



Investigating the Criminal Guarantee of Breach of Trade Secrets and Trademarks from the Perspective of Jurisprudence and Iranian Law and French Law

Somayeh Rahmani*¹, Hamide Rahanjam², Amir Ehtesham Rahmani³

1. Lecturer and Doctor of Private Law, Takestan Branch, Islamic Azad University, Takestan, Iran. (Corresponding Author)

2. Faculty Member of Private Law Department, Islamic Azad University, Takestan, Iran.

3. Bachelor of Law student, Takestan Branch, Islamic Azad University, Takestan, Iran.

ARTICLE INFORMATION

Type of Article:

Original Research

Pages: 13-26

Corresponding Author's Info

ORCID: 0000-0003-1268-2822

TELL: +989127825993

Email: prsrahmanim@gmail.com

Article history:

Received: 28 Jun 2023

Revised: 16 Nov 2023

Accepted: 23 Nov 2023

Published online: 22 Dec 2023

Keywords:

Criminal Sanction, Violation of Secrets, Trademarks, Fine, Imprisonment.

ABSTRACT

Industrial property rights are important issues that play an important role in the technological and industrial development of countries. Criminal guarantee for the protection of this type of intellectual property rights and its examples such as trade secrets and trademarks have received less attention and investigation. The purpose of this article is to investigate the criminal guarantee for breach of trade secrets and trademarks from the perspective of jurisprudence and Iranian law and French law. This article is descriptive and analytical, and it has investigated the mentioned subject by using the library method. The findings indicate that in French law, the punishment of imprisonment and fine is determined as a criminal sanction for the violation of trade secrets and trademarks. In Iranian law, unlike French law, there is no criminal protection of trade secrets and there are no comprehensive laws in this regard. Trade secrets are not mentioned in any of the articles of the patent law, and only the law of electronic commerce and the law of computer crimes and the law of publishing and free access to information have implicitly and limitedly mentioned and supported this right. Violation of the confidentiality of trade secrets is mentioned in the laws of Iran in scattered laws and in a vague and incomplete manner. Another point is that the French law for the violation of trade secrets and trademarks has determined a monetary penalty of up to one million francs, which is in line with decriminalization and reducing the motivation of industrial property crimes, which are mainly financial, because the economic benefit of committing the crime is largely eliminated.



This is an open access article under the CC BY license.

© 2023 The Authors.

How to Cite This Article: Rahmani, S; Rahanjam, H & Rahmani, AE (2023). "Investigating the Criminal Guarantee of Breach of Trade Secrets and Trademarks from the Perspective of Jurisprudence and Iranian Law and French Law". *Journal of Comparative Criminal Jurisprudence*, 3(3): 13-26.

مقدمه

امروزه یکی از دغدغه‌های مهم بسیاری از کشورهای پیشرفته، مسائل مربوط به حقوق مالکیت فکری و حمایت از این اموال می‌باشد. یکی از زیرساخت‌هایی که می‌تواند ضامن پیشرفت اقتصادی و فناوری پژوهشگران و شرکت‌های دانش بنیان در عرصه دانش‌محوری باشد، حمایت و توجه به حقوق مالکیت صنعتی است. همچنین پیشرفت‌های تکنولوژی سبب شده که محصولات حاوی مالکیت صنعتی راحت‌تر ابداع و بازاریابی شوند و در نتیجه در سطح جهانی توزیع گردند، لذا اهمیت حمایت از این حقوق بر هیچ جامعه‌ای پوشیده نمی‌باشد. یکی از مهم‌ترین انواع ضمانت‌اجراهایی که دولت‌ها در جهت حمایت از مالکیت فکری بدان توجه دارند، ضمانت اجراهای کیفری است. باید خاطر نشان کرد که جرائم ارتكابی در حوزه مالکیت فکری علاوه بر جامعه و صاحبین حقوق برای مصرف‌کنندگان نیز ایجاد ضرر می‌نماید. با توجه به اینکه نقض حقوق شاخه‌های متنوع مالکیت فکری آثار مخرب اقتصادی و اجتماعی فراوانی در سطح جامعه به دنبال دارد، اغلب دولت‌ها استفاده از راهکارهای کیفری را که از جنبه بازدارندگی بیشتری برخوردار بوده و نقش مهمی در پیشگیری از وقوع جرائم دارند، برای حمایت از مالکیت فکری برمی‌گزینند. «اسرار تجاری دارای ارزش اقتصادی فراوانی می‌باشد؛ از این رو همواره ممکن است مورد تجاوز و دستبرد از سوی افرادی قرار گیرد که منافع خود را در استفاده آسان از نتایج تلاش‌های فکری دیگران می‌بینند. اگرچه صاحبان اسرار تجاری می‌توانند با پیشگیری و اعمال ضمانت اجراهای مدنی از حقوق خود دفاع کنند، ولی تهدید به ضمانت اجراهای مدنی برای جلوگیری از نقض محرمانگی اسرار تجاری کافی نبوده و بازدارندگی مناسب را نخواهد داشت. بنابراین ضروری است کشورها با اعمال ضمانت اجراهای کیفری نسبتاً شدید حمایت از اسرار تجاری را استحکام بخشیده و به جرم‌انگاری نقض محرمانگی اسرار تجاری چه در فضای واقعی و چه در فضای مجازی مبادرت ورزند. اسرار تجاری به دلیل تخصصی و فنی بودن، حمایت کیفری ویژه‌ای را همراه با اعمال سازوکارهای مناسب می‌طلبند، یعنی حمایت از اسرار تجاری نیازمند به‌کارگیری یک سیاست

