



Legal Protectability of Clothes Design in Literary and Artistic Law of Iran and America

Sayyed Mohammad Hadi Ghabooli Dorafshan

Associate Professor, Department of Islamic Jurisprudence and Principles of Islamic Law, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran. h.ghaboli@um.ac.ir

Abstract

Clothes designing is highly considered as one of the most crucial components of the clotheproduction, marketing and sales process which might be relevant to the shape or its patterns. If these designs meet the conditions stipulated in the laws, they will enjoy literary and artistic property rights. While in American law, the conditions of protecting legally refer to originality and fixation in a tangible medium. Simultaneously, in America, granting copyright to clothes designs, even assuming that the conditions of protection being fulfilled, encounters the important obstacle as its applicability. In Iran 's law, according to the Law on the Protection of Authors' and Composers' Artists' Rights, clothes design might be protected if they are original and expressed. Referring the Law on Regulating Fashion and Clothes, taking into account the necessity of adhering to the original values of the society and maintaining veil and Public Chastity, has foreseen the condition of adapting Iranian-Islamic symbols for the copyrightability of clothes designs. The results of this article, has been vividly depicted with a descriptive-analytical method, the Iranian legislator has preferred maintaining public order and good morals over protecting the rights of creators of clothes designs, considered a worthy action.

Keywords: clothes design, good morales, author's right, public order, Iranian-Islamic culture.

Received: 2023/12/23 ; **Revised:** 2024/02/20 ; **Accepted:** 2024/03/02 ; **Published online:** 2024/03/26

How To Cite: Ghabooli Dorafshan, Sayyed Mohammad Hadi (2024). Legal Protectability of Clothes Design in Literary and Artistic Law of Iran and America, *Comparative Study on Islamic and Western Law*, 11(1), 145-160. doi.org/10.22091/CSIW.2024.10223.2484

Published by: University of Qom

© The Author(s)

Article type: Research



حمایت‌پذیری طرح‌های لباس در نظام حقوق ادبی و هنری ایران و آمریکا^۲

سید محمدهادی قبولی درافشان

دانشیار گروه فقه و مبانی حقوق اسلامی، دانشگاه فردوسی مشهد. h.ghaboli@um.ac.ir

چکیده

طرح‌های لباس به‌عنوان یکی از اجزای مهم فرآیند تولید، بازاریابی و فروش آن محسوب می‌شوند که ممکن است به شکل لباس مربوط شوند یا نقش‌های روی آن را دربرگیرند. این طرح‌ها در صورت دربرداشتن شرایط مقرر در قوانین، از حقوق مالکیت ادبی و هنری برخوردار می‌شوند. در حقوق آمریکا، شرایط حمایت عبارتند از اصالت و تثبیت در یک حامل ملموس. در عین حال، در آمریکا، اعطای کپی‌رایت به طرح‌های لباس، حتی در فرض تحقق شرایط حمایت، با مانع مهم کاربردی بودن پوشاک مواجه است. در حقوق ایران، با عنایت به قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان، طرح‌های لباس در صورت اصالت و تجسم خارجی حمایت خواهند شد. قانون ساماندهی مد و لباس، با در نظر گرفتن لزوم پایداری به ارزش‌های اصیل جامعه و حفظ حجاب و عفت عمومی، شرط مبتنی بودن بر نمادهای ایرانی-اسلامی را برای حمایت‌پذیری طرح‌های لباس پیش‌بینی کرده است. نتایج حاصل از این مقاله، که به روش توصیفی-تحلیلی نگارش یافته، حاکی از این است که قانونگذار ایرانی، حفظ نظم عمومی و اخلاق حسنه را بر حمایت از حقوق پدیدآورندگان طرح‌های لباس ترجیح داده است که اقدامی شایسته محسوب می‌شود.

کلیدواژه‌ها: طرح لباس، اخلاق حسنه، حق مؤلف، نظم عمومی، فرهنگ ایرانی-اسلامی.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۰۲؛ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۲/۱۲/۰۱؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۱۲؛ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۳/۰۱/۰۷
استاد به این مقاله: قبولی درافشان، سید محمدهادی (۱۴۰۳). حمایت‌پذیری طرح‌های لباس در نظام حقوق ادبی و هنری ایران و آمریکا، پژوهش تطبیقی حقوق اسلام و غرب، ۱۱(۱)، ۱۴۵-۱۶۰. doi.org/10.22091/CSIW.2024.10223.2484

نوع مقاله: پژوهشی

© نویسندگان

ناشر: دانشگاه قم

این مقاله در هفتمین کنگره علوم انسانی اسلامی ارائه شده است.



مقدمه

امروزه طراحی لباس، به عنوان یکی از مصادیق مد، اهمیت فوق‌العاده‌ای یافته است. طراحان لباس، برای موفقیت در جذب مشتری، تلاش زیادی می‌کنند. بدون خلق طرح‌های جدید لباس، که متناسب با ذوق و سلیقه مصرف‌کنندگان باشد، بقای در بازار امکان‌پذیر نخواهد بود. اهمیت این مسأله زمانی بیشتر آشکار می‌شود که به نکته کلیدی تغییر دیدگاه‌های مصرف‌کنندگان نسبت به طرح لباس‌ها توجه کنیم. در واقع، تحولات جوامع چنان با سرعت رخ می‌دهد و به تبع آن، تمایل افراد به پوشیدن لباس‌های جدید و متنوع به‌صورتی تغییر می‌کند که نادیده گرفتن آنها موجب جا ماندن از قافله و کاهش فروش و گاه ورشکستگی طراحان، تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک خواهد شد.

