بوده که با دو رویکرد مواجه بوده است. نخست نگاهی که حمایت از حقوق مالکیت معنوی را امری ضروری برای افزایش نوآوری و حمایت از پدیدآورندگان آثار فرهنگی، ادبی، هنری و... می‌داند و از سوی دیگر نگاهی که بر این باور است که به دلیل انحصاری که از این حقوق به دست می‌آید، منافع اجتماعی و اقتصادی آن بیش از آنکه به نفع کشورهای درحال توسعه و واردکننده اموال فکری باشد، تأمین‌کننده منافع اقتصادی کشورهای توسعه یافته و تولیدکننده دانش فکری است (ماهرخ مقدم و همکاران، ۱۳۹۹: ۲۷۹). به نظر می‌رسد اتخاذ یک سیاست بینا بینینی که در آن کشورها بتوانند ضمن انطباق با استانداردهای بین‌المللی، از این حقوق برای تأمین نیازهای خویش استفاده کنند راه گشا خواهد بود. حقوق مالکیت فکری، حقوقی است که شخص نسبت به نتایج، یافته‌ها و آثار فکری خود دارد. حقوق مالکیت فکری قلمرو وسیعی دارد و شامل هر چیزی می‌شود که زاینده فکر و ذهن آدمی است. مخلوق ذهن و فکر ممکن است به حوزه علم، هنر، صنعت یا تجارت تعلق داشته باشد. از این رو هم نیازمند توجه قانون‌گذاران در حمایت از این حق است و هم سیاست‌گذاری‌های فنی و حقوقی در راستای تأمین حقوق پدیدآورندگان از الزامات ضروری آن به حساب می‌آید.

در کشور ما سازوکار قانونی جهت اجرای مسئله حقوق مالکیت معنوی وجود دارد، اما باید توجه داشت که در حال حاضر به خاطر نپیوستن ایران به کنوانسیون برن ارتباط کشور با سطح بین‌المللی گسسته است (عباسی و همکاران، ۱۳۹۴: ۲۳). لذا به نظر می‌رسد توجه به حقوق صاحبان ایده‌های خلاقانه برای ایجاد ارتباط و مبادلات فرهنگی، اقتصادی و... کشور در عرصه جهانی، ضروری است. همچنین از طرفی با پیدایش و گسترش محیط و فضای مجازی در قالب دنیای موهوم اتصال شبکه‌های رایانه‌ای و ارتباط برخط از طریق اینترنت و شبکه‌های اجتماعی توازن دیرین و همزیستی کپی‌رایت و منافع عمومی

دستخوش آشفتگی گردیده است (شاکری، ۱۳۹۴: ۲۵). اجرای سیاست‌های درست در زمینه فرهنگ‌سازی، تربیت نیروهای متخصص و پیوستن به معاهدات الزام‌آور بین‌المللی، بخش اعظمی از مشکلات حوزه حقوق مالکیت معنوی را مرتفع می‌سازد. به مدد دخیل نمودن منابع اقتصادی و فرهنگی کشور و الزام بین‌المللی می‌توان خیلی از کژ رفتاری‌ها و دردهای حقوق مالکیت معنوی به‌ویژه در حوزه پوشش را التیام بخشید.

در واقع ضعف قانون در شفافیت، به‌روز شدن، اجرا، ضمانت اجرا، بازدارندگی و شمول سبب ایجاد ابهاماتی می‌شود و از طرفی قانون جدی گرفته نمی‌شود و مصادیق زیادی از نقض حقوق مالکیت معنوی از آن خارج می‌شود. لذا بازنگری در قوانین از مهم‌ترین نیازهای مالکیت معنوی در حوزه حجاب و عفاف به شمار می‌رود. با بررسی لایحه حمایت از مالکیت ادبی و هنری و حقوق مرتبط، می‌توان دریافت که این لایحه سعی نموده است تا نقاط ضعف گذشته را جبران نماید؛ اما همچنان ضمانت اجرای نقض قوانین، شفاف بیان نشده است و ابهاماتی دارد. همچنین بازدارندگی قوانین تشدید شده است، اما در عمل اجرای قوانین همچنان مشکل دارد که این مسئله می‌تواند ناشی از عدم فرهنگ‌سازی مناسب باشد. لایحه اخیر حجاب و عفاف سال ۱۴۰۲ قوه قضاییه که هنوز به تصویب مجلس و تأیید شورای نگهبان نرسیده است. تنها در مواد ۶ و ۷ لایحه به وظایف کارگروه ساماندهی مُد و لباس اشاره و بیان می‌دارد: «کارگروه ساماندهی مُد و لباس موظف است بر اساس معیارهای مصوب شورای فرهنگ عمومی، دستورالعمل طراحی، تولید و عرضه لباس و استانداردهای واردات لباس متناسب با سبک زندگی اسلامی خانواده محور و فرهنگ عفاف و حجاب را سالانه به دستگاه‌های اجرایی و کلیه صنوف و صنایع مرتبط ابلاغ نماید».

