

بررسی تطبیقی ضرورت‌های ناشی از برقراری نظام خاص حمایتی از طرح‌های مد

سعید حبیبی*

لیلا فخاری**

تاریخ پذیرش: ۹۵/۱۱/۸

تاریخ دریافت: ۹۵/۸/۱۵

چکیده

طرح‌های مد لباس که امروزه به یک صنعت ارزشمند اقتصادی بدل شده تا مدت‌ها به دلیل آنکه دارای کارکرد پوششی بوده و کالای مفید تلقی می‌شد مورد حمایت نظام‌های قانونی قرار نداشت. در حالی که در صورت تبلور طرح مد در قالب یک لباس و دارا بودن شرایط حمایت قانونی نظیر اصالت، جدید بودن و منحصر به فرد بودن، می‌توان آنها را مورد حمایت قرار داد. مطالعات تطبیقی نشان می‌دهد که طرح‌های مد لباس به دلیل حیات فصلی به آسانی نمی‌توانند از حمایت‌های نظام‌های سنتی حقوق مالکیت فکری برخوردار گردند. در نتیجه پیشنهاد برقراری یک نظام حمایتی خاص که در بردارنده معیارهای مثبت، مدت زمان حمایت و استانداردهای تشخیص اعمال تجاوزکارانه متناسب با طبیعت ویژه این آثار باشد، از اهداف اصلی این پژوهش است.

کلید واژگان

طرح مد لباس، اصالت، جدید بودن، نظام حمایتی خاص، نقض حق طرح.

* استاد گروه حقوق خصوصی و اسلامی دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران.

habiba@ut.ac.ir

** کارشناس ارشد حقوق مالکیت فکری از دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران.

fakhari@alumni.ut.ac.ir

مقدمه

یکی از موضوعاتی که با رشد صنعت و پیشرفت ابعاد حقوق مالکیت فکری وارد ادبیات حقوقی کشورها شده است، بحث مد و به تبع آن، آفرینش‌های پوششی و مدل‌ها به مثابه مصادیق صنعت مد است. مد در حقیقت تغییر سلیقه ناگهانی گروهی از افراد است که گرایش به انجام رفتاری خاص یا مصرف کالایی خاص یا در پیش گرفتن سبکی متفاوت در زندگی را به صورت موقت دارند. با این تعریف، طرح‌های مد لباس علاوه بر توجه به جنبه‌های فنی، دارای ویژگی زیباشناختی و تزئینی نیز هستند، به این معنی که برای زیبا جلوه دادن محصولات و بر مبنای یکسری اصول از پیش تعیین شده به کار گرفته و ترسیم می‌شوند^۱ و با قرار گرفتن در یک فرایند صنعتی، می‌توان کالایی با همان مشخصات موجود در طرح را تولید نمود.

در عرصه بین‌المللی، نظام‌های حقوقی کشورهای مختلف و موافقت‌نامه‌های بین‌المللی با اتخاذ رویکردهای متفاوت از طرح‌های مد در قالب حقوق مالکیت ادبی-هنری یا حقوق مالکیت صنعتی حمایت نموده‌اند. لذا این تفاوت در نوع حمایت این پرسش را مطرح می‌سازد که طرح‌های مد لباس دارای چه ویژگی‌هایی هستند که نیازمند حمایتی اضافه بر حمایت‌های موجود در قالب یک نظام خاص می‌باشند؟

فرضیه اصلی در این پژوهش این است که طرح‌های مد لباس به جهت برخورداری از طبیعت پوششی و حیات فصلی نیازمند حمایتی فارغ از معیارهای سخت‌گیرانه نظام‌های سنتی حقوق مالکیت فکری که دربردارنده شرایط حمایت، مدت حمایت و معیار تشخیص اعمال تجاوزکارانه متناسب با ماهیت و ارزش اقتصادی این آثار باشد.

پژوهش‌های بسیار محدودی در قالب مقاله و پایان‌نامه در حوزه طرح‌های مد لباس در داخل کشور صورت پذیرفته است که در همه آنها تنها به ناکارآمدی نظام‌های سنتی حقوق مالکیت فکری در حمایت از این آثار پرداخته شده است در حالی که در این مقاله سعی شده است ضمن بیان نواقص نظام‌های سنتی موجود، برقراری یک نظام حمایتی خاص جهت حمایت از آفرینش‌های پوششی و نتایج و آثار مثبت حاصل از اجرای این نظام خاص پیشنهاد گردد.

۱. امامی، اسدالله، **حقوق مالکیت صنعتی**، تهران، نشر میزان، ۱۳۹۰، ص ۳۲۹.

۱. مفهوم مد و طراحی مد

مد در لغت از ریشه لاتین (modus) است. این واژه، پس از جنگ جهانی اول و به دنبال نفوذ تمدن غرب، از فرانسه وارد زبان فارسی شد و به معنای روش و طریقه موقتی است که طبق ذوق و سلیقه اهل زمان، طرز زندگی و لباس پوشیدن را تنظیم می‌کند^۱. مد در اصطلاح نیز ابزاری فرعی برای بیان هویت فردی است و عموماً به‌عنوان یک تولید فصلی، شکلی از بیان خلاقانه است. در نتیجه، قطب مهم در پیدایش مد، آفرینندگان سبک‌های جدید فکری هستند که در صورت فراهم بودن شرایط، به‌صورت منظم و متناوب اقدام به آفرینش سبک‌های جدید پوششی می‌نمایند و به‌عنوان یک اثر فکری نیازمند تأیید و حمایت قانونی هستند.

طراحی مد عبارت است از ظاهر کلی کالا به همراه تزئینات آن، عناصر اصیل یا آرایش اصیل که ناشی از تلاش خلاقانه خود طراح باشد و طرحی متنوع، متمایز، غیربدیهی و غیرسودگرا نسبت به طرح‌های قبلی باشد. در این تعریف علاوه بر ساختار یک طرح، به تزئینات و ترتیبات عناصر اصیل نیز اشاره شده است. منظور از غیرسودگرایی این است که طرح، نظیر اختراعات صرفاً ناشی از عملکرد فنی محصول نباشد و جنبه‌های تزئینی و آرایشی آن نیز دارای اهمیت باشد. بنابراین در طراحی لباس باید سه جنبه ساختار، عملکرد و تزئین مورد توجه قرار گیرد، از لحاظ ساختاری برای نیاز مصرف‌کننده و هر مد روزی مناسب باشد، به لحاظ عملکردی باید اجازه فعالیت به فردی که آن را پوشیده است بدهد و از نظر تزئینی نیز با پارچه به‌کار رفته متناسب باشد.