طرح‌های جدید و مبتکرانه که بتوانند با دیده شدن توسط مصرف‌کنندگان، برای آنها چشم‌نواز و مطلوب به نظر برسند و در نهایت این قشر را به خرید لباس تشویق کنند، یادآور موضوع مهم و اساسی حقوق مالکیت فکری است که به تراوش‌های ذهنی و فعالیت‌های فکری اصیل اعطا می‌شود. در حقیقت، بدون برخورداری از این حقوق، طراحان و تولیدکنندگان پوشاک، تمایلی برای پرورش ایده‌های نو و آفریدن طرح‌های جدید نخواهند داشت و در نتیجه، تصور وجود بازار پویای لباس و حضور و تقاضای گسترده مصرف‌کنندگان برای خرید، غیرممکن خواهد بود. دلیل چنین رکود و شکستی واضح است: در صورت فقدان حمایت یا عدم حمایت کافی از صاحبان ایده‌های خلاقانه در حوزه طراحی لباس، متقلبان و سودجویان با سوءاستفاده از حاصل تلاش‌های فکری و سرمایه‌گذاری‌های دیگران، عین طرح‌ها یا مشابه آنها را برای لباس‌های تولیدی خود به کار می‌برند و علاوه بر دارا شدن ناعادلانه و عاری از هر گونه کوششی، میزان فروش و عوائد مالکان طرح لباس را کاهش می‌دهند و گاه با عرضه محصولات بی‌کیفیت به اعتبار تجاری مالکان که ممکن است وقت زیاد و هزینه هنگفتی را برای خلق یک طرح صرف کرده باشند لطمه جبران‌ناپذیری وارد می‌کنند.

از جمله قالب‌های تصورپذیر در قلمرو حقوق مالکیت فکری برای حمایت از طرح‌های لباس، حقوق مالکیت ادبی و هنری یا کپی‌رایت است^۱ که می‌تواند تحت شرایط معینی به طراح یا سرمایه‌گذار تعلق گیرد. طراحی مدهای جدید برای پوشاک، ممکن است توسط خود شخص یا از طریق سفارش یا استخدام انجام شود. در حالت نخست، حقوق مالکیت فکری به طراح تعلق دارد و در حالت‌های دوم و سوم، استخدام‌کننده یا سفارش‌دهنده مالک حقوق یادشده خواهند بود.^۲

۱. در برخی آثار، پیشنهاد شده است نظام ویژه‌ای برای حمایت از اینگونه آثار تدوین شود (شیبیری زنجانی، مهدویان، ۱۳۹۵: ۶۸ به بعد).

۲. برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک. معین اسلام، عرفان‌منش، ۱۳۹۳: ۲۱۲ به بعد.

اما مسأله مهمی که در بحث حمایت از مد و طراحی پوشاک باید مدنظر قرار گیرد، انطباق این موارد با فرهنگ اصیل ایرانی - اسلامی است که نتیجه آن از یک سو، حفظ، تقویت و ترویج طرح‌های برگرفته از فرهنگ غنی کشور و از سوی دیگر، پاسداشت ارزش‌ها و مبانی ایرانی - اسلامی است. بی‌تردید، توجه به آموزه‌های ملی و دینی که ضرورت پوشش مناسب و متعارف افراد را مورد تأکید قرار می‌دهد، نقش مهمی در حفظ نظم عمومی و محافظت از بنیان خانواده‌ها و برقراری آرامش روانی در جامعه ایفا خواهد کرد.

با عنایت به مطالب فوق، در این مقاله، برای آشنایی با موضوع، ابتدا مفهوم طرح لباس را بیان می‌کنیم. سپس از کپی‌برداری به عنوان مهم‌ترین چالش پیش روی طراحان لباس سخن خواهیم گفت. سپس حمایت از طرح‌های لباس به موجب حق مؤلف (کپی‌رایت) را نخست در حقوق آمریکا و در ادامه در حقوق ایران بررسی می‌کنیم. بدیهی است که در حقوق ایران تأکید بر ضرورت انطباق این طرح‌ها با فرهنگ ایرانی - اسلامی خواهد بود.

۱. مفهوم طرح لباس

مطابق برخی تعاریف، در زمینه مد لباس، طرح عبارت است از «ظاهر کلی یک پوشاک شامل تزیینات آن» (U.S Congress, 2006: sec.1). در تعریف مشابهی، مراد از طرح، ظاهر بصری یک محصول دانسته شده است مانند یک دامن چین‌دار یا برش یا الگوی تزیینی روی یک پیراهن (Australian Fashion Council, 2012: 8). دیوید نیمر، از حقوق‌دانان معروف کپی‌رایت آمریکا، معتقد است باید بین دو مفهوم «طرح‌های پارچه»^۱ و «طرح‌های پوششی»^۲ که اصطلاح طرح مد بر آنها صدق می‌کند تفکیک کنیم. طرح‌های پارچه الگوهایی هستند که بر روی پارچه‌ای قرار دارند که برای پوشش استفاده می‌شود، مانند طرح گلدار تکرار شده بر روی یک بلوز و طرح‌های پوششی که از نظر گرافیکی، شکل، مدل، برش و ابعاد به کار رفته برای تبدیل پارچه به یک لباس یا پوشاک کامل دیگر را تشکیل می‌دهند (Witzburg, 2017: 1135).

۲. کپی‌برداری: مهم‌ترین چالش طرح‌های لباس

بر اساس یکی از منابع کمیسیون اتحادیه اروپایی، مشکلات عمده صنعت مد عبارتند از: جعل، کپی کردن محصولات دیگری و رقابت غیر منصفانه (European IP Helpdesk, 2020: 2) که در ذیل به تعریف آنها می‌پردازیم.

الف) جعل:^۳ عبارت است از تولید نسخه یک کالای پوشاک یا لوازم فرعی مشتمل بر علامت تجاری

1. Fabric Designs
2. Dress Designs
3. Counterfeiting

طراح و معمولاً با کیفیت پایین‌تر از محصول اصلی؛ در این فرض، با یک نسخه دقیق از طرح یا محصول مواجهیم. محصولات جعلی غالباً از روی محصولات برندهای مشهور و محبوب ساخته می‌شوند (Mulgund, 2022: 315).

ب) کپی کردن محصولات دیگری:^۱ منظور از این اصطلاح، تولید محصولاتی است که طرح و الگوی دیگری را بدون استفاده از علامت تجاری اصلی کپی می‌کنند؛ و

ج) رقابت غیرمنصفانه:^۲ استفاده از علامت تجاری ثبت نشده یا ویژگی یک شرکت دیگر به منظور بهره‌مندی از اعتبار و شهرت شرکت یادشده.