علی‌رغم اشاره ماده ۷ لایحه حجاب و عفاف به اینکه «اقلام مرتبط با عفاف و حجاب و ملزومات آن کالای فرهنگی محسوب می‌شود و وزارتخانه‌های امور اقتصادی و دارایی، صنایع و معادن، بازرگانی و فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان صداوسیما موظف‌اند در اعطای مشوق‌ها، تسهیلات و خدمات، وضع معافیت‌ها، تخفیف‌های تبلیغاتی، کاهش هزینه تأمین مواد اولیه تولید، کاهش هزینه‌های گمرکی و ایجاد فرصت‌های مناسب برای عرضه عمومی پوشاک متناسب با «سبک زندگی اسلامی خانواده محور و فرهنگ عفاف و حجاب» به‌عنوان کالای فرهنگی تعرفه‌گذاری و حمایت نمایند». باین حال هیچ اشاره‌ای به اعطای گواهی مالکیت معنوی به صاحبان ایده‌های خلاقانه حوزه حجاب و حمایت قانونی از حقوق پدیدآورندگان چنین اشخاصی نداشته و تنها در تبصره ماده ۷ این لایحه پوشاکی را که دارای شناسه یکپارچه ایرانی (شیمایا) نباشد، مشمول حمایت‌های مندرج در این ماده نمی‌داند. نکته قابل توجه در لایحه مذکور که به‌نوعی می‌توان توجه قانون‌گذار به موضوع حمایت مالی از حق مالکیت معنوی را از آن استنباط نمود موضوع ماده ۶۹ این لایحه است.

این ماده اشعار می‌دارد: «از تاریخ لازم‌الاجرا شدن این قانون، جزای نقدی و جریمه‌های حاصل از کشفیات واردات غیرقانونی پوشاک و لوازم آرایشی ده درصد افزایش می‌یابد. مبالغ حاصل از افزایش فوق به حساب خاصی نزد خزانه‌داری کل کشور واریز و در قالب بودجه سنواتی پنجاه درصد آن به وزارت صنعت و معدن و تجارت جهت انجام وظایف مندرج در این قانون و پنجاه درصد جهت حمایت از طراحان و انجام مأموریت‌ها به کارگروه ساماندهی مُد و لباس تخصیص می‌یابد». فراز پایانی این ماده به حمایت مالی از طراحان اشاره نموده است.

از نکات مهم دیگری که ضعف آن در فضای مجازی کشور احساس می‌گردد، نظارت مناسب است. با توجه به اینکه فضای مجازی مجموعه‌ای از فناوری‌های نوین است، به همین خاطر نظارت به آن نیز باید از جنس فناورانه باشد (بروجردی و همکاران، ۱۳۹۶: ۹۶). استفاده از فناوری‌های نوین در ارتقای امنیت، افزایش آگاهی، کشف موارد نقض حقوق مالکیت معنوی مؤثر است که به نوعی ناظر بر کنترل و نظارت در این عرصه است. این امر ناشی از گسترش روزافزون اطلاعات و محتوا و اهمیت یافتن اطلاعات در این عرصه است. یکی از رایج‌ترین مفاهیمی که به این امر نسبت می‌دهند، مفهوم جامعه اطلاعاتی است. بدان معنا که دانش و اطلاعات در حال تبدیل شدن به عوامل کلیدی در توسعه اقتصادی و اجتماعی است، لذا با توجه به اهمیت فناوری‌های نوین اطلاعاتی، می‌توان نقش بی‌بدیلی در زمینه حقوق مالکیت معنوی در فضای مجازی داشته باشد (Munhall, 2020: 46).