۲. بررسی وضعیت نظام‌های مالکیت فکری در پایتخت‌های مد جهان و ایران

در سه شهر لندن، نیویورک، و پاریس که معروف به پایتخت‌های مد جهان هستند سود حاصل از فروش آفرینش‌های پوششی و همچنین دعاوی مربوط به نقض حقوق طراحان از رونق بیشتری برخوردار بوده و ضرورت برقراری یک نظام حمایتی بیشتر احساس خواهد شد. لندن جایی است که طراحان تلاش می‌کنند با طرح‌های منحصربه‌فرد و بی‌نظیر، جهان مد را تکان دهند و توجه رسانه‌ها را به خود جلب کنند. نیویورک پایتخت مالی مد و دارای فروشگاه‌های بانفوذ است، لذا طراحان در این شهر به‌دنبال نمایش طرح‌ها به امید جلب توجه رسانه‌ها و پشتیبانان مالی

۱. دهخدا، علی‌اکبر، لغت‌نامه، جلد دوازدهم، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۷۷، ص. ۲۰.

می‌باشند. در نهایت اگر طراح، تجارت را برای تولیدکنندگان طرحش تضمین کند، طرح نهایی‌اش را می‌تواند در پاریس ارائه کند. به این توصیف بررسی قوانین داخلی این کشورها می‌تواند روند دستیابی به حمایتی مؤثر از آفرینش‌های مد را تقویت و تسریع نماید. در ادامه به بررسی قوانین این کشورها خواهیم پرداخت.

۲.۱ انگلستان

در انگلستان اولین قانون برای حمایت از طرح‌ها با پیگیری و حمایت تولیدکنندگان منسوجات در سال ۱۷۸۷ ایجاد گردید و امروزه انگلستان با پیش‌بینی دادگاه‌های تخصصی و اعمال چند نظام قانونی حمایت از طرح، یکی از کامل‌ترین سیستم‌های حقوقی را دارا می‌باشد.

در نظام مالکیت فکری این کشور برخلاف قانون فرانسه از اصل وحدت هنر^۱ پیروی نمی‌شود زیرا، در این اصل تمام هنرها یکی انگاشته می‌شوند و یک اثر بدون توجه به مقصدی که در آن به کار می‌رود و با توجه به ارزش زیبا شناختی و تزئینی آن، هنر محسوب می‌شود و بین آثار هنری محض که کاربرد صنعتی ندارند و آثار هنری کاربردی و فنی که برای بهره‌برداری تجارتي تولید شده‌اند، تفاوتی وجود ندارد و همگی در قالب نظام مالکیت ادبی و هنری مورد حمایت هستند.^۲ درحالی‌که در انگلستان طرح‌ها از طریق نظام حقوق مالکیت صنعتی و طرح‌های صنعتی حمایت می‌شوند.

در انگلستان قانون اختراعات و طرح‌های ثبت شده مصوب ۱۹۴۹ به حمایت از طرح‌های ثبت شده و قانون مالکیت ادبی-هنری، طرح‌ها و اختراعات مصوب ۱۹۸۸ به حمایت از طرح‌های ثبت نشده، پرداخته است در نتیجه حقوق طراح، مدت حمایت، شرایط حمایت بسته به اینکه طرح، ثبت شده یا ثبت نشده باشد، در این دو قانون متفاوت خواهد بود. حق طرح ثبت نشده از

۱. Unity of Art Thesis. این اصل که در اکثر کشورهای جهان پذیرفته شده است در سال ۱۹۰۲ برای اولین بار در فرانسه مطرح شد. این تئوری عبارت است از برخورداری آثار هنری از حق مالکیت ادبی و هنری بدون توجه به مقصدی که آثار مزبور در آن به کار می‌روند. با وجود این ممکن است برخی کشورها آن را تجویز نکنند و به این ترتیب وحدت جهانی تا حدودی به واسطه تفاوت‌ها تعدیل شود. برای مطالعه بیشتر نگاه کنید به: حنیفی، نسیم؛ «بررسی تطبیقی معیارهای ثبت طرح‌های صنعتی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد حقوق مالکیت فکری، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران، ۱۳۹۰، ص ۱۳.

۲. میرحسینی، سید حسن؛ فرهنگ حقوق مالکیت معنوی، ج دوم، تهران، نشر میزان، ۱۳۹۱، ص ۲۹۹.

شکل و ساختار بیرونی و درونی محصول به استثنا خود محصول و طرح‌های سه‌بعدی حمایت می‌نماید و طرح‌های دوبعدی و تزئینات سطحی از طریق قانون مالکیت ادبی و هنری مورد حمایت قرار می‌گیرند. درحالی‌که حق طرح ثبت شده از ظاهر کلی طرح به استثنا ویژگی‌هایی که ناشی از عملکرد کالا می‌باشند، حمایت می‌کند.

مزایای نظام طرح‌های ثبت شده مانند حق استفاده انحصاری، مدت طولانی حمایت، اجازه فروش یا انعقاد قراردادهای بهره‌برداری با دیگران، ممکن است طراحان را به استفاده از این نظام حمایتی ترغیب نماید، اما از سویی دیگر ویژگی خاص طرح‌های مد مانند عمر کوتاه و فصلی آنها اقتضای حمایت طولانی ۲۵ ساله این نظام را ندارد. به همین دلیل شورای اروپا با تصویب مقررات مربوط به طرح‌های صنعتی در بند یک ماده ۱۱ خود مدت حمایت از طرح‌های ثبت نشده را برخلاف طرح‌های ثبت شده کاهش داد و به یک دوره سه‌ساله از زمان عرضه به عموم محدود نمود. که این مدت نه تنها با طبیعت موقتی طرح‌های مد سازگارتر می‌باشد بلکه طراحان مد نیز حمایت در قالب این نظام را ترجیح می‌دهند.

شرایط لازم برای ثبت طرح در قانون ۱۹۴۹، مشابه دستورالعمل اتحادیه اروپا، جدید بودن^۱ و منحصر به فرد بودن^۲ می‌باشد. به موجب این قانون طرحی جدید است که هیچ طرح مشابه با آن یا طرحی که قبلاً افشا شده و تنها دارای تفاوت‌های جزئی و کم اهمیت است، وجود نداشته باشد و طرحی دارای ویژگی‌های منحصر به فرد است که تأثیر کلی که طرح بر روی مصرف‌کننده آگاه می‌گذارد متفاوت از تأثیر کلی باشد که طرح‌های افشا شده قبلی، بر چنین مصرف‌کننده‌ای ایجاد کرده است. بنابراین اگر طرحی دارای این دو ویژگی باشد قابل ثبت بوده و مالک آن حق استفاده انحصاری خواهد داشت. در انگلستان مانند فرانسه و برخلاف ایتالیا، شرط اصالت^۳ در متن قانون ذکر نشده اما در رویه قضایی، این استدلال که اثر نباید نسخه‌برداری از آثار دیگری باشد و باید نشئت گرفته از شخصیت خود پدیدآورنده باشد، مورد توجه قرار گرفته است. بنابراین آنچه که در

۱. Novelty.

۲. Individual Character.

۳. Originality.

نزد محاکم علاوه بر این دو ویژگی شرط است مهارت، خلاقیت، کار یا سرمایه است، برخلاف کشورهای فرانسه و ایتالیا که هیچ خلاقیتی را در ثبت و حمایت از آثار شرط نمی‌دانند.^۱ بنابراین حمایت از طرح‌های مد لباس در قالب قانون اختراعات و قانون علائم تجاری انگلستان به‌طور ذاتی غیرممکن خواهد بود زیرا، در نظام اختراعات ماهیت فنی و کارکردی اثر و همچنین مؤلفه‌های مورد نیاز برای ثبت و در نظام علائم تجاری حمایت صرف از ظاهر تجاری و تعیین مرجع کالا و خدمات، طرح‌های مد لباس را تخصیص موضوعی خواهد زد.