جنایی افتراقی یا به زبان حقوقی، شاخه‌ای جدید و فنی از حقوق کیفری تحت عنوان حقوق کیفری مالکیت صنعتی می‌باشد» (نجفی ابرندآبادی، ۱۳۸۴: ۲/۲۷۲-۲۰۵). در بند «الف» ماده ۳۰ قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری، علامت تجاری این‌گونه تعریف شده است: «علامت، یعنی هر نشانه قابل رؤیتی که بتواند کالاها یا خدمات اشخاص حقیقی یا حقوقی را از هم متمایز سازد.» علامت تجاری عبارت است از هر نشانه تمایز بخشی که کالا یا خدمات مشخصی را که به وسیله اشخاص یا شرکت‌های تولیدی، تجاری، خدماتی ارائه می‌گردد معرفی و از کالا و خدمات اشخاص و شرکت‌های مشابه متمایز می‌گرداند. عناصر تشکیل‌دهنده یک علامت تجاری را در جدید و تازه بودن، ظاهر و آشکار بودن، گمراه‌کننده نبودن خلاصه کرد. بررسی ضمانت اجراهای کیفری که در قوانین کشورها و مطالعه تطبیقی آن با همان مسائل در حقوق بومی زمینه را برای آشنایی با راهکارها و ضمانت اجراهای عادلانه‌تر و کارآمدتر در نظام حقوقی داخلی و بصیرت بیشتر فراهم می‌نماید. همین امر انجام تحقیق حاضر را به یک ضرورت مبدل ساخته است.

۱- ضمانت کیفری نقض اسرار و علائم تجاری از منظر فقه

فقهای شیعه هیچ تأکیدی بر محسوس بودن شیء متعلق مال ندارند (خوئی، ۱۴۱۹: ۲/۲۰؛ اصفهانی، ۱۴۱۸: ۴/۳۶۴-۳۶۵) و اگر عرف عقلا امری را مال بدانند، چه آن امر محسوس باشد، چه غیر محسوس، کافی است. در همین راستا با ملاحظه تاریخ فقه می‌توان دریافت که فقها از گذشته‌های دور قائل به صحت بیع دین یا عین کلی و مالکیت بر آن‌ها بوده‌اند که فی‌نفسه اموری غیر محسوس هستند. شاید برای همین است که مشروعیت اموال فکری خیلی سریع نزد اکثریت قاطع فقهای شیعه تثبیت شد. اطلاعات سری تجاری نیز به‌عنوان مصداقی از اموال فکری امری غیر محسوس است که قابلیت تعریف در دایره شمول حقوق مالکیت فکری را دارد، به‌علاوه یکی از عناصری که برای این‌گونه اطلاعات ذکر شد، لزوم درآمدزایی به‌معنای ارزش اقتصادی مستقل بود و چون وجود ارزش اقتصادی و درآمدزایی فرع بر مالیت داشتن این‌گونه اطلاعات است و از طرفی مال بودن اطلاعات مزبور باتوجه به