استفاده نکردن از هوش مصنوعی، عدم استفاده از بلاک چین،^۱ فقدان مرجع آنلاین تخصصی ارائه مشاوره، وعدم نظارت مستمر بر محتواهای بازگذاری شده از جمله ضرورت‌های سیاست‌گذاری فنی حوزه مالکیت معنوی است که نیازمند توجه سیاست‌گذاران است. محتواهای قرارگرفته در این فضا از جمله آثار و ایده‌های خلاقانه عرصه پوشش نیز باید به‌دقت با استفاده از فناوری‌های نوین رصد شود تا نخست امنیت آن‌ها تضمین شود و سپس در صورت نقض حقوق مالکیت معنوی، شناسایی و مورد حمایت قرار گیرد. در روزگاری که کعبه آمال اغلب طراحان لباس در نرم‌افزار پینترست و شبکه‌های اجتماعی خلاصه می‌شود، عصر دیجیتال به‌عنوان شمشیری دو لبه، دنیای مد را در سیطره خود قرار داده است. یک روی سکه تسهیل کار برای مقلدان این حوزه است و روی دیگر آن سکوی پرشی برای تکثیر ایده‌ها و حمایت از آن‌هاست؛ به‌طوری‌که الگو نمایی برای رقابت تنگاتنگ صاحبان اثر را رقم می‌زند.

حقوق مالکیت معنوی و اقتصاد دانش‌بنیان رابطه تنگاتنگی با یکدیگر دارند، به‌گونه‌ای که یکی از ارکان اقتصاد دانش‌محور وجود سیستم مناسب حقوق مالکیت فکری است (امامی، ۱۴۰۱: ۴۶). صنعت مُد و طراحی پوشش حقی است از حقوق مالکیت معنوی که می‌تواند از پایه‌های اقتصاد دانش‌بنیان به

شمار آید. لازمه تحقق اقتصاد دانش‌محور وجود یک سیستم مناسب و قوی حقوق مالکیت معنوی در کشور است که انتخاب این سیستم نیز خود کاملاً بستگی به شرایط آن جامعه و تحلیل استراتژیک و ارزیابی تهدیدات و فرصت‌های آن اقتصاد و جامعه دارد که با پیمودن گام‌های اساسی و متوالی عملی خواهد بود. هر جامعه‌ای متناسب با نیازهایش، نیازمند سیستم خاص حقوق مالکیت معنوی خودش است. کشورهای ترکیه و مالزی خیلی سریع‌تر از ایران به کنوانسیون‌های برن و سایر کنوانسیون‌های مربوط پیوسته‌اند. در ایران به نظر می‌رسد تلاش‌های صورت گرفته در این زمینه دارای نظام خاصی نبوده و به همین دلیل در هر دوره با شکست روبه‌رو شده است (رادمنش و سلامی، ۱۳۹۴: ۷۴). از دیگر متولیان سیاست‌گذار و حامی حقوق مالکیت معنوی می‌توان به سازمان مالکیت معنوی اشاره نمود. سازمان مالکیت معنوی که تحت تأثیر سازمان جهانی مالکیت معنوی در ایران ایجاد شده است، دارای وظایفی در راستای اهداف جهانی حمایت از مالکیت معنوی است. هدف اصلی از تشکیل سازمان مالکیت معنوی پیشبرد حمایت از مالکیت معنوی در همه جهان از طریق همکاری با سایر کشورهاست. البته برای حمایت گسترده‌تر از این صنعت باید به روابط میان اتحادیه‌ها و سازمان‌های چندملیتی و بین‌المللی نیز توجه کرد. از جمله وظایف سازمان مالکیت معنوی می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