۲.۲ ایالات متحده آمریکا

قانون اساسی آمریکا در حمایت از اموال فکری به‌کنگره، اختیار ترویج و پیشرفت علم و هنرهای مفید از طریق تضمین پدیدآورندگان و مخترعان برای مدت محدود و معین از طریق اعطای حق انحصاری نسبت به آثار را تفویض نموده است، با این وجود ضعف قوانین، آمریکا را به پناهگاهی برای سرقت و نسخه‌برداری از طرح تبدیل نموده است و حتی تأسیس انجمن پدیدآورندگان مد آمریکا در سال ۱۹۳۲ و برقراری مقرراتی نظیر ثبت طرح جهت حمایت از طراحان با مخالفت دولت و دیوان عالی در سال ۱۹۴۱ تحت عنوان رقابت غیرمنصفانه مواجه گردید.

قانون مالکیت ادبی و هنری آمریکا ضمن حمایت از آثار اصیل در صدد ترسیم مرزی میان آثار هنری قابل حمایت و کالاهای مفید^۲ که عموماً مورد حمایت نمی‌باشند، بوده است. لذا آثار تصویری، گرافیکی یا تجسمی که از طرح قابل تفکیک هستند، نظیر چاپ پارچه یا تصاویر روی کالا، قابل حمایت هستند.^۳ بنابراین بخشی از جنبه‌های یک طرح برخلاف خود طرح به‌صورت کلی می‌تواند از جنبه حقوق مالکیت ادبی و هنری حمایت شود. در کنار قانون موضوعه، رویه

۱. Derclaye, Estelle, "Are Fashion Designers Better Protected in Continental Europe than in the United Kingdom? A Comparative Analysis of the Recent Case Law in France, Italy and the United Kingdom", Journal of World Intellectual Property, Vol. ۱۳, No. ۳, ۲۰۱۰, p. ۳۲۷.

۲. Useful Articles.

۳. Monseau, Susanna, "A Review of European Design Protections Does Not Support the Fashion Industry Contention that Congress Should Single out Fashion for Special Design Protection", p. ۱۷, Available at: http://works.bepress.com/susanna_monseau/۳; Last Visited on: ۲۰/۵/۲۰۱۵.

قضایی، با تفسیری دوگانه نسبت به طرح لباس، سبب صدور آراء متغیر بسیاری شده است. به‌عنوان مثال دادگاهی در پرونده شرکت بویدز علیه شرکت بیرینگتون^۱ پوشاک را وسیله‌ای کارکردی برای پوشش بدن می‌داند و محصولات لباس را از حمایت قانون مالکیت ادبی و هنری خارج ساخته است. در مقابل، دادگاه دیگری در پرونده مربوط به سگگ کمربند^۲، جنبه اصلی و تزئینی آن را از عملکرد فرعی و ثانویه تفکیک نموده در نتیجه تقدم زیبایی بر سودگرایی پوشاک را سبب حمایت حقوق مالکیت ادبی و هنری دانسته است.

در سال ۱۹۵۴ در پرونده معروف به قاعده مازر، دیوان عالی آمریکا تلفیق مجدد یک اثر هنری قابل حمایت را در یک کالای مفید سبب بهره‌مندی از حمایت قانون مالکیت ادبی و هنری دانست.^۳ این تصمیم دادگاه، سبب ایجاد سردرگمی‌های بسیاری در خصوص تفکیک اجزا قابل حمایت از اجزا غیرقابل حمایت شد. لذا در سال ۱۹۹۱ اداره مالکیت ادبی و هنری آمریکا، دستورالعملی را به منظور روشن ساختن اصل تفکیک مفهومی طرح‌های لباس صادر کرد.^۴ این دستورالعمل با تخصیص موضوعی به اصل عدم حمایت از کالاهای مفید، ثبت طرح‌های سه‌بعدی لباس را که دارای ابداعات قابل تفکیک از شکل کارکردی باشند، می‌پذیرد.

یکی از ویژگی‌های حمایت به‌موجب نظام مالکیت ادبی و هنری، حمایت به محض خلق اثر و بدون نیاز به ثبت است اما مشکل زمانی به وجود می‌آید که حق طرح نقض و مورد نسخه‌برداری قرار گیرد در این صورت تعقیب قانونی و اثبات نقض‌های صورت گرفته نیازمند، ثبت یا پیش ثبت اثر است. قانون مالکیت ادبی و هنری آمریکا معیار "اساساً مشابه" را برای تشخیص نقض حق مقرر نموده است، که این استاندارد ممکن است به نقض‌کننده فرصت کافی برای رد ادعا و نسخه‌برداری بدهد.

۱. Boyds Collection, Ltd. V. Bearington Collection, Inc., United States District Court, ۳۶۰ F. Supp., ۲d ۶۵۵, ۶۶۱, ۱۵ April ۲۰۰۵.

۲. Kieselstein-Cord V. Accessories By Pearl, Inc., United States Court of Appeals, Second Circuit, ۶۳۲ F.2d ۹۸۹, ۱۹ June ۱۹۸۰.

۳. Mazer.

۴. Monseau, Susanna, "A Review of European Design Protections Does Not Support the Fashion Industry Contention that Congress Should Single out Fashion for Special Design Protection", p. ۱۸, Available at: http://works.bepress.com/susanna_monseau/۳/; Last Visited on: ۲۰/۵/۲۰۱۵.

در نظام حقوق مالکیت صنعتی این کشور نیز حقوق حمایت از طرح‌ها که ذیل حقوق اختراعات است، از طرح‌های جدید و مبتکرانه و مفید حمایت می‌کند و جهت ثبت طرح شرایطی مشابه شرایط اختراعات کوچک را ضروری می‌داند لذا طرح‌های مد لباس فی‌نفسه در چارچوب این شرایط قرار نمی‌گیرند.

امیدها برای تصویب قانونی منطقی و کامل در حمایت از طرح‌های مد لباس، سبب پیشنهاد حقوق ویژه‌ای در حمایت از طرح بدنه کشتی به‌عنوان یکی از زیرشاخه‌های طرح صنعتی در سال ۱۹۹۸ گردید که توسط کنگره آمریکا تحت عنوان پنجم قانون مالکیت ادبی و هنری هزاره دیجیتال و در بخش ۱۳ از عنوان ۱۷ قانون ایالات متحده آمریکا، مدون گردید که آخرین بازنگری آن مربوط به سال ۲۰۰۸ می‌باشد.^۱ در حقیقت این قانون یک نظام خاص حمایتی را برای طرح‌های اصیل مربوط به بدنه‌های کشتی و عرشه ایجاد کرده است که با توسعه موضوعات می‌تواند طرح‌های مد را نیز دربرگیرد. شرایط لازم برای حمایت از طرح بدنه به‌موجب این قانون، اصالت و جدید بودن طرح است. طرحی اصیل است که ناشی از تلاش خلاقانه خود طراح باشد و دارای تفاوت‌های جزئی از سایر آثار نباشد.^۲ جدید بودن به این معنا است که طرح‌ها متداول و پیش‌پا افتاده نظیر اشکال هندسی استاندارد، نمادهای معروف، نشانه‌های افتخار نباشند. در نتیجه مفاهیم اصالت و جدید بودن برای طرح‌های مد، دقیقاً مشابه همین مفهومی است که در این قانون آورده شده است.