در غالب موارد، کپی برداری از طرح دیگری، به دلیل پایین بودن کیفیت محصول جدید، نه تنها شخص متخلف را از منافعی که باید نصیب دارنده طرح می‌شد محروم می‌کند، بلکه به شهرت و اعتبار او لطمه وارد می‌کند (Hedrick, 2008: 217). طراحان مد سالانه میلیون‌ها دلار به سبب سرقت ادبی طرح‌های خود زیان می‌بینند. سارقان ادبی طرح‌ها، طراحان خود را به نمایشگاه‌های مد می‌فرستند تا طرح‌هایی را که نمایش داده می‌شود ترسیم و پیش از ورود طرح اصلی به بازار، آن را تولید کنند. در پرونده *Johnny Carson Apparel, Inc. v. Zeeman Manufacturing Co* خوانده که یک کت و شلوار طراحی شده توسط خواهان را خریده بود، برای اینکه بتواند یک کپی از آن تهیه کند، آن را شکافت و دوباره سرهم کرد. شرکت‌های دیگر، یک لباس را که قصد نسخه‌برداری از آن را دارند برای تولیدکنندگان خود می‌فرستند و صریحاً از آنها می‌خواهند از لباس به عنوان الگو برای کپی برداری استفاده کنند. برخی نیز، با نادیده گرفتن حقوق طراح، با مراجعه به تولیدکننده طرح از وی تقاضا می‌کنند طرح را به طور مستقیم برای آنها تکثیر کند (Dente, 2020: 28).

۳. حمایت از طرح‌های لباس به موجب حق مؤلف

سازمان جهانی مالکیت فکری، پوشاک را از جمله صنایع دارای کپی‌رایت نسبی می‌داند. منظور از صنایع مذکور صناعی است که در آنها، بخشی از فعالیت‌ها به آثار و موضوعات حمایت‌شده دیگر مربوط می‌شود و ممکن است شامل آفرینش، تولید و ساخت، اجرا، پخش، انتقال و نمایش و توزیع و فروش باشد. صرفاً آن بخش که به آثار و موضوعات حمایت‌شده دیگر، قابل انتساب است باید مشمول حمایت باشد (WIPO, 2015: 60).

از حقوق مالکیت ادبی و هنری، و به تعبیر رایج در حقوق آمریکا کپی‌رایت، به عنوان شیوه‌ای ایده‌آل برای حمایت از طرح‌های پوشاک یاد شده است، زیرا حمایت به موجب آن نیازمند ثبت نیست

1. Knock-off

2. Unfair Competition

(Tsai, 2005: 458) و به محض آفرینش اثر، کپی‌رایت به آن تعلق می‌گیرد؛ همچنین، بر خلاف حقوق اختراعات، اصالت در کپی‌رایت مستلزم تازگی نیست و ممکن است اثری علیرغم شباهت بسیار به آثار دیگر، البته به شرط اینکه حاصل کپی‌کردن نباشد، اصیل محسوب شود. به همین دلیل، برخی نویسندگان، کپی‌رایت را کارآمدترین منبع حمایت برای چنین طرح‌هایی تلقی کرده‌اند (Hedrick, 2008: 228). بعضی دیگر نیز با استناد به محدودیت وقت طراحان لباس و مدت زمان قابل توجه فرآیند دریافت حق اختراع و اینکه طرح به مجرد تجسم ملموس، از کپی‌رایت برخوردار می‌شود، کپی‌رایت را منطقی‌ترین شیوه‌ای می‌دانند که طراحان مد می‌توانند از آن برای حمایت از آثار خود استفاده کنند (Elrod, 2017: 585).

۴. حقوق آمریکا

مد در فرهنگ آمریکا نقش مهمی را ایفا می‌کند و درآمد حاصل از صنعت مد بیانگر نقش حیاتی آن در جامعه آمریکا است. در آمریکا، طراحی مد یک شغل پرطرفدار و بسیار رقابتی است. به دلیل وجود چنین صنعت پرسود و رقابتی، حمایت از حقوق مالکیت فکری طراحان، به منظور حفظ منافع صنعت مد در آمریکا، امری ضروری است (Macey, 2012: 381).

در حقوق آمریکا، مطابق بند (a) بخش (۱۰۲) قانون کپی‌رایت، شرایط برخورداری اثر از کپی‌رایت عبارتند از اصالت و تثبیت اثر در یک حامل ملموس.^۱ لازم به ذکر است که حمایت کپی‌رایت از صنعت مد همیشه در آمریکا موضوع بحث و جدل‌های فزاینده‌ای بوده است (Elrod, 2017: 584). با آنکه طرح‌های مد، علی‌الظاهر، شرایط مذکور را محقق می‌کنند، طراحان آنها برای دریافت کپی‌رایت با چالش‌هایی مواجه بوده‌اند که از قلمرو حمایت اعطا شده توسط قانون یادشده ناشی می‌شود که اشیای کاربردی^۲ را در بر نمی‌گیرد (Mrsa, 2021: 11) و طرح‌های لباس جزء اشیای کاربردی محسوب می‌شوند.^۳ به موجب بخش ۱۰۱ قانون کپی‌رایت، منظور از اصطلاح اخیر، «شیئی است که یک عملکرد ذاتا عملی دارد که هدف از آن، صرفا به تصویر کشیدن ظاهر کالا یا انتقال اطلاعات نیست».^۴ البته باید توجه داشت که اگرچه خود اشیای کاربردی حمایت‌پذیر نیستند اما برخی جنبه‌های زیبایی‌شناختی یا خلاقانه چنین اشیایی می‌تواند حمایت شود (Yeh, 2011: 1). طرح‌های اشیای کاربردی صرفا در صورتی

1. Copyright protection subsists, in accordance with this title, in original works of authorship fixed in any tangible medium of expression, now known or later developed, from which they can be perceived, reproduced, or otherwise communicated, either directly or with the aid of a machine or device.

2. Useful Articles

3. <https://www.govinfo.gov/content/pkg/CHRG-109hhr28908/html/CHRG-109hhr28908.htm> (last visited: 10/20/2023).