«ارتقاء توسعه تدابیر پیش‌بینی شده برای تسهیل حمایت مؤثر از مالکیت معنوی در سراسر جهان و هماهنگی قوانین ملی در این زمینه، انجام وظایف اداری اتحادیه پاریس، اتحادیه‌های ویژه‌ای که در رابطه با این اتحادیه تأسیس شده‌اند و اتحادیه برن، قبول یا شرکت در اجرای هرگونه موافقت‌نامه بین‌المللی که به منظور بالا بردن حمایت از مالکیت معنوی تنظیم شده باشد، تشویق انعقاد قراردادهای بین‌المللی مربوط به ارتقاء حقوق مالکیت معنوی، پیشنهاد همکاری به کشورهایی که خواهان کمک‌های حقوقی - فنی در زمینه مالکیت معنوی می‌باشند، جمع‌آوری و انتشار اطلاعات مربوط به حمایت مالکیت معنوی و همچنین انجام و توسعه مطالعات در این زمینه و مبادرت به چاپ نتایج به دست آمده، حمایت از خدماتی که حمایت بین‌المللی مالکیت معنوی را تسهیل کند و در صورت اقتضاء اقدام به ثبت در این زمینه و انتشار اطلاعات مربوط به آن، انجام هرگونه اقدام مقتضی دیگر» (<https://iripo.ssaa.ir>). با عنایت به وجود چنین سازوکاری در کشور، انتظار می‌رود سازمان مذکور نیز در راستای تحقق مأموریت‌های خود تدابیر لازم در راستای حمایت قانونی از حق مالکیت معنوی طراحان و صاحبان ایده‌های خلاقانه حوزه حجاب و عفاف را عملاً محقق سازد.

نتیجه‌گیری

حق مالکیت پدیدآورندگان آثار به‌ویژه صاحبان ایده‌های خلاقانه در حوزه حجاب و عفاف هم در زمره حق معنوی و هم در شمار حق اقتصادی بایسته‌ی حمایت قانونی می‌باشند. در این راستا ضرورت دارد تا

سیاست‌گذاران و قانون‌نویسان تمهیداتی فراهم نمایند تا امکان بهره‌برداری مادی از ثمره تلاش و کوشش پدید آورنده اثر در انحصار صاحب آن قرار گرفته و تکثیر و انتشار و یا انتقال آن به عموم بدون کسب اجازه پدید آورنده ممنوع باشد. حقوق مالکیت معنوی و محصولات فکری که بر اساس ایده و فکر خلاقانه تولید شده باشند، ارزش اقتصادی داشته و منافی را هم برای فرد و هم برای جامعه به ارمغان می‌آورد. لذا اطلاق عنوان کار بر روی تولید آثار فکری از جمله ایده‌های خلاقانه حوزه حجاب و عفاف صحیح است. بنابراین با توجه به ضرورت‌های اجتماعی و حمایت‌نخبگان از این حقوق، باید طبق اصل سیره عقلا به مشروعیت آن حکم داد. حمایت قانونی از طراحان مُد و لباس، به رسمیت شناختن حق مالکیت معنوی آنان و اعطای گواهی‌نامه حق مالکیت معنوی به ایشان هم موجب امنیت روانی جامعه می‌گردد و هم اقدامی مؤثر در راستای ساماندهی پوشش در اجتماع خواهد شد.

لازم است تا سیاست‌گذاران حقوقی، ضعف قانون در شفافیت، به‌روز شدن، پیش‌بینی ضمانت‌اجراهای قوی، بازدارندگی و شمول و در مواردی بازنگری در قوانین را که از مهم‌ترین نیازهای مالکیت معنوی در حوزه حجاب و عفاف به شمار می‌روند را در دستور کار خود قرار دهند. از طرفی، استفاده از فناوری‌های نوین همچون هوش مصنوعی، کاربست بلاک چین، ایجاد مرجع آنلاین تخصصی ارائه مشاوره، و نظارت مستمر بر محتواهای بارگذاری شده در عرصه حجاب و عفاف از جمله ضرورت‌های سیاست‌گذاری فنی حوزه مالکیت معنوی است که نیازمند توجه سیاست‌گذاران است.