قانون علائم تجاری آمریکا معروف به لنهام نیز از طریق لباس تجارتي به طراحان کمک می‌کند. این حمایت دربرگیرنده طرح و ظاهر کالا به همراه عناصر سازنده تصویر کلی است که سبب تشخیص کالا در نزد مصرف‌کننده می‌شود. بنابراین طراحان مد می‌توانند طرح‌هایی را که غیرکاربردی و ذاتاً متمایز هستند یا تمایز را از طریق معنای ثانویه^۳ به‌دست آورده‌اند، به‌عنوان

۱. Title V of the Digital Millennium Copyright Act of ۱۹۹۸, Pub. L. No. ۱۰۵-۳۰۴, ۱۱۲ Stat. ۲۸۶۰, ۱۹۹۸.

۲. Blackmon, Lynsey, "The Devil Wears Prado: A Look at the Design Piracy Prohibition Act and the Extension of Copyright Protection to the World of Fashion", Pepperdine Law Review, Vol. ۳۵, ۲۰۰۸, p. ۱۱۲.

۳. Secondary Meaning. شکلی از تمایزبخشی است، یک علامت در صورتی معنای ثانویه می‌یابد که در اثر استفاده یا تبلیغ گسترده، در ذهن مصرف‌کننده، علامت برای شناسایی منشأ محصول باشد به‌جای خود محصول.

لباس تجارتي ثبت کنند. اما با توجه به اینکه طرح‌های مد لباس به ندرت ذاتاً متمایز هستند و تمایز همواره نیازمند اثبات معنای ثانویه است^۱ در نتیجه حمایت از طرح‌های مد به موجب لباس تجارتي با توجه به عمر کوتاه عرضه لباس در بازار و عدم دستیابی به معنای ثانویه، چندان منطقی نخواهد بود.^۲

۲.۳ فرانسه

در حقوق فرانسه، حمایت از مد به سال ۱۸۰۶ در قانون راجع به طرح‌ها و الگوها باز می‌گردد، اما حمایت خاص از آفرینش‌ها و کالاهای پوششی به‌طور رسمی از سال ۱۹۰۲ به بعد، مطرح گردید. به‌موجب بند ۱۴ ماده ۲-۱۱۲-L و مواد ۱-۵۱۱-L به بعد کتاب پنجم قانون مالکیت فکری، محصولات مربوط به صنایع فصلی پوشاک، طرح‌ها و مدل‌ها به‌عنوان مصداقی از حوزه مباحث مربوط به مد، مشمول حمایت قرار گرفته‌اند. با این حال علی‌رغم تصویب قانون مذکور و پیش‌بینی نظریه وحدت هنر، مراجع رسیدگی‌کننده نسبت به اینکه محصولات مرتبط با مد را در چارچوب حقوق مالکیت ادبی و هنری مورد حمایت قرار دهند، خویشتن‌داری به خرج می‌دادند.^۳ سرانجام با تصویب قانون مالکیت فکری فرانسه در سال ۱۹۹۲ صنایع فصلی پوشاک و زیورآلات به‌عنوان بخشی از آفرینش فکری محسوب شدند و دیگر هیچ‌گونه شک و شبهه‌ای در جهت حمایت از این آثار وفق نظام مالکیت ادبی و هنری، باقی نماند.

یکی از دعاوی که معمولاً برای نشان دادن حمایت کامل قانون مالکیت ادبی و هنری از طراحان فرانسوی بیان می‌شود، مربوط به پرونده انجمن طراحی لباس سن لوران علیه انجمن توزیع لوئیس دریفوس^۴ در سال ۱۹۹۴ است که در آن دادگاه با محکومیت خوانده به توقیف آثار تقلبی

۱. Wal-Mart Stores, Inc. V. Samara Bros., Inc., ۵۲۹ U.S. ۲۰۵, ۲۰۹, ۲۰۰۰

۲. Beltrametti, Silvia, "Evaluation of the Design Piracy Prohibition Act: Is the Cure Worse than the Disease? An Analogy with Counterfeiting and a Comparison with the Protection Available in the European Community", Northwestern Journal of Technology and Intellectual Property, Vol.۸, ۲۰۱۰, p.۱۵.

۳. روح الامینی، سید امین؛ جایگاه مد در نظام مالکیت فکری، پایان‌نامه کارشناسی ارشد حقوق مالکیت فکری، دانشکده حقوق، دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۹۲، ص ۳۴.

۴. Societe Yves Saint Laurent Couture S.A. V. Societe Louis Dreyfus Retail Management S.A., Paris Commercial Court, E.C.C. ۵۱۲, ۱۹۹۴.

و پرداخت خسارت، حمایت مالکیت ادبی و هنری فرانسه از طرح‌های مد را شامل تمام ویژگی‌های یک طرح دانسته است. حتی دیوان عالی فرانسه نیز در پرونده شکایت اتحادیه و مؤسسات طراحی مد و لباس بانوان^۱ از عکس‌برداری از یک نمایش مد و بارگذاری آن در وبسایتی، نمایش‌های مد را علاوه بر لباس مورد حمایت نظام مالکیت ادبی و هنری دانسته است.^۲

در نظام حقوقی فرانسه معیار قانونی حمایت از آفرینش‌های مد اصالت است و بنابراین صرف ترکیب عناصر شناخته شده طرح‌ها با یکدیگر، مانع وجود اصالت و خلاقیت در اثر نمی‌شود. در نتیجه باید گفت نظام وسیع مالکیت ادبی و هنری فرانسه، حمایت را به هر اثر ذهنی اصیل بدون در نظر گرفتن نوع یا شکل بیانی که اثر در آن مجسم شده، تسری می‌دهد. درحالی‌که قانون مالکیت ادبی و هنری ایالات متحده آمریکا و اتحادیه اروپا، اثر اصیلی را که در قالب یک حامل فیزیکی تثبیت و به عموم عرضه شده باشد^۳ را مورد حمایت قرار می‌دهد.

در حقوق این کشور مدت حمایت از پدیدآورندگان آثار مد و لباس به صراحت ذکر نشده و به تصمیم محاکم قضایی واگذار شده است که معمولاً این مدت بین ۱۸ تا ۲۴ ماه از زمان پدیدآمدن اثر تعیین می‌شود.^۴ بنابراین قانون‌گذار فرانسوی ضمن اعمال تغییراتی در شرایط قانون مالکیت ادبی و هنری خود و متناسب‌سازی آن با طبیعت ویژه و موقتی طرح‌های مد پوشاک نظیر برقراری مدت زمان حمایت اندک، اقدام به برقراری حقوق ویژه‌ای برای حمایت از این آثار نموده است.