به لحاظ تشریحی مباح است. بنابراین هر فعالیت و عملی که نص تشریحی بر حرمت یا وجوب آن دلالت نکند، ولی امر می‌تواند با دادن صفت ثانوی از آن منع و یا به آن امر کند» (صدر، ۱۴۱۷: ۶۸۹). به بیانی دیگر، نظریه منطقه‌الفراغ مدعی است که پاره‌ای از روابط انسان‌طور و دگرگونی دارد و خداوند متعال شیوه قانونگذاری در آن را با تبیین اصول و ضوابطی به عهده حاکم اسلامی گذاشته است. از همین رو یکی از آن حوزه‌ها، شناسایی حقوق مالکیت فکری اطلاعات سری در عرصه تجارت است، بدین شرح که اطلاعات مزبور به لحاظ اینکه در آن خلاقیت فکری هست، در این منطقه قرار دارد و حاکم اسلامی با توجه به مقتضیات زمان و مکان اباحه بهره‌گیری از این گونه اطلاعات برای غیرپدیدآورنده آن را منع کرده است.

۲- ضمانت کیفری نقض اسرار تجاری در حقوق ایران و

فرانسه

در این قسمت به بررسی ضمانت کیفری نقض اسرار تجاری در حقوق ایران و فرانسه پرداخته می‌شود.

۲-۱- ضمانت کیفری نقض اسرار تجاری در حقوق ایران

در حقوق ایران متأسفانه به‌رغم اینکه با تصویب «قانون تجارت الکترونیکی» در سال ۱۳۸۲ حمایت کیفری از اسرار تجاری در فضای مجازی، هرچند به صورت ناقص صورت پذیرفت، ولی حمایت کیفری از اسرار تجاری در فضای واقعی همچنان به دست فراموشی سپرده شد و جز برخی قوانین که آن هم به صورت کلی و مبهم بدان پرداخته‌اند، قوانین دیگری مشاهده نمی‌شود. با توجه به قوانین موجود در سطح کشور، متأسفانه در حال حاضر نمی‌توان مقرره قانونی قابل اتکایی یافت که به‌نحو قاعده‌مند و صریح به مقابله با جرائم علیه اسرار تجاری در فضای واقعی بپردازد. بنابراین می‌توان اذعان کرد که قوانین کیفری ایران در این زمینه دارای نقص بوده و باید هرچه زودتر راهکارهای کیفری برای مقابله با جرائم علیه اسرار تجاری همانند سایر شاخه‌های گوناگون مالکیت صنعتی مورد پیش‌بینی قرار گرفته و نقص موجود در قوانین برطرف شود، اما تا زمانی که این خلاء قانونی پر نشده، به‌طور ناقص

ادله مالیت حقوق فکری قابل توجیه است، اطلاعات مزبور می‌تواند مصداقی از اموال فکری باشد و ذیل عنوان مالکیت فکری قرار گیرد.

در فقه جهت ضرورت حمایت کیفری از اسرار و علائم تجاری می‌توان به قواعد مختلفی استناد کرد. قاعده سلطنت از جمله این قواعد است. از این منظر، «هرکس چیزی تألیف کند، آن تألیف نتیجه کار فکری و اندیشه وی بوده، بنابراین مالک و صاحب آن است و حق دارد دیگران را از هرگونه دخل و تصرفی در آن بازدارد، زیرا مردم شرعاً و عرفاً بر اموال خویش مسلط هستند، البته مالکیت او مطلق نیست و دلیلی بر حرمت انتفاع و تصرفات معنوی مانند مطالعه و استناد به آن وجود ندارد. آنچه جایز نیست، نسخه‌برداری و تکثیر بدون اجازه مؤلف است که در این صورت می‌تواند مطالبه حق کند» (حسینی روحانی، ۱۳۸۵: ۹۷/۲-۴۳).

قاعده لاضرر از دیگر قواعد در این خصوص است. می‌توان قاعده لاضرر را از مبانی فقهی جبران خسارت نقض انواع مالکیت‌های صنعتی، یعنی اختراعات، طرح‌های صنعتی و علامت‌های تجاری مورد تأکید در قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶ قلمداد کرد. قاعده لاضرر قاعده فقهی برگرفته از متن حدیث نبوی «لاضرر و لا ضرر فی الاسلام» که بر نفی ضرر و زیان‌زدن به خود و دیگران در دین اسلام و حرمت آن دلالت می‌کند، اگرچه در تفسیر قاعده لاضرر اختلاف نظر وجود دارد، ولی قاعده مزبور را چه به معنی نفی حکم ضروری (انصاری، ۱۴۱۴: ۳۷۳؛ انصاری، ۱۳۷۵: ۳۷۴؛ توحیدی، ۱۳۶۸: ۴۰۴/۳)، نهی از اضرار (اصفهانی، ۱۴۱۰: ۲۵) و یا نفی ضرر غیرمتدارک (نراقی، ۱۴۰۸: ۱۸) بگیریم تصرف در چنین حقوقی جایز نبوده و مستلزم اجازه از صاحبان آن‌ها است.

علاوه بر این، «منطقه‌الفراغ به حوزه‌ای از شریعت اسلامی ناظر است که به سبب ماهیت متغیر آن، احکام موضوعات و عناوین می‌تواند متغیر باشد و شارع، وضع قواعد مناسب با اوضاع و احوال و مقتضیات زمان و مکان را با حفظ ضوابط و در چارچوب معینی به عهده ولی امر گذاشته است» (حکمت‌نیا، ۱۳۸۶: ۳۷۶-۳۷۷). به تعبیر بنیانگذار این نظریه، «هر فعل

می‌توان از مفاد مواد زیر برای حمایت از اسرار تجاری در سطح کشور بهره جست:

۲-۱-۱- ضمانت کیفری اسرار تجاری در قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی کشور

سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی کشور که در سال ۱۳۸۶ مورد تصویب مجلس شورای اسلامی قرار گرفت، در بند «ح» ماده ۴۵ خود «مداخله در امور داخلی و یا معاملات بنگاه یا شرکت رقیب را به‌وسیله ترغیب، تحریک یا وادار ساختن یک یا چند سهامدار، صاحب سرمایه، مدیر یا کارکنان یک بنگاه و یا شرکت رقیب از طریق اعمال حق رأی، انتقال سهام، افشای اسرار، مداخله در معاملات بنگاه‌ها و یا شرکت‌ها یا روش‌های مشابه دیگر را ممنوع اعلام کرده است.» همچنین در بند «ک» همین ماده «کسب و بهره‌برداری غیرمجاز از هرگونه اطلاعات داخلی رقیب در زمینه تجاری، مالی و فنی و نظایر آن به نفع خود یا اشخاص ثالث» نیز ممنوع اعلام شده است.

بنابراین مطابق این قانون یکی از اعمالی که در رقابت تجاری ممنوع اعلام شده است، افشای اسرار تجاری و همچنین بهره‌برداری غیرمجاز از هرگونه اطلاعات داخلی رقیب در زمینه تجاری می‌باشد، اما بنا به نص ماده ۴۵ مفاد این قانون فقط در مورد اسرار تجاری متعلق به شرکت و بنگاه‌ها قابل اجراست، اما از آنجا که هر تاجر حقیقی نیز دست‌کم با دایرکردن یک بنگاه به فعالیت می‌پردازد، می‌توان وی را نیز مشمول این ماده دانست.

اما نکته‌ای که در این قانون عجیب به نظر می‌رسد، عدم تعیین مجازات مناسب برای افشاکننده و همچنین فردی است که حقوق مذکور در ماده ۴۵ این قانون را نقض کرده است، متأسفانه علی‌رغم اینکه این قانون اقدام به ممنوع‌ساختن اعمال مذکور در بندهای «ح» و «ک» ماده ۴۵ نموده است، اما مجازات مناسبی برای مرتکبین این اعمال پیش‌بینی نکرده است که این هم از نقض‌های قانون‌گذاری ایران محسوب می‌شود. قانون‌گذار در بندهای ۸ و ۱۲ ماده ۶۱ این قانون در مورد اعمال ممنوعه مذکور در ماده ۴۵، صدور دستور استرداد اضافه درآمد و یا توقیف اموالی که از طریق ارتکاب رویه‌های ضدرقابتی موضوع مواد ۴۴ تا ۴۸ این قانون

تحصیل شده است، از طریق مراجع ذی‌صلاح قضایی، تعیین جریمه نقدی از ده میلیون (۱۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا یک میلیارد (۱/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال، در صورت نقض ممنوعیت‌های ماده ۴۵ این قانون را مورد پیش‌بینی قرار داده است، اما در مورد تعیین مجازات حبس برای مرتکبین اعمال ممنوعه فوق‌الذکر که جنبه بازدارندگی بیشتری داشته و سازگار با هدف ارباب و بازدارندگی مجازات‌ها می‌باشد، ساکت مانده که این امر نمی‌تواند معقول باشد و بهتر است هرچه زودتر اقدام به تعیین مجازات‌های مناسب در این زمینه نمود.

البته قانون‌گذار در ماده ۷۵ این قانون نیز اقدام به تعیین مجازات برای کسانی که مکلف به حفظ اطلاعات داخلی بنگاه‌ها، شرکت‌ها و سایر اشخاص بوده، ولی آن‌ها را منتشر یا افشا می‌کنند یا از این اطلاعات به نفع خود یا ثالث بهره می‌جویند، نموده است و مجازات حبس تعزیری از شش‌ماه تا دو سال یا جزای نقدی از چهل میلیون (۴۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا چهارصد میلیون (۴۰۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال یا هر دو مجازات و نیز جبران خسارات ناشی از افشاء و یا انتشار اطلاعات را برای مرتکب در نظر گرفته است، اما از مفاد این ماده تنها می‌توان علیه کسانی که مکلف به حفظ اطلاعات داخلی شرکت و بنگاه بوده و آن‌ها را به‌طور غیرمجاز افشا کرده‌اند، استفاده کرد. همچنین در اینکه اسرار تجاری نیز جزء اطلاعات داخلی شرکت‌ها می‌باشد یا خیر، نمی‌توان با قطعیت نظر داد. بنابراین مشاهده می‌شود که علی‌رغم ممنوعیت اعمال مذکور در ماده ۴۵، راهکار کیفری مناسبی در جهت جلوگیری از این نقض حقوق پیش‌بینی نشده و قانون‌گذاری ایران در این مورد با نقض قابل توجهی مواجه هست که باید هرچه زودتر در جهت برطرف‌ساختن این نقیصه اقدام نمود.

۲-۱-۲- ضمانت کیفری اسرار تجاری در قانون مجازات اسلامی

ضمانت کیفری اسرار تجاری مقرر می‌دارد: «اطباء و جراحان و ماماها و داروفروشان و کلیه کسانی که به مناسبت شغل یا حرفه خود محرم اسرار می‌شوند، هرگاه در غیر از موارد قانونی، اسرار مردم را افشا کنند به سه‌ماه‌ویک‌روز تا یک‌سال حبس و یا به یک‌میلیون و پانصد هزار تا شش‌میلیون ریال

تحصیل نموده و یا برای اشخاص ثالث افشا نماید، به حبس از شش ماه تا دو سال و نیم و جزای نقدی معادل پنجاه میلیون (۵۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال محکوم خواهد شد.» همان طور که مشاهده می شود، این قانون برای عمل کسانی که در بستر مبادلات الکترونیکی به طور غیرقانونی اسرار تجاری و اقتصادی بنگاهها و مؤسسات را برای خود تحصیل کرده یا آن را برای اشخاص ثالث افشا نمایند، عنوان مجرمانه داده و فرد مذکور را مجرم به حساب می آورد، البته در مورد این ماده عدهای معتقدند که این قانون برای هر نوع استفاده از فناوریهای الکترونیکی در تبادل اطلاعات است که یکی از مصادیق آن استفاده در حوزه تجارت الکترونیکی است (پورسید، ۱۳۸۶: ۶۰-۴۹)، اما در مقابل عدهای نیز معتقدند که تحقق جرائم مندرج در این قانون منحصراً در بستر مبادلات مالی رایانه‌ای می تواند صورت گیرد (جاویدنیا، ۱۳۸۶: ۱۸۰-۱۵۸). باتوجه به اینکه مقنن نیز در متن ماده عباراتی نظیر بنگاه اقتصادی و اسرار تجاری و اقتصادی را به کار برده که بیشتر دال بر مالی بودن این مبادلات می شود، بنابراین باید نظر افرادی را تأیید کرد که تحقق جرائم را فقط در بستر مبادلات مالی رایانه‌ای ممکن می دانند.

البته آنچه که در این ماده مورد حمایت قرار داده شده است، اسرار تجاری متعلق به بنگاهها و مؤسسات است، پس هیچ شخصی اعم از تاجر یا غیرتاجر بدون اینکه بنگاه یا مؤسسه‌ای را برای فعالیت خویش اختصاص داده باشد، نمی تواند خواستار حمایت قانونی از اسرار خویش در قالب این ماده باشد. همچنین اسرار می بایست تجاری و اقتصادی باشند و اسرار دیگر نمی تواند مورد حمایت این مقررات باشد.

ایرادی که در مورد میزان مجازات مقرر در این ماده می توان بیان داشت، علاوه بر عدم تناسب مجازات مقرر با شدت جرم ارتكابی در فرضی که عمل مجرمانه زیان هنگفتی را برای فرد صاحب اسرار تجاری وارد می آورد، تعیین جزای نقدی به صورت ثابت می باشد، بدین نحو که عمل مجرمانه با هر شدتی که صورت گرفته و با هر درجه زبانی که برای فرد به بار می آورد، علاوه بر میزان حبسی که تعیین میزان آن به اختیار قاضی دادگاه واگذار شده و می تواند از شش ماه تا دو سال و نیم میزان حبس مقرر در ماده، هر میزانی که صلاح

جزای نقدی محکوم می شوند.» این ماده نیز همان طور که در متن آن اشاره شده است، شامل کسانی می شود که به مناسبت شغل یا حرفه خود محرم اسرار می شوند و همانند موردی است که در قانون اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی در مورد افرادی که مکلف به حفظ اطلاعات داخلی شرکتها و بنگاهها می باشند و این اطلاعات را افشا می کنند، مورد اشاره قرار گرفته و برای آن مجازات مقرر شده است. بنابراین در صورتی که فاش کنندگان اسرار تجاری را نیز شامل ماده ۶۴۸ ق.م.ا. بدانیم، باز با ایراد عمده‌ای مواجه می شویم، بدین صورت که فقط با استناد این ماده می توان افرادی را مورد محاکمه قرار داد که به مناسبت شغل و حرفه خود محرم اسرار تجاری فرد واقع شده‌اند و آن‌ها را به طور غیرمجاز افشا کرده‌اند، اما در مورد افرادی که بدون مناسبت شغل و حرفه خود بر اسرار تجاری دیگری آگاهی می یابند و سپس مبادرت به افشای آن‌ها می نمایند، این ماده نمی تواند مورد استناد قرار گیرد، بنابراین در این مورد نیز با نقص قابل توجهی مواجه هستیم که باید هرچه زودتر در جهت رفع این نقص اقدام شود. عدم تناسب میان ارزش اقتصادی راز تجاری فاش شده و مجازات مقرر در ماده ۶۴۸ ق.م.ا. نیز به وضوح قابل رؤیت است. همچنین چنانچه دریافت کننده اسرار، از افشای غیرقانونی اسرار مطلع باشد، نمی توان وی را تحت تعقیب قرار داد.

۳-۱-۲- ضمانت کیفری اسرار تجاری در قانون تجارت الکترونیک

مطابق ماده ۶۴ قانون تجارت الکترونیک: «به منظور حمایت از رقابت‌های مشروع و عادلانه در بستر مبادلات الکترونیکی، تحصیل غیرقانونی اسرار تجاری و اقتصادی بنگاهها و مؤسسات برای خود و یا افشای آن برای اشخاص ثالث در محیط الکترونیکی جرم محسوب و مرتکب به مجازات مقرر در این قانون خواهد رسید.»

همچنین بر طبق ماده ۷۵ این قانون: «متخلفین از ماده ۶۴ این قانون و هرکس در بستر مبادلات الکترونیکی به منظور رقابت، منفعت و یا ورود خسارت به بنگاههای تجاری، صنعتی، اقتصادی و خدماتی، با نقض حقوق قراردادهای استخدام مبنی بر عدم افشای اسرار شغلی و یا دستیابی غیرمجاز، اسرار تجاری آنان را برای خود

محسوس‌تری را برای فرد به‌دنبال داشته باشد. بنابراین در صورتی که فردی بدون رضایت صاحب اسرار تجاری، اسرار وی را منتشر کند یا در دسترس دیگران قرار دهد و این اقدام وی منجر به ورود ضرر به صاحب اسرار شود، بر طبق ماده ۱۷ قانون فوق‌الذکر مجرم محسوب شده و به تحمل مجازات مقرر در این ماده محکوم خواهد شد.

۲-۲- ضمانت کیفری نقض اسرار تجاری در حقوق فرانسه

در فرانسه، از اسرار صنایع در ساخت و تولید کالا و دانش تجربی با مهارت‌های فنی و همچنین در زمینه تولیدات صنایع الکتریکی، از جمله محصولات و صنایع الکتریکی مدار بسته و دستاوردهای گیاهی و امثال آن به طرق مختلف حمایت به عمل آمده است. ماده ۱-۶۲۱ L قانون مالکیت فکری و صنعتی مصوب ۱۶ دسامبر ۱۹۹۲ فرانسه به منظور حمایت از اسرار ساخت و تولید محصولات صنعتی، مجازات نقض حقوق اسرار مزبور با تجاوز به آن را به ماده ۷-۱۵۲ L قانون کار احاله کرده است. طبق ماده ۷-۱۵۲ L قانون کار فرانسه، هر مدیر با کارگری از کارکنان یک مؤسسه صنعتی افشاء کند یا اقدام به افشای یکی با تمامی از اسرار ساخت آن مؤسسه کند، به دوسال حبس و دویست هزار (۲۰۰/۰۰۰) فرانک جریمه خواهد شد (امامی، ۳۹۶: ۳۸۹). دادگاه می‌تواند همچنین به‌عنوان مجازات تکمیلی از مدت پنج‌سال و بیشتر، مجرم را به محرومیت از حقوق مدنی و خانوادگی پیش‌بینی شده در ماده ۲۶-۱۳۱ قانون مجازات محکوم نماید. قانون‌گذار فرانسه با اینکه نقض اسرار ساخت را جرم تلقی کرده است، ولی از اسرار ساخت و افشای اسرار ساخت، تعریف قانونی به‌عمل نیاورده است که عدم‌التعریف قانونی اسرار ساخت و عدم تعریف با توصیف قانونی انشاء در عمل و در رسیدگی قضایی که معمولاً اختلاف‌نظر پیش می‌آید، مشکلات فراوانی ایجاد خواهد کرد و این اختلاف‌نظرها می‌تواند قاضی را دچار سردرگمی کند و حقوق اشخاص را در معرض خطر تضییع قرار دهد.

عدم تعریف قانونی اسرار ساخت و افشاء یا نقض آن را نمی‌توان دال بر بی‌توجهی یا مسامحه قانون‌گذاران فرانسه یا سایر کشورهای جهان دانست، زیرا اسرار و افشای اسرار،

تشخیص می‌دهد، برای مرتکب در نظر بگیرد و جزای نقدی معادل پنجاه میلیون ریال می‌باشد که در این مورد دست قاضی در تعیین میزان جزای نقدی مناسب با عمل ارتكابی بسته بوده و فقط همین میزان را باید در حکم خود برای مرتکب جرم در نظر بگیرد. همچنین با توجه به متن قانون باید مجازات حبس و جزای نقدی توأمأ صادر شده و به اصطلاح مجازات حبس و جزای نقدی مقرر در این ماده یک مجازات محسوب شده و قاضی نمی‌تواند فقط یکی از مجازات‌های حبس یا جزای نقدی را برای مرتکب صادر نماید.

یکی دیگر از قوانینی که به استناد آن می‌توان به مقابله با نقض حقوق اسرار تجاری پرداخت، قانون جرائم رایانه‌ای می‌باشد. در این قانون انتشار یا در دسترس دیگران قراردادن اسرار متعلق به دیگری مورد جرم‌انگاری قرار گرفته و برای آن مجازات نیز تعیین شده است.

ماده ۱۷ این قانون مقرر می‌دارد: «هرکس به‌وسیله سیستم‌های رایانه