توجه به این دو مقوله مهم در ارتقای امنیت، افزایش آگاهی و کشف موارد نقض حقوق مالکیت معنوی مؤثر است. از طرفی اجرای سیاست‌های درست در زمینه فرهنگ‌سازی، تربیت نیروهای متخصص و پیوستن به معاهدات الزام‌آور بین‌المللی، بخش اعظمی از مشکلات حوزه حقوق مالکیت معنوی را مرتفع می‌سازد. به مدد دخیل نمودن منابع اقتصادی و فرهنگی کشور و الزام بین‌المللی می‌توان خیلی از کژ رفتاری‌ها و دردهای حقوق مالکیت معنوی به‌ویژه در حوزه پوشش را التیام بخشید. مضافاً آنکه آموزش مفهوم مالکیت معنوی و کاربرد آن در بستر رسانه‌های جدید و طرح مباحث اخلاقی و شفاف‌سازی حدود اخلاق نیز می‌تواند گام مؤثری در زمینه حل مسائل و مشکلات حقوق مالکیت معنوی باشد. اگرچه وجود اینترنت باعث شده است تا پتانسیل نقض حقوق طراحان مد افزایش پیدا کند، با این حال با توجه به گسترش فناوری‌های دیجیتال، ادله الکترونیکی و قراردادهای در حوزه پوشاک نیز باید از نظر قانون‌گذار معتبر و در صورت سرقت و کپی‌کاری قابل پیگرد قانونی باشد. ضرورت دارد تا سازمان‌های متولی حمایت از حق مالکیت معنوی همچون سازمان مالکیت معنوی، کارگروه ساماندهی مُد و لباس کشور و بنیاد ملی مربوطه و سایر متولیان باید تلاش نمایند تا در شرایطی که کپی‌برداری از الگوهای خارجی و داخلی با صرفه‌جو محوری پیوند خورده و نبود حمایت‌های قانونی جدی از مالکیت معنوی حوزه مُد و لباس خدشه‌دار گردیده است، نقش مؤثر خود را ایفا نمایند.

فهرست منابع

- امامی، اسدالله. (۱۴۰۱). *حقوق مالکیت معنوی*. (جلد اول). تهران: نشر میزان.
- بروجردی، مهدخت و صدیق یزدچی، امیرسعید. (۱۳۹۶). تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی و قومی در ایران. فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات رسانه‌های نوین، ۳(۱۲).
- بروین، خیرالله و اصحابی، فاطمه. (۱۴۰۱). *دعای متضمن نفع عمومی ظرفیتی در احیای حقوق عامه؛ مطالعه موردی تطبیقی*. پژوهش تطبیقی حقوق اسلام و غرب.
- حبیبی مجنده، محمد. (۱۳۹۵). *حق دسترسی به اطلاعات و کپی‌رایت در فضای مجازی*. فصلنامه علمی - پژوهشی حقوق پزشکی، ۱۰(۵).
- حکمت‌نیا، محمود و موحدی ساوجی، محمد. (۱۳۸۵). جایگاه مبانی نظری در فهم و ترسیم نظام مالکیت فکری. فصلنامه علمی - پژوهشی حقوق اسلامی، ۲(۸).
- خانیکی، هادی و بصیریان جهرمی، حسین. (۱۳۹۲). کنشگری و قدرت در شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه کارکردهای فیس‌بوک در فضای واقعی). فصلنامه علمی - پژوهشی علوم اجتماعی، ۶۱.
- رادمنش، علیرضا و سلامی، رضا. (۱۳۹۴). *نقش حقوق مالکیت معنوی در تحقق اقتصاد دانش‌محور*. اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، اقتصاد، حسابداری و علوم تربیتی، ساری.
- رئیزی، محسن و آقایی بجستانی، مریم. (۱۳۹۵). *حقوق مالکیت معنوی در فقه امامیه و قوانین موضوعه ایران*. فصلنامه پژوهش‌های فقه و حقوق اسلامی، ۱۲(۴۵).
- شاکری، یاسر. (۱۳۹۴). *بررسی نقش حقوق مالکیت فکری بر نوآوری و توسعه اقتصادی*. اولین کنفرانس بین‌المللی حقوق و توسعه پایدار جامعه مدنی.
- شیخی، مریم. (۱۳۸۴). *چالش‌های حقوق مالکیت فکری در حوزه سلامت*. فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، ۵(۲۰).
- صادقی، حسین. (۱۴۰۰). *حمایت از حق مؤلف در فضای سایبر در حقوق ملی و اسناد بین‌المللی*. فصلنامه دیدگاه‌های حقوق قضایی، ۱۹(۶۵).
- عباسی، محمود؛ معین اسلام، محمد و اکرمی، فروزان. (۱۳۹۴). جایگاه و چالش‌های ایران در حمایت بین‌المللی از حقوق مالکیت آثار ادبی و هنری. فصلنامه علمی - پژوهشی حقوق پزشکی، ۹.
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۴). *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ* (جلد اول، چاپ چهارم، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز). تهران: طرح نور.
- گیاهپور، هادی. (۱۳۹۵). *پرویش علوم انسانی، مبانی حقوق مالکیت معنوی*. پرویش علوم انسانی، ۲(۵).
- ماهرخ مقدم، مژده؛ مجیدی قهرودی، نسیم و مظفری، افسانه. (۱۳۹۹). *شناسایی عوامل مؤثر بر حقوق مالکیت معنوی در فضای مجازی*. مطالعات رسانه‌های نوین، ۶(۲۳)، ۲۵۹-۲۸۴.