۲.۴ ایران

۱. Roberts A. D. et al. V. Chanel et .al., French Court of Cassation, Journal of Intellectual Property Law & Practice, No. ۳(۵), ۲۰۰۸.

۲. Derclaye, Estelle, "Are Fashion Designers Better Protected in Continental Europe than in the United Kingdom? A Comparative Analysis of the Recent Case Law in France, Italy and the United Kingdom", Journal of World Intellectual Property, Vol. ۱۳, No. ۳, ۲۰۱۰, p۳۲۰.

۳. Released to the public.

۴. Ferris, Anya Jenkins, Note, **Real Art Calls for Real Legislation: An Argument Against Adoption of the Design Piracy Prohibition Act**, ۲۶ CARDOZO ARTS & ENT.L.J. ۲۰۰۸, p.۵۷۴.

نگاه اولیه به نظام‌های سنتی حقوق مالکیت فکری ایران شامل نظام اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب در قانون سال ۱۳۸۶^۱ و همچنین نظام مالکیت ادبی و هنری مصوب در قانون سال ۱۳۴۸^۲ حکایت از عدم ارائه حمایتی متناسب و کامل از طرح مد و طراحان این حوزه دارد. قانون سامان‌دهی مد و لباس^۳ نخستین تلاش تقنینی کشورمان در جهت به رسمیت شناختن طرح‌های مد لباس بوده است. در ماده ۴ این قانون " طرح‌ها و الگوهای تولید شده پارچه و لباس مبتنی بر نمادهای ایرانی- اسلامی " مشمول حمایت قانونی حقوق مؤلفان و مصنفان و کانون ثبت اختراعات و مالکیت صنعتی لحاظ شده‌اند. محدودیت طرح‌ها در این قانون به نمادهای ایرانی- اسلامی از یک سو و از سویی دیگر لحن توصیه‌ای این قانون به جای تبیین بایدها و نبایدهای قانونی، این مسئله را آشکار می‌سازد که 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.

تأکید این قانون بر حمایت از آثار مد به موجب قانون سال ۱۳۴۸ اگرچه سبب برخورداری پدیدآورنده از حقوق مادی و معنوی مذکور در این قانون خواهد شد اما برخلاف حقوق فرانسه که به صورت خاص تعیین مدت زمان حمایت را به نظر دادگاه‌ها واگذار نموده، شایسته بود در قانون سامان‌دهی مد و لباس نیز مدتی متناسب باحیاط طرح‌های مد پیش‌بینی می‌گردید. در سال ۱۳۸۶ با تصویب قانون اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری، ضمن ارائه تعریفی از طرح صنعتی در ماده ۲۰، دسترسی به یک نتیجه فنی بدون تغییر ظاهری، با هدف خروج موضوعی اختراعات، مورد حمایت دانسته نشد. لذا اگر یک نتیجه فنی به همراه تغییر ظاهری پدید آید، طرح علی‌رغم غلبه جنبه فنی و کارکردی مشمول حمایت خواهد بود. در آفرینش‌های پوششی که کالاهای مفید نیز محسوب می‌شوند، تنها در صورت وجود ابداعات ظاهری قابل تفکیک از جنبه‌های کارکردی، می‌توان آنها را مشمول این تعریف دانست. در این قانون نه تنها

۱. قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری، روزنامه رسمی شماره ۱۹۹۰۳، مورخ ۱۳۸۶/۱۱/۳.

۲. قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان، روزنامه رسمی شماره ۷۲۸۸، مورخ ۱۳۴۸/۱۱/۲۱.

۳. قانون سامان‌دهی مد و لباس، روزنامه رسمی شماره ۱۸۰۳۶، مورخ ۱۳۸۵/۱۱/۵.

به طرح‌های مد اشاره‌ای نشده بلکه تعریف ارائه شده از طرح‌های صنعتی و مدت زمان اعتبار این طرح‌ها نیز با ماهیت و طبیعت فصلی و زودگذر این صنعت سازگاری و مطابقت ندارد. با توجه به اینکه در لایحه قانون جامع حمایت از حقوق مالکیت ادبی و هنری و حقوق مرتبط همانند قوانین قبلی به طرح‌های مد و طراحی لباس اشاره نشده است، اما در بند ۱۶ ماده ۱ و بندهای هشت، نه، ده و سیزده ماده ۲ آن به اثر هنری تجسمی-تزیینی، اثر هنری کاربردی^۱، اثر هنری ترسیمی و طراحی شکل حروف، اعداد و علائم به‌عنوان آثار مورد حمایت اشاره شده است که طرح‌های مد لباس نیز جزئی از این آثار تلقی می‌شوند لذا بستر حمایت قانونی به‌موجب این لایحه در صورت تصویب بیش از پیش فراهم خواهد گردید.

۳. وضعیت حمایت در موافقت‌نامه جنبه‌های تجاری حقوق مالکیت فکری (تریپس)

این موافقت‌نامه از نظر شمول جنبه‌های مختلف حقوق مالکیت فکری، پیش‌بینی شیوه‌های حل و فصل اختلافات اعضا و راه‌های تضمین اجرای حقوق ذی‌نفعان، از جامع‌ترین موافقت‌نامه‌های بین‌المللی راجع به حقوق مالکیت فکری است.^۲ در بند یک ماده ۲۵ این موافقت‌نامه به لزوم حمایت از طرح‌های صنعتی و تعهد کشورهای عضو به حمایت از طرح‌های صنعتی و شرایط حمایت اشاره شده است. در بند دو همین ماده در خصوص حمایت از طرح‌های مربوط به منسوجات، ارائه تضامینی به طراحان جهت جلوگیری از ورود زیان نامعقول به آنها توصیه شده است و به‌موجب این بند اعضای موافقت‌نامه در اعمال این تضمین از طریق تصویب قانون مربوط به حمایت از طرح‌های صنعتی یا از طریق تصویب قانون مربوط به مالکیت ادبی و هنری مختار خواهند بود.

در حقیقت، این ماده تنها شرط لازم را تضمین عدم ورود زیان نامعقول به طراحان می‌داند و دارای مفهوم مخالف نمی‌باشد به این صورت که اگر تضمین‌های قانونی کشورها کافی نباشد و

۱. به‌موجب بند ۱۶ ماده یک این لایحه اثر هنری کاربردی، عبارت است از یک محصول هنری با ویژگی‌های کاربردی یا یک محصول هنری که در یک کالای مفید به‌کار برده شده است اعم از اینکه به شیوه دستی یا ابزار صنعتی، ساخته شده باشد.

۲. صادقی، محسن و محسنی، حسن؛ «حقوق مالکیت ادبی و هنری و حقوق مرتبط در موافقت‌نامه تریپس و حقوق و تکالیف جمهوری اسلامی ایران در اثر الحاق به آن»، فصل‌نامه مدرس علوم انسانی، دوره ۱۱، ش ۲، تابستان، ۱۳۸۶، ص ۱۲۸.