4. A “useful article” is an article having an intrinsic utilitarian function that is not merely to portray the appearance of the article or to convey information.

مطابق قانون کپی‌رایت حمایت می‌شوند که مشتمل بر ویژگی‌های تصویری، گرافیکی یا مجسمه‌ای باشد که به‌طور مجزای از ویژگی‌های کاربردی شیء، قابلیت شناسایی داشته و بتواند به صورت مستقل از آنها وجود داشته باشند.^۱ در هر حال، اگر جنبه‌های هنری لباس مد نظر قرار گیرد، این طرح‌ها برای حمایت‌پذیری، باید مصداق یکی از بندهای ماده (۱۰۲) قانون کپی‌رایت باشند که نزدیک‌ترین دسته به آنها، آثار تصویری، گرافیکی یا مجسمه‌ای مذکور در بند پنج جزء (a) ماده مذکور هستند. برای نمونه، تصویر موجود بر روی یک پیراهن، شایستگی حمایت در قالب کپی‌رایت را خواهد داشت در حالی که خود پیراهن به دلیل کاربردی بودن، حمایت نخواهد شد. به همین دلیل، هنگامی که یکی از عناصر طرح مد «از نظر فیزیکی یا مفهومی» از خود محصول قابل انفکاک باشد، حمایت محدودی به طرح اعطا خواهد شد. در نتیجه، بسیاری از طراحان تقاضای دریافت حمایت کپی‌رایت را مطرح نمی‌کنند زیرا صرفاً بخشی از طرح حمایت خواهد شد (Elrod, 2017: 584).

لازم به ذکر است که در حقوق آمریکا برخی معتقدند نمی‌توانیم طرح لباس را واقعاً به عنوان هنر در نظر بگیریم (Briggs, 2002: 5) که خود یکی از اسباب تشکیک در زمینه امکان برقراری کپی‌رایت برای این طرح‌ها است.

۵. حقوق ایران

در این قسمت، ابتدا حمایت از طرح‌های لباس را به موجب قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان ۱۳۴۸، به عنوان قانون مادر حق مؤلف ایران بررسی می‌کنیم و سپس، به قانون ساماندهی مد و لباس و مقررات مرتبط و ضرورت منطبق بودن طرح‌های لباس با مفاد آن می‌پردازیم.

۱-۵. قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان

طرح لباس زمانی از حقوق مالکیت ادبی و هنری برخوردار می‌شود که از شرایط حمایت برخوردار و مشمول یکی از آثار ذکر شده به موجب ماده دو قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان ۴۸ (قانون ۴۸) باشد.

ماده (۱) قانون ۴۸ اشعار می‌دارد: «از نظر این قانون به مؤلف و مصنف و هنرمند پدیدآورنده و به آنچه از راه دانش یا هنر و یا ابتکار آنان پدید می‌آید بدون در نظر گرفتن طریقه یا روشی که در بیان و یا ظهور و یا ایجاد آن بکار رفته اثر اطلاق می‌شود».

دقت در متن ماده یادشده نشان می‌دهد زمانی که چیزی اثر گفته می‌شود که دو شرط را دارا باشد: اول اینکه اصالت داشته و حاصل خلاقیت و ابتکار فرد باشد و بتوانیم آن را به شخصیت وی منتسب کنیم و

1. <https://www.govinfo.gov/content/pkg/CHRG-109hrg28908/html/CHRG-109hrg28908.htm> (last visited: 10/20/2023).

دوم اینکه به طریقی بیان شده باشد یعنی از ذهن وی خارج و به تعبیر دیگر، تجسم خارجی یافته باشد. در حقوق ایران، بر خلاف حقوق آمریکا، شرط تثبیت در حامل ملموس مقرر نشده (قبولی درافشان و دیگران، ۱۴۰۰: ۲۶۶) و بدیهی است که شیوه بیان تأثیری در حمایت‌پذیری آثار نخواهد داشت. پس اگر طراح، پس از تفکر کافی و در نتیجه خلاقیت خود، برای پوشاک خاصی طرحی را بیافریند و آن را به گونه‌ای مانند ترسیم بر روی کاغذ، بیان کند شرایط حمایت موجود و طرح از حق مؤلف برخوردار خواهد شد. گاه طرح لباس بر اساس طرح دیگری خلق می‌شود که در اینصورت دو حالت قابل تصور است: اولاً. طرح اصلی دارای حق مؤلف است. در این صورت، اذن دارنده حق مؤلف برای آفرینش طرح دوم ضروری است زیرا اثر دوم از آثار اشتقاقی محسوب می‌شود که حق تهیه آنها از حقوق مادی متعلق به دارنده است. بنابراین، در صورت عدم کسب اذن، طراح دوم ناقض حقوق مالکیت ادبی و هنری طراح اصلی خواهد بود. ثانیاً. طرح اصلی فاقد حق مؤلف است. چنین حالتی زمانی رخ می‌دهد که اثر در حوزه عمومی قرار داشته باشد مثلاً به این دلیل که مدت حمایت آن منقضی شده یا جزء آثار فولکلور باشد. در این فرض، اگر خلق اثر جدید، حاصل خلاقیت طراح باشد مورد حمایت قرار خواهد گرفت؛ در نتیجه، طرح لباسی که از ترکیب بدیع چند بیت شعر سعدی به وجود آمده باشد حمایت‌پذیر خواهد بود.

در حقوق ایران، حمایت از آثار ادبی و هنری مستلزم ثبت آنها نیست و در نتیجه، طرح مبتکرانه لباس که تجسم خارجی یافته باشد بدون نیاز به ثبت، حمایت می‌شود و طراح آن از حقوق مالکیت ادبی و هنری برخوردار می‌شود. در عین حال، به دلیل مزایایی که ثبت آثار در بر دارد، ماده (۲۱) قانون ۴۸ مقرر می‌کند: «پدیدآورندگان می‌توانند اثر و نام و عنوان و نشانه ویژه اثر خود را در مراکزی که وزارت فرهنگ و هنر با تعیین نوع آثار آگهی می‌نماید به ثبت برسانند. آیین‌نامه چگونگی و ترتیب انجام یافتن تشریفات ثبت و همچنین مرجع پذیرفتن درخواست ثبت به تصویب هیأت وزیران خواهد رسید».^۱

همان طور که ملاحظه می‌شود، ماده مذکور، لفظ می‌تواند را به کار برده که بیانگر اختیاری بودن ثبت است. در این راستا، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تارنمایی را بدین منظور راه‌اندازی کرده است که پدیدآورندگان، از جمله طراحان لباس، می‌توانند با مراجعه به آن، نسبت به ثبت آثار خود اقدام کنند.^۲ علاوه بر این، بر اساس دستورالعمل اجرایی صدور شناسه یکپارچه مد و لباس ایران (شیما) مصوب ۱۴۰۱/۲/۱۴ کارگروه ساماندهی مد و لباس، طراحان می‌توانند درخواست دریافت شناسه شیما را برای طرح‌های لباس در تارنمای مربوط^۳ ثبت کنند. طرح‌های موضوع تقاضا توسط کمیسیون بررسی

۱. آیین‌نامه اجرایی ماده (۲۱) قانون مذکور در تاریخ ۱۳۵۰/۱۰/۴ تصویب و در تاریخ ۱۳۷۹/۱۲/۱۴ اصلاح شده است.

2. <https://ircrs.farhang.gov.ir/web/Form.+?rg=MCG.RAW.UserPortal>

3. <https://shimaco.farhang.gov.ir/SitePages/Index.aspx>

می‌شوند و در صورت تأیید، شناسه شیما به آنها تعلق می‌گیرد و از مزایای مقرر در قانون ساماندهی مد و لباس و آیین‌نامه اجرایی آن برخوردار خواهند شد.

ماده (۲) قانون ۴۸ اثرهای مورد حمایت را در (۱۲) بند بیان کرده است. به نظر می‌رسد طرح پوشاک را بتوانیم مصداق بند پنج ماده یادشده بدانیم که آثار ذیل را حمایت‌پذیر می‌داند: «نقاشی و تصویر و طرح و نقش و نقشه جغرافیائی ابتکاری و نوشته‌ها و خطهای تزئینی و هرگونه اثر تزئینی و اثر تجسمی که بهر طریق و روش بصورت ساده یا ترکیبی بوجود آمده باشد».

در خصوص ماده فوق ذکر دو نکته ضرورت دارد:

اولاً. گاه طرح به شکل خود لباس مربوط می‌شود و در مواردی ممکن است نقاشی یا عکس یا یک نوشته بر روی لباس قرار داده شود که بسته به مورد، هر کدام از این آثار می‌توانند مصداق یکی از آثار ذکر شده در بند پنج ماده دو باشند. بدیهی است که در حقوق مالکیت ادبی و هنری ایران، نظریه اشیای کاربردی اعمال نمی‌شود و از حیث حمایت، تفاوتی بین هنر کاربردی و غیر آن نیست (قبولی درافشان، ۱۴۰۰: ۴۷۹) و در نتیجه، کاربردی بودن لباس مانع حمایت از طرح آن مطابق قانون ۴۸ نمی‌شود.

ثانیاً. طرح لباس ممکن است متعلق به تولیدکننده یا دیگری باشد. در فرض نخست، گاهی خود تولیدکننده طرح را خلق کرده و گاه شخص دیگری که در استخدام او است طرح را به وجود آورده است؛ در مواردی هم ممکن است آفرینش طرح، نتیجه قرار داد سفارش باشد یعنی تولیدکننده با انعقاد قرارداد، از یک طراح خواسته است طرح را به وجود آورد. فرض دیگر این است که حقوق مادی طرح به موجب قرارداد واگذاری، به تولیدکننده واگذار شده باشد.

بدیهی است که هم در آثار استخدامی و هم آثار سفارشی و هم در نتیجه قرارداد واگذاری، حقوق مادی ناشی از آفرینش طرح به تولیدکننده تعلق دارد اما از آنجا که در حقوق ایران، اثر را با شخصیت پدیدآورنده مرتبط می‌دانیم، حقوق معنوی مختص پدیدآورنده است و حتی قرارداد راجع به اسقاط یا انتقال آنها باطل محسوب می‌شود. در فرض دوم که طرح، یا همان اثر، به دیگری تعلق دارد، قرارداد مجوز بهره‌برداری از طرح بین پدیدآورنده و تولیدکننده منعقد و بر اساس آن، تولیدکننده می‌تواند طرح را در لباس‌های تولیدی خود به کار برد.

لازم به ذکر است که ماده هفت «آیین‌نامه نحوه نظارت بر فعالیت‌های حوزه مد و لباس»، به «نظارت برنامه‌ای» دبیرخانه کارگروه ساماندهی مد و لباس اختصاص دارد و در بند سه تحت عنوان «نظارت برامور طراحی، تولید و توزیع مد و لباس»، یکی از وظایف دبیرخانه مذکور را «حفظ حقوق طراحان لباس با توجه به قانون حمایت از حقوق مولفان و مصنفان و هنرمندان» اعلام کرده است.

۲-۵. قانون ساماندهی مد و لباس

مطابق ماده (۴) قانون ساماندهی مد و لباس مصوب ۱۳۸۵: «طرح‌ها و الگوهای تولید شده پارچه و لباس مبتنی بر نمادهای ایرانی - اسلامی مشمول حمایت قانونی حقوق مولفان و مصنفان و قانون ثبت اختراعات و مالکیت صنعتی خواهد بود».

با عنایت به نص ماده فوق، طرح‌های پارچه و لباسی مشمول حمایت دو قانون اصلی راجع به حمایت از حق مؤلف و حقوق مالکیت صنعتی^۱ هستند که بر نمادهای ایرانی - اسلامی مبتنی باشند. مفهوم مخالف ماده فوق‌الذکر این است که طرح و الگوی غیرمبتنی بر نمادهای ایرانی - اسلامی از حمایت در قالب حقوق مالکیت فکری برخوردار نخواهد بود. بنابراین، قانون ساماندهی مد و لباس، شرط جدیدی را برای حمایت‌پذیری طرح و الگوی لباس مقرر کرده است که در نتیجه آن، طرح‌های مذکور علاوه بر داشتن شرایط اختصاصی هر یک از قوانین حاکم، باید مبتنی بر نمادهای ایرانی - اسلامی هم باشند. در نتیجه، حقوق مالکیت ادبی و هنری در صورتی به طراح تعلق می‌گیرد که طرح با الهام از نمادهای ایرانی - اسلامی خلق شده باشد. چنین حکمی در قانون ۴۸ به عنوان قانون عام حمایت از آثار ادبی و هنری، دیده نمی‌شود. در واقع، شرط مبتنی بودن بر نمادهای ایرانی - اسلامی، حکم عام قانون ۴۸ را که از آثار به صرف اصالت داشتن و تجسم خارجی یافتن، حمایت می‌کند تخصیص زده و قلمرو آن را مضیق کرده است.

پیش‌بینی شرط مبتنی بودن بر نمادهای ایرانی - اسلامی، از اهتمام قانونگذار به حفظ هویت ایرانی - اسلامی جامعه و جلوگیری از نفوذ نمادهای بیگانه از طریق طرح و الگوی پارچه و لباس حکایت دارد. در این زمینه، ماده (۱) قانون فوق، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را مکلف کرده است کارگروه ساماندهی مد و لباس را با اهداف زیر تشکیل دهد:

«... حفظ و تقویت فرهنگ و هویت ایرانی - اسلامی، ارج نهادن، تبیین، تثبیت و ترویج الگوهای بومی و ملی، هدایت بازار تولید و عرضه البسه و پوشاک براساس طرح‌ها و الگوهای داخلی و نیز در جهت ترغیب عموم مردم به پرهیز از انتخاب و مصرف الگوهای بیگانه و غیرمانوس با فرهنگ و هویت ایرانی ...».

لازم به ذکر است که حتی در صورتی که ماده‌ای خاص بر ضرورت انطباق طرح‌های پارچه و لباس با فرهنگ ایرانی - اسلامی به منظور برخورداری از حقوق مالکیت فکری حکم نکند، از آنجا که حفظ فرهنگ ایرانی - اسلامی و تقید به باورها و ارزش‌های موجود در جامعه، از جمله لزوم رعایت حجاب و

۱. لازم به ذکر است که در زمان تصویب قانون ساماندهی مد و لباس، قانون ثبت علائم و اختراعات ۱۳۱۰ بر حقوق مالکیت صنعتی حاکم بوده است.

داشتن پوشش مناسب، ضرورتی انکارناپذیر است، طرح لباس زمانی حمایت‌پذیر خواهد بود که در آفرینش آن، ارزش‌های حکام بر جامعه مدنظر قرار گرفته باشد. البته، همان‌طور که ملاحظه شد، قانون ساماندهی مد و لباس، به این امر مهم توجه کرده و بدیهی است که از جمله شیوه‌های حفظ فرهنگ و هویت ایرانی - اسلامی، تصویب قوانین منطبق بر شرع مقدس اسلام است. قانونگذار قانون اساسی، با در نظر داشتن این مسأله حیاتی، در اصل (۴)، اعلام کرده است که کلیه قوانین کشور باید بر اساس موازین اسلامی باشد که بی‌تردید، یکی از موازین اسلامی، پوشش مناسب افراد جامعه است. از طرف دیگر، حفظ اخلاق حسنه و عفت عمومی به منظور برقراری آرامش روانی در جامعه و حفظ بنیان خانواده، اهمیت اساسی دارد. یکی از مظاهر اخلاق حسنه و عفت عمومی، استفاده از لباس مناسب و اجتناب از پوشیدن لباس‌هایی است که طرح‌های مخالف با فرهنگ غنی ایرانی - اسلامی در آنها به کار رفته است، اعم از اینکه خود لباس به گونه‌ای غیراخلاقی طراحی شده باشد یا نقوش و تصاویر مخالف ارزش‌های پذیرفته شده در جامعه بر روی آن درج شده باشد.

پرسش مهمی که در خصوص شرط مبتنی بودن بر نمادهای ایرانی - اسلامی مطرح می‌شود این است که آیا این شرط، برای تأکید بر لزوم رعایت احکام شرعی و اخلاق حسنه بیان شده و قلمروی عامی دارد یا هدف از آن، اجتناب از نمادهای بیگانه است حتی اگر با احکام شرعی یا اخلاق حسنه در تعارض نباشند؟ در واقع، اگر منظور از این حکم، رعایت احکام اسلامی دال بر رعایت حجاب و پوشش مطلوب و متعارف و همچنین پابندی به اخلاق حسنه و رعایت نظم عمومی جامعه از طریق آفرینش و به کارگیری طرح‌های مناسب باشد، طرح‌های پارچه و لباس در صورتی از حمایت محروم می‌شوند که با موارد مذکور در تعارض باشند؛ پس اگر طرح بر نمادهای ایرانی - اسلامی مبتنی نباشد ولی از نمادهای بیگانه‌ای الهام گرفته باشد که در تعارض با احکام شرع و اخلاق حسنه نیست، حمایت‌پذیر خواهد بود. در تأیید این نظر، می‌توانیم به تفسیری استناد کنیم که برخی صاحب‌نظران هنگام بحث از ماده (۴) قانون ساماندهی مد و لباس ارائه و بیان کرده‌اند: «به نظر می‌رسد این قانون در صدد نفی حمایت از طرح‌ها و الگوهای مغایر با اخلاق حسنه پذیرفته شده در جامعه اسلامی ایران است» (محسنی، قبولی درافشان، ۱۳۹۴: ۷۰). همچنین با عنایت به ماده مذکور گفته شده است: «هدف از تصویب این قانون صرف ایجاد حمایت از طراحان داخلی نبوده، بلکه هدف اصلی ایجاد الزاماتی بر سر راه طراحان به منظور طراحی طرح‌های متناسب با فرهنگ و اعتقادات مذهبی کشورمان بوده است، تا از این طریق به مقابله با هجمه مدهای غربی پرداخته شود» (حبیب، فخاری، ۱۳۹۵: ۴۷).

تفسیر دیگر از ماده (۴) قانون فوق‌الذکر این است که شرط مذکور برای حمایت از نمادهای ایرانی - اسلامی مقرر شده است و به موجب آن، استفاده از نمادهای غیر ایرانی - اسلامی در خلق طرح، مانع حمایت‌پذیری آن می‌شود. به نظر می‌رسد چنین تفسیری دامنه طرح‌های حمایت‌پذیر را محدود می‌کند و

مانع الهام گرفتن از طرح‌های بیگانه‌ای می‌شود که در فرهنگ ایرانی - اسلامی وجود ندارند ولی با فرهنگ ایرانی - اسلامی مغایر نیستند.

نظر به ابهام موجود در ماده (۴) قانون ساماندهی مد و لباس، معیارهای مشخص و صریحی لازم بوده است تا تشخیص مبتنی بودن طرح بر نمادهای ایرانی - اسلامی موضوع اختلاف و اعمال سلیقه نشود (در این زمینه نک. زرکلام، روح الامینی، ۱۳۹۶: ۱۴۸). در همین راستا، ماده شش دستورالعمل اجرایی صدور شناسه یکپارچه مد و لباس ایران، شاخص‌هایی را به شرح ذیل برای بررسی طرح‌های متقاضی صدور شیما تعیین کرده است:

الف- برگرفته از فرهنگ و تمدن ایرانی و متناسب با ارزش‌های اسلامی در پوشش و طراحی باشد.
ب- بازتولید فرهنگ بیگانه و یا ارزش‌های نامأنوس (در مرحله طراحی و تولید) نباشد.
ج- به افزایش امنیت اجتماعی و اخلاقی کمک و در ارتقای منزلت آقایان و بانوان در لباس اجتماع نقش مؤثری ایفا کند.

د- در طراحی پوشاک اجتماع کارکرد پوشاندگی مدنظر باشد ...
ه- از استفاده از الگوهای بدن‌نما و اندام‌نما (جذب)، شبیه کردن پوشاک بانوان به آقایان و بالعکس، مصداق لباس شهرت، تبرج و انگشت‌نمایی در اجتماع، ایجاد سیالیت جنسی در پوشاک یا طراحی لباس فاقد جنسیت^۱ پرهیز شود.
و- ارزش‌های عرفی و سنتی اقوام و اقلیم‌های گوناگون در ایران مورد توجه قرار گیرد و از هنجارشکنی پرهیز شود.

ز- پوشاک آقایان و بانوان تداعی‌کننده مؤلفه‌های ضد ارزش (وهن مقدسات و مقررات کشور) نباشد.
ح- ارزش‌های عرفی و سنتی منطقه در طراحی مورد توجه قرار گیرد و از هنجارشکنی پرهیز شود.
دقت در معیارهای فوق‌الذکر نشان می‌دهد که دغدغه کارگروه ساماندهی مد و لباس، رعایت عفت عمومی و اخلاق حسنه و حفظ نظم عمومی بوده است که استنباط نخست از ماده (۴) را تقویت می‌کند.
ذکر این نکته ضرورت دارد که طبق بند (۸) ماده (۵) لایحه ادبی و هنری، یکی از مصادیق آثار غیرقابل حمایت عبارت است از: «آن بخش از آثار ادبی و هنری که مفاد آن بر اساس قوانین موضوعه، خلاف عفت و اخلاق عمومی باشد». همچنین ماده (۴) لایحه مزبور، آثار را «به صرف داشتن اصالت»، جز در صورت مغایر شرع بودن، حمایت‌پذیر اعلام کرده است.

نتیجه‌گیری

طرح‌های لباس بخش مهمی از صنعت رقابتی مد را تشکیل می‌دهند. از رهگذر ارایه طرح‌های مبتکارانه،

امکان حضور و بقای در بازار وجود خواهد داشت. اما طراح مد لباس، زمانی انگیزه ابراز خلاقیت‌های خود را به دست می‌آورد که قانونگذار از وی حمایت‌های ضروری را به عمل آورد. یکی از راه‌های مؤثر حمایت از طراحان لباس، اعطای حقوق مالکیت ادبی و هنری به طرح‌های خلاقانه آنها است. مانند هر اثر دیگری، حمایت از طرح‌های پوشاک، متوقف بر وجود شرایط حمایت است که قانونگذاران نظام‌های حقوقی مورد مطالعه یعنی آمریکا و ایران در قوانین خود گنجانده‌اند. در حقوق آمریکا، طرح اصیلی که در یک حامل فیزیکی تثبیت شده باشد شرایط اساسی حمایت به موجب کی‌رایت را دارد؛ ولی طرح‌های لباس، در نتیجه اجرای نظریه اشبای کاربردی، با مشکل عدم حمایت مناسب مواجه هستند. در حقوق ایران، آثار، از جمله طرح‌های لباس، به محض خروج از ذهن پدیدآورنده و بدون نیاز به تثبیت در یک حامل ملموس، حمایت‌پذیر هستند. با وجود این، ضرورت تقید به فرهنگ غنی ایرانی-اسلامی، از حمایت بی‌قید و شرط طرح‌های لباس جلوگیری می‌کند و در نتیجه، طرح‌هایی حمایت‌پذیرند که مخالف احکام اسلام و اخلاق حسنه و نظم عمومی، شامل لزوم رعایت حجاب، نباشند. در اقدامی مناسب، قانون ساماندهی مد و لباس، مبتنی بودن طرح‌های لباس را بر نمادهای ایرانی-اسلامی، به عنوان شرط برخورداری از حمایت‌های مقرر در قوانین مالکیت فکری اعلام کرده است. این شرط، که با توجه به معیارهای دستورالعمل اجرایی صدور شناسه شیما، بیان دیگری از ضرورت مطابقت طرح‌های لباس با ارزش‌های حاکم بر جامعه ایرانی است، گام مهمی در راستای حفظ عفت عمومی و اخلاق حسنه و در نتیجه، پیشگیری از رواج طرح‌های مروج فرهنگ نامطلوب بیگانه به شمار می‌رود.

فهرست منابع

- حبیب، سعید، فخاری، لیلا، ۱۳۹۵ش، بررسی تطبیقی ضرورت‌های ناشی از برقراری نظام خاص حمایتی از طرح‌های مد، مجله تحقیقات حقوقی، ش ۷۶.
- زرکلام، ستار، روح‌الامینی، سید امین، ۱۳۹۶ش، حمایت قانونی از تولیدات مرتبط با مد در قوانین مالکیت فکری ایران و فرانسه، فصلنامه حقوق خصوصی، دوره ۱۴، ش ۱.
- شبییری زنجانی، سید حسن، مهدویان، حسن، ۱۳۹۵ش، محدودیت‌های نظام‌های سنتی حقوق مالکیت فکری در حمایت از طرح‌های مد و لباس، مطالعات حقوق خصوصی، دوره ۴۶، ش ۱.
- قبولی درافشان، سید محمد هادی و دیگران، ۱۴۰۰ش، حقوق مالکیت فکری در شعبه‌بازی: مطالعه در حقوق آمریکا و ایران با ملاحظه فقه امامیه، فصلنامه پژوهش تطبیقی حقوق اسلام و غرب، سال هشتم، ش ۳.
- قبولی درافشان، سید محمد هادی، ۱۴۰۰ش، «غذا با طعم حق مؤلف، امکان‌سنجی حمایت حقوق مالکیت ادبی و هنری از ابتکارات آشپزی، مطالعه تطبیقی در حقوق آمریکا و ایران»، فصلنامه حقوق خصوصی، دوره ۱۸، ش ۲.
- محسنی، سعید، قبولی درافشان، سید محمد مهدی، ۱۳۹۴ش، حقوق ادبی و هنری (با مطالعه تطبیقی در حقوق ایران، فرانسه و مصر)، مشهد، مؤسسه انتشاراتی پژوهشکده مطالعات اسلامی در علوم انسانی.
- معین اسلام، محمد، عرفان منش، محمدحسین، ۱۳۹۳ش، بررسی نحوه تخصیص حقوق مالکیت ادبی و هنری آثار ناشی از روابط قراردادی یا استخدامی، حقوق پزشکی، ویژه‌نامه حقوق مالکیت فکری.

References

- Australian Fashion Council, (2012), A Guide to Intellectual Property for Australia's Clothing and Fashion Design Industry.
- Briggs, Anne Theodore, (2002), Hung Out to Dry: Clothing Design Protection Pitfalls in United States Law, Hastings Comm. & Ent. L.J, 169.
- Dente, Vendela, (2020), Fashion Design Piracy: An Issue of Intellectual Property or Economic Impact?, Fordham Undergraduate Law Review: Vol. 2.
- Elrod, Cassandra, (2017), The Domino Effect: How Inadequate Intellectual Property Rights in the Fashion Industry Affect Global Sustainability, Indiana Journal of Global Legal Studies, V.24, Iss.2.
- European IP Helpdesk, (2020), IP in the Fashion Industry.
- Hedrick, Lisa J. (2008), Tearing Fashion Design Protection Apart at the Seams, Wash. & Lee L. Rev.215.
- Mackey, Alexandra, (2012), Made in America: A Comparative Analysis of Copyright Law Protection for Fashion Design in Asian and in the United States, American University Business Law Review, Vol. 1, No. 2.
- Mrsa, Lana, (2021), Copyright Protection of Fashion Designs Customized via Applications EU and US, Central European University.
- Mulgund, Shruti, (2022), Applicability of Intellectual Property Rights in the Realm of Fashion

- Industry, International Journal of Legal Science and Innovation, Vol. 4 Iss 1; 312.
- Tsai, Julie P. (2005), Fashioning Protection a Note on the Protection of Fashion Designs in the United States, Lewis & Clark Law Review, Vol. 9: 2.
- U.S. Congress, (2006), H.R.5055 — 109th Congress (2005-2006).
- Copyright Law of the United States (Title 17).
- WIPO, (2015), Guide on Surveying the Economic Contribution of Copyright Industries.
- Witzburg, Francesca Montalvo, (2017), Protecting Fashion: A Comparative Analysis of Fashion Design Protection in the United States and the European Union, The Trademark Reporter, Vol. 107 No. 6.
- Yeh, Brian, T. (2011), Copyright Protection for Fashion Design: A Legal Analysis of Legislative Proposals, Congressional Research Service.

Persian Sources

- Habiba, Saeed, Fakhari, Leila, (2015), A comparative study of the necessities resulting from the establishment of a special protectability system for fashion projects, Legal Research Journal, No. 76.
- Zarkalam, Sattar, Ruhalamini, Seyed Amin, (2016), Legal protection of fashion-related products in the intellectual property laws of Iran and France, Private Law Quarterly, Volume 14, Issue 1.
- Shabiri Zanjani, Seyed Hassan, Mahdovian, Hassan, (2015), Limitations of traditional intellectual property rights systems in supporting fashion and clothing projects, Private Law Studies, Volume 46, Volume 1.
- Gubouli Darafshan, Seyyed Mohammad Hadi and others, (2021), Intellectual property rights in magic: a study in American and Iranian law with consideration of Imami jurisprudence, quarterly comparative research of Islamic and western law, year 8, volume 3.
- Darafshan, Seyyed Mohammad Hadi, (2021), "Food with the taste of copyright, the feasibility of protecting literary and artistic property rights from culinary initiatives, a comparative study in American and Iranian law", Private Law Quarterly, Volume 18, Vol. 2.
- Mohseni, Saeed, Gubolabi Darafshan, Seyyed Mohammad Mahdi, (2014), Literary and Artistic Laws (with a comparative study of Iranian, French and Egyptian laws), Mashhad, Publishing Institute of Islamic Studies in Human Sciences.
- Moin Islam, Mohammad, Irfan Menesh, Mohammad Hossein, (2013), Review of the allocation of literary and artistic property rights of works resulting from contractual or employment relationships, medical rights, special issue of intellectual property rights.