<https://doi.org/10.22054/nms.2021.44138.7>

محمد اسماعیل، صدیقه. (۱۳۸۷). *حق مؤلف در وبلاگ‌ها*. فصلنامه دانش‌شناسی، ۱(۳).

محمدی عمید، صالحی مازندرانی، محمد و زاهدی، مهدی. (۱۳۹۶). *حمایت از حق شهرت در پرتو حقوق مالکیت*

فکری با رویکرد تطبیقی. پژوهش‌های حقوق تطبیقی، ۲۱(۳).
معمد نژاد، رؤیا. (۱۳۹۶). قانون‌گذاری در عرصه دیجیتال و برنامه توسعه پایدار (با تأکید بر جمهوری دیجیتال).
فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۳(۴۹).

References

- Dusolliert, Severine. Oullet, Yves. & Buydens, Mireille (2020). Copyright and Access to Information in the Digital Environment, in UNESCO. Copyright Bulletin. 34(4): PP: 4-36.
- Edosomwan, Aifuwa (2019). Protecting intellectual property rights in Nigeria: A review of the activities of the Nigerian Copyright Commission, World Patent Information. Vol 58, PP: 1-7.
- Emami, S. M., & Amidi Mazaheri, N. (2020). Formulation of the Muslim Women Hijab in Europe: from European Identity to Cultural Rights. *Gender and Family Studies*, 8(1), 11-39.
- John R. Bowen and Mathias Rohe. (2020). 'Juridical Framings of Muslims and Islam in France and Germany' John R. Bowen, Christophe Bertossi, Jan Willem Duyvendak and Mona Lena Krook (eds.) *European States and Their Muslim Citizens* (CUP 2020).
- June Edmunds (2018). 'The 'new' barbarians: governmentality, securitization and Islam in Western Europe' 6 *Contemporary Islam* 67.
- Mermin, Jonathan (2001). Interpreting the Federal Trademark Dilution Act of 1995: The logic of the Actual Dilution, *Boston College Law Review*, Volume 42, Issue 1 Number 1.
- Munhall, Pennsylvania (2020). *Nursing Research: A Qualitative Perspective*, Jones & Bartlett Learning; 5th editions.
- Mullick, Souvanik and Nanaulia, Await, (2018), protecting celebrity rights through intellectual property conceptions, *NUJS Law Review*.
- Pina, Carolina (2014), The Role Of IP For Athletes And Image Rights, GARRIGUES, Available At: [Http://www.wipo.int/meetings/en/doc_details.jsp?doc_id=291665](http://www.wipo.int/meetings/en/doc_details.jsp?doc_id=291665) Last Visited: 1 December 2016. WIPO/REG/IP/SPORT/SIN/14/T/11.
- Vincent M. (2001). de Gradpre, Understanding the Market for Celebrity: An Economic Analysis of the Right of Publicity, *Fordham Intellectual Property, Mediaand Entertainment Law Journal*, Vol.12, Issue 1, Article.2.
- Whittaker, Jason (2014). *The Cyberspace handbook*, London and New York, Routledge Publication.
- <http://shimaco.farhang.gov.ir>, available at: 4/07/2023
- <http://www.iranmode.com>
- <https://www.honaronline.ir>
- <https://www.islamquest.net/fa/archive/fa7117>
- <https://iripo.ssaa.ir>
- <https://www.farsnews.ir/news/14000506000482/>