زیانی معقول به طراحان وارد شود، خللی در اصل حمایت از طرح و طراحان ایجاد نمی‌گردد. همچنین منظور از زیان نامعقول، آسیب‌هایی است که سبب زوال شرایط لازم برای حمایت از طرح می‌شود و در نتیجه فرصت درخواست و تحصیل حمایت را از بین می‌برد.

۴. مؤلفه‌های اصلی مورد توجه در نظام حمایتی خاص

با توجه به اینکه طرح‌های مد به‌عنوان آفرینش‌های زیباشناختی، نقش ویژه‌ای در جلب مشتری و گردش اقتصادی بازار دارند و سرعت در تغییر و حیات فصلی این آثار آنها را از سایر آفرینش‌های فکری متمایز ساخته است. بررسی نظام‌های سنتی حقوق مالکیت فکری کشورهای مختلف نیز بیانگر آن است که شرایط ماهوی ثبت و حمایت از آثار فکری قابلیت اعمال نسبت به آفرینش‌های پوششی را ندارد. مدت حمایت عمر مؤلف به‌علاوه ۷۰ سال پس از فوت در نظام ادبی-هنری و یا حمایت ۲۰ساله در نظام مالکیت صنعتی، در طرح‌های مد لباس قابل پذیرش و اعمال نخواهد بود. لذا تبیین مؤلفه‌های لازم برای حمایت از طرح‌های مد که متناسب با طبیعت ویژه آنها باشد در مسیر پیشنهاد برقراری یک نظام خاص حمایتی امری ضروری است. این مؤلفه‌ها عبارتند از:

۱. تبلور طرح مد در یک محصول. مادامی که ایده‌های خلاقانه بر روی یک حامل فیزیکی تثبیت نشوند، قابل حمایت نمی‌باشند و تنها می‌توان از این ایده‌ها، از طریق ممنوعیت تقلید و نسخه‌برداری از اشیاء مادی که ایده در آن متبلور شده، حمایت کرد.^۱ حامل فیزیکی که ایده طرح‌های مد در آن متبلور می‌شود، چیزی جزء محصولات لباس نمی‌باشد. اما این نوع حامل در اکثر قوانین به‌عنوان کالای مفید شناخته می‌شود که هدف ذاتی و اصلی آن، عملکردگرایی است تا انتقال اطلاعات و نمایش ظاهری کالا. برای رفع این مانع، آزمونی تحت عنوان "تفکیک مفهومی" پیشنهاد شده است که در آن اگر طرح، ترکیبی از ویژگی‌های تصویری، گرافیکی و تجسمی قابل تفکیک از جنبه‌های سودگرایانه کالا باشد و مستقلاً قابلیت وجود داشته باشد، می‌تواند واجد شرایط حمایت قرار گیرد در غیر این صورت مورد حمایت نخواهد بود.

۱. Landes, William M., Posner, Richard A. *The Economic Structure of Intellectual Property Law*, Cambridge, Massachusetts, ۲۰۰۳, p.۱۳.

۲. معیار اصالت، جدید بودن و منحصر به فرد بودن. این معیارها، تلفیقی از معیارهای حقوق مالکیت ادبی و هنری و حقوق مالکیت صنعتی است. مراد از اصالت در آفرینش‌های زیباشناختی این است که طرح نه تنها در نتیجه تلاش خلاقانه طراح ایجاد شده باشد، بلکه دارای تفاوتی آشکار و قابل تمایز با آثار دیگر نیز باشد، بنابراین صرف تقلیدی نبودن طرح کافی نیست. آفرینش‌های مربوط به مد و لباس از آنجا که تلفیقی از هنر و صنعت هستند، علاوه بر داشتن اصالت باید دارای شرط جدید بودن نیز باشند. جدید بودن به این معنا است که هیچ‌گونه سابقه‌ای از اثر در هیچ نقطه‌ای از جهان قبلاً وجود نداشته باشد. اما صرف الهام گرفتن از طرح‌های پیشین و ایجاد تغییرات اساسی در آن نافی ویژگی جدید بودن نمی‌باشد. مقصود از منحصر به فرد بودن به این معنی است که طرح مدی که در قالب لباس یا ابزار پوششی متبلور شده است، علاوه بر اینکه معیار عینی جدید بودن و معیار ذهنی اصالت را دارا است، باید در نظر مصرف‌کننده آگاه نیز تأثیری متفاوت از طرح‌های مد قبلی ایجاد نماید. در غیر این صورت، قابل ثبت و حمایت به موجب نظام خاص نخواهد بود. مقصود از مصرف‌کننده آگاه، شخصی است که نسبت به متوسط مصرف‌کنندگان دارای تمایل بیشتری به آفرینش‌های مد می‌باشد.
۳. مدت زمان حمایت. با بررسی قوانین کشورهای صاحب نام در این صنعت، مناسب‌ترین مدت حمایت از طرح‌های مد لباس ۳ سال در نظر گرفته شده است، زیرا، در این مدت طراح به محض ثبت و افشا اثر خود، قادر به بازاریابی طرح و عرضه در ویتترین فروشگاه‌ها خواهد بود و می‌تواند از سود حاصل از اوج تقاضای مصرف‌کنندگان در یک فصل، بدون نگرانی از تقلید و تجاوز بهره‌مند گردد.
۴. استاندارد نقض حق. برقراری یک نظام حمایتی، همواره به معنی عدم تحقق اعمال تجاوزکارانه و توقف نسخه‌برداری از آثار حمایت شده نمی‌باشد بلکه صرفاً وجود ضمانت اجرای مدنی و کیفری کارآمد، عاملی بازدارنده بر سر راه جعل و تقلید خواهد بود. بنابراین با توجه به استانداردهای ارائه شده در نظام‌های سنتی حقوق مالکیت فکری، به نظر می‌رسد استاندارد "اساساً یکسانی" برای تشخیص نقض طرح‌های مد، معیاری معقول و متناسب است. به این معنا که طرح در صورتی ناقض طرح دیگری است که در نگاه و ذهن مصرف‌کننده آگاه، عیناً همان طرح محسوب شود و هیچ تفاوت مشهودی در آن به چشم نیاید و سبب گمراهی مصرف‌کننده گردد. اما اگر دو طرح، دارای شباهت‌های قابل توجه و در عین حال دارای تفاوت‌هایی باشند که جزئی و پیش‌پا افتاده نباشد، نقض حقی رخ نداده است. علت انتخاب این معیار نیز ماهیت ویژه و چرخه فصلی مد لباس است که در هر سال

طراحان را مجبور می‌سازد مد چند فصل را ارائه دهند و برای حرکتی هماهنگ با سرعت این تغییرات، راهی جزء الهام گرفتن از طرح‌های مد قبلی ندارند.

۵. آثار ناشی از برقراری نظام خاص حمایتی

در ضوابط اجتماعی و اقتصادی مدرن، یک چرخه زمانی شروع می‌شود که پدیدآورنده، یک اثر جدید را خلق نموده و مصرف‌کنندگان را به تقاضا و مصرف، تحریک و ترغیب می‌نماید. بنابراین هرچقدر مصرف‌کنندگان بیشتری، محصول را خریداری نمایند ارزش آن محصول کاهش می‌یابد. در نتیجه سود طراح و توانایی او برای رقابت در بازار، منوط به سیستمی است که از تقاضای مصرف‌کننده برای طرح اصیل حمایت می‌کند. این سیستم در حقیقت همان نظام حمایتی خاص از طرح‌های مد لباس است که مانع از تولید آثار تقلبی و عرضه آنها به بازار و در نتیجه فریب و از دست رفتن اعتماد مصرف‌کنندگان می‌گردد. لذا برطبق اصول عقلی و اقتصادی برقراری یک نظام خاص حمایتی، منجر به آثار و نتایج خواهد شد که در این قسمت به بررسی آنها خواهیم پرداخت.

۵.۱. ارتقای انگیزه و خلاقیت در طراحی مد

نظریه "ترغیب خلاقیت"^۱ میان حمایت از آفرینش‌های فکری و افزایش خلاقیت، رابطه مستقیمی برقرار نموده است به این صورت که وجود نظام خاص حمایتی، موجب افزایش ابتکار و خلاقیت در میان افراد جامعه و بالعکس فقدان آن، سبب رکود کمی و کیفی آفریده‌های فکری می‌شود. همچنین فراهم نبودن زمینه‌های قانونی حمایت از پدیدآورندگان، موجب فرار مغزها نیز می‌گردد زیرا، سهولت در تقلید از آفرینش‌های جدید، سبب ورود خسارت به طراح و شرکت‌های سرمایه‌گذار در این حوزه می‌شود.^۲

در نتیجه یک نظام کارآمد در ثبت و حمایت از طرح‌ها و ابتکارات، ضمن اعطای انگیزه کافی به طراحان و جلوگیری از سوءاستفاده رقبا، منفعت مصرف‌کنندگان و به‌طور کلی افکار عمومی را در پی خواهد داشت زیرا، در اثر رسمیت یافتن ثبت طرح، زمینه‌های رقابت سالم، برانگیختن

۱. Invention Motivation Theory.

۲. Nctson, Richard D., Mazzoteni, Roberto, "Economic Theories About The Cost and Benefit of Patent", Journal of Economic Issues, Vol. ۳۲, No. ۴, ۱۹۹۸, p. ۱۰۳۲.

ابتکارات در بخش‌های تولیدی و صنعتی و نیز صنایع دستی، گسترش می‌یابد. در نتیجه شاهد رشد اقتصادی و مشارکت در تولیدات ملی خواهیم بود.^۱

۲.۵. تضمین سود حاصل از تولید و فروش طرح‌های مد لباس

پیشرفت سریع ارتباطات الکترونیکی نسخه‌برداری و فروش کالاهای تقلبی و بی‌کیفیت را در یک بازه زمانی کوتاه ممکن ساخته است. بنابراین این اقدامات که شامل تولید و عرضه در مقیاس زیاد، قیمت پایین و سرعت بالا است، نه تنها پیشنهادهای جذابی برای مصرف‌کنندگان خواهد بود بلکه فرصت طراحان مد را جهت بازیابی سرمایه و سود حاصل از فروش آثارشان از بین می‌برد و در این فرایند عموماً طراحان تازه کار که دارای سبک‌های پیچیده‌ای در دوخت و پارچه‌های غیرمعارف نیستند، مورد هدف قرار می‌گیرند.^۲

آمارها حکایت از سود سالیانه این صنعت به ارزش بیش از ۲۹۱ میلیارد و ۲۰۰ میلیون دلار دارد.^۳ البته این آمارها سبب نمی‌شود که حمایت از طرح مد، لزوماً امری مطلوب باشد زیرا، مروری بر آمارهای آمریکا و اروپا نشان می‌دهد، علی‌رغم کاهش اخیر سرعت رشد اقتصادی، صنعت مد آمریکا از سلامت اقتصادی بهتری نسبت به صنعت کشورهای اروپایی برخوردار است. به‌عنوان مثال، در سال‌های اخیر، بازار مد فرانسه شناور بوده و رشد کلی کمی را نشان داده است و از سال ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۷ حدود هفت دهم درصد رشد داشته و حدود ۳۶ میلیارد دلار ارزش اقتصادی به بار آورده است. این رقم در بازار انگلستان ۶۲ میلیارد دلار بوده است. ایتالیا در پنج سال گذشته رشد ناچیز سه دهم درصد برای پوشاک زنانه و یک و هفت دهم درصد برای بخش لباس مردانه را تجربه کرده است.^۴

۱. صادقی، محسن؛ «نقش حقوق مالکیت فکری در کاهش قیمت تمام شده کالاها و خدمات»، مجله حقوق تطبیقی، دوره ۲، ش ۲، ۱۳۹۰، ص ۱۰۲.

۲. Bruce, Margaret, Daly, Lucy, "Buyer Behaviour for Fast Fashion", Journal of Fashion Marketing and Management, Vol. ۱۰, ۲۰۰۶, p. ۳۳۰.

۳. برای مطالعه بیشتر نگاه کنید به: U.S. Marketline Report, ۲۰۰۷.

۴. Monseau, Susanna, "A Review of European Design Protections Does Not Support the Fashion Industry Contention that Congress Should Single out Fashion for Special Design Protection", p ۱۳ Available at: http://works.bepress.com/susanna_monseau/; Last Visited on: ۲۰/۵/۲۰۱۵.

۳.۵. تشخیص اعمال ناقض حق

اعمال تجاوزکارانه نسبت به آفرینش‌های فکری اگرچه قدمتی به اندازه عمر بشریت دارد اما از سابقه کمی به لحاظ شناسایی و حمایت قانونی برخوردار است. علاوه بر قوانین موضوعه، بسیاری از قواعد فقهی نظیر تمسک به ادله حرمت سرقت و حرمت غصب، حکم به حرمت اعمال تجاوزکارانه نموده‌اند. اما تشخیص اینکه چه نسخه‌هایی صریحاً نقض‌کننده معیارهای نظام حمایتی خاص هستند به لحاظ گسترش ارتباطات، پیشرفت‌های صنعت نساجی و وجود نیروی کار ارزان قیمت در اقتصادهای نوظهور، دارای اهمیت است.^۱ جهت دستیابی به یک معیار نوعی می‌توان از موفقیت‌های قانونی علائم تجارتي مشهور در تشخیص اعمال تجاوزکارانه استفاده نمود. یعنی علائمی که منشأ یک کالا را نشان می‌دهند و شهرت و کیفیت آن را نیز مشخص می‌سازند.^۲ در این معیار اگر کالایی سبب گمراهی مصرف‌کننده نسبت به منشأ کالا شود و به دلیل سرعت در تقلید و تولید، از کیفیت پایینی نیز برخوردار باشد، جای تردیدی نیست که این اثر تقلبی است.

بنابراین مؤسسات طراحی مد و لباس برای مقابله با این مشکل و با صرف هزینه‌های تبلیغاتی بالا، به دنبال ارتقاء شهرت علامت تجارتي خود و استفاده از یکسری عناصر امنیتی در آن می‌باشند تا ضمن تسهیل تمایز میان اصل و بدل از سواری مجانی^۳ نسخه‌برداران جلوگیری نمایند.^۴

۱. Givhan, Robin, "The End of 'Gown in ۶۰ Seconds'?", Washington Post, ۱۰ August, ۲۰۰۷, p. ۲.

۲. Derby, Meredith, Casabona, Liza, "Counterfeiting Wars Heat up for ShoePlayers", Footwear News, ۲۰۰۶, p. ۲.

۳. Free Ride.

۴. Fridolin Fischer, "Design Law in the European Fashion Sector", p. ۷, Available at: http://www.wipo.int/wipo_magazine/en/۲۰۰۸/۰۱/article۰۰۶.html; Last Visited on ۴/۱۰/۲۰۱۳.

نتیجه‌گیری

هدف اصلی حقوق مالکیت فکری از یک‌سو حمایت از پدیدآورنده و ایجاد انگیزه برای خلق آثار ابداعی جدید و از سوی دیگر تضمین جامعه مبنی بر ارائه آثار اصیل و غیرتقلبی است. بررسی نظام‌های سنتی حقوق مالکیت فکری کشورهای مختلف نشانگر این است که هیچ‌یک از این نظام‌ها قادر به ارائه حمایتی درخور این آثار نمی‌باشند زیرا، این طرح‌ها تلفیقی از جنبه‌های تزئینی و جنبه‌های کارکردی هستند؛ در نتیجه باید با دیدی خاکستری اقدام به برقراری نظامی خاص جهت حمایت از این پدیده اجتماعی نمود و تا زمانی که این امر محقق نگردد، به بار آمدن سود اقتصادی از این صنعت دچار تردید خواهد بود.

این نظام خاص همانند هر نظام دیگری دارای مؤلفه‌هایی است که امکان ثبت و حمایت در یک مدت معین را فراهم می‌آورد و در صورت نقض حق نیز معیارهایی جهت تشخیص اعمال تجاوزکارانه در آن پیش‌بینی شده است. چنین نظامی که با طبیعت ویژه طرح‌های مد هماهنگ است اثرات مثبتی نظیر افزایش انگیزه و خلاقیت در طراحان، تضمین سود حاصل از فروش آثار، تشخیص اعمال ناقض حق و جبران خسارت‌های وارده را به دنبال خواهد داشت.

فهرست منابع

الف) فارسی

۱. امامی، اسدالله؛ **حقوق مالکیت صنعتی**، تهران، نشر میزان، ۱۳۹۰.
۲. حنیفی، نسیم؛ **بررسی تطبیقی معیارهای ثبت طرح صنعتی**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد حقوق مالکیت فکری، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران، ۱۳۹۰.
۳. دهخدا، علی اکبر؛ **لغت‌نامه**، ج دوازدهم، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۷۷.
۴. روح الامینی، سید امین؛ **جایگاه مد در نظام مالکیت فکری**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد حقوق مالکیت فکری، دانشکده حقوق، دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۹۲.
۵. صادقی، محسن؛ **"نقش حقوق مالکیت فکری در کاهش قیمت تمام شده کالاها و خدمات"**، مجله حقوق تطبیقی، دوره ۲، ش ۲، ۱۳۹۰.
۶. صادقی، محسن و محسنی، حسن؛ **"حقوق مالکیت ادبی و هنری و حقوق مرتبط در موافقت‌نامه تریپس و حقوق و تکالیف جمهوری اسلامی ایران در اثر الحاق به آن"**، فصل‌نامه مدرس علوم انسانی، دوره ۱۱، ش ۲، تابستان، ۱۳۸۶.
۷. میرحسینی، سید حسن؛ **فرهنگ حقوق مالکیت معنوی**، ج دوم، تهران، نشر میزان، ۱۳۹۱.

ب) لاتین

۸. Beltrametti, Silvia, "Evaluation of the Design Piracy Prohibition Act: Is the Cure Worse than the Disease? An Analogy with Counterfeiting and a Comparison with the Protection Available in the European Community", *Northwestern Journal of Technology and Intellectual Property*, Vol. ۸, spring, ۲۰۱۰.
۹. Blackmon, Lynsey, "The Devil Wears Prado: A Look at the Design Piracy Prohibition Act and the Extension of Copyright Protection to the World of Fashion", *Pepperdine Law Review*, Vol. ۳۵, ۲۰۰۸.
۱۰. Breesé, P., *L'évaluation des droits de propriété industrielle*, Gualino, Paris, ۲۰۰۴.
۱۱. Bruce, Margaret, Daly, Lucy, "Buyer Behavior for Fast Fashion", *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. ۱۰, ۲۰۰۶.

۱۲. Derby, Meredith, Casabona, Liza, “Counterfeiting Wars Heat up for Shoe Players”, Footwear News, ۲۰۰۶.
۱۳. Derclaye, Estelle, “Are Fashion Designers Better Protected in Continental Europe than in the United Kingdom? A Comparative Analysis of the Recent Case Law in France, Italy and the United Kingdom”, Journal of World Intellectual Property, Vol. ۱۳, no. ۳, ۲۰۱۰.
۱۴. Ferris, Anya Jenkins, Note, Real Art Calls for Real Legislation: An Argument Against Adoption of the Design Piracy Prohibition Act, ۲۶ CARDOZO ARTS & ENT.L.J. ۲۰۰۸.
۱۵. Fridolin Fischer, “Design Law in the European Fashion Sector”, Available at: http://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2008/01/article0006.html.
۱۶. Givhan, Robin, “The End of ‘Gown in ۶۰ Seconds’?”, Washington Post, ۱۰ August, ۲۰۰۷.
۱۷. Julie P., Tsai, “Fashioning protection: A note on the protection of fashion designs in the United States”, Lewis & Clark Law Review, Vol. ۹, ۲۰۰۵.
۱۸. Landes, William M., Posner, Richard A., The Economic Structure of Intellectual Property Law, Cambridge, Massachusetts, ۲۰۰۳.
۱۹. Monseau, Susanna, “A Review of European Design Protections Does Not Support the Fashion Industry Contention that Congress Should Single out Fashion for Special Design Protection”, Available at: http://works.bepress.com/susanna_monseau/
۲۰. Netson, Richard D., Mazzoteni, Roberto, “Economic Theories About The Cost and Benefit of Patent”, Journal of Economic Issues, Vol. ۳۲, No. ۴, ۱۹۹۸.
۲۱. Raustiala, Kal, Sprigman, Christopher, “The Piracy Paradox: Innovation and Intellectual Property in Fashion Design”, Virginia Law Review ۱۶۸۷, Vol. ۹۲, ۲۰۰۶.
۲۲. Spevacek, Aleksandra M., “Couture Copyright: Copyright Protection Fitting for Fashion Design”, Journal of John Marshall Review of Intellectual Property Law, Vol. ۹, ۲۰۰۹.