In Persian

- Abbasi, Mahmoud; Moin Islam, Mohammad, Akrami, Forozan (2014), Iran's position and challenges in international support of the property rights of literary and artistic works, *Medical Law Scientific-Research Quarterly*, 9, pp. 46-11.
- Boroujerdi, Mahdekht; Siddiq Yazdchi and Amir Saeed (2016), The effect of virtual space on national and ethnic identity in Iran, *Scientific-Research Quarterly of New Media Studies*. 3(12) pp. 88-110.
- Castells, Manuel (2005), *the era of information, economy, society and culture*. Translated by Ahad Aliglian and Afshin Khakbaz, first volume, fourth edition, Tehran, Tetanur.
- Emami, Asadullah (2022), *intellectual property rights*, first volume, Mizan publishing house, Tehran.
- Ghadipour, Hadi (2015), *Humanities Survey, Fundamentals of Intellectual Property Rights*, 2nd Year, Vol. 5, pp. 50-36
- Habibi Majandeh, Mohammad (2015) Right of Access to Information and Copyright in Cyberspace, *Scientific-Research Quarterly of Medical Law*. 10(5), pp. 35-7
- Hikmat Nia, Mahmoud & Movahdi Savji, Mohammad (2006), the position of theoretical foundations in understanding and delineating the intellectual property system, *Islamic Law Scientific-Research Quarterly*. 2(8), pp. 104-89
- Khaniki, Hadi & Basirian Jahormi, Hossein (2013), *Activism and Power in Virtual Social Networks (Study of Facebook Functions in Real Space)* *Scientific-Research Quarterly of Social Sciences*, 61, pp. 45-80
- Maherkh Moghadam, Mojdeh; Majidi Kahrodi, Nasim; Mozafari, Afsana (2019), Identifying factors affecting intellectual property rights in cyberspace. *New Media Studies* 6 (23), 259-284. doi: 10.22054/nms.2021.44138.7
- Mohammad Ismail, Siddique (2008), copyright in Webalgha, *Epistemology Quarterly*, 1(3), pp. 87-99.
- Mohammadi Omid, Salehi Mazandarani Mohammad, Zahedi Mehdi (2017), Protection of the right to fame in the light of intellectual property rights with a comparative approach. *Comparative law studies*, 21(3): 185-214.
- Motamedanjad, Roya (2016), *Legislation in the Digital Field and Sustainable Development Program (with an emphasis on the Digital Republic)* *Quarterly Journal of the Iranian Association for Cultural Studies and Communications*, 13(49), pp. 185-234.
- Parveen, Khairullah & Ashabi, Fatemeh (2022). *Lawsuits implying the public interest in the restoration of public rights; A comparative case study*. *Comparative research of Islamic and Western law*, 9(4), 1-32. doi: 10.22091/csiw.2022.8223.2280
- Raisi, Mohsen, Aghaei Bejestani, Maryam (2016) Intellectual property rights in Imami jurisprudence and related laws of Iran, *Islamic Jurisprudence and Islamic Law Research Quarterly*, 12(45), pp. 51-70.
- Rod Menesh, Alireza, Salami, Reza (2014), the role of intellectual property rights in the

realization of a knowledge-based economy, the first international conference on management, economics, accounting and educational sciences, Sari.

Sadeghi, Hossein (2021), protection of the author's right in cyber space in national law and international documents, *Judicial Perspectives Quarterly*. 19(65), pp. 37-62.

Shakri, Yasser (2014), investigating the role of intellectual property rights on innovation and economic development, the first international conference on rights and sustainable development of civil society.

Sheikhi, Maryam (2014), Intellectual property rights in the field of health, social welfare research quarterly, fifth year, number 20, pp. 32-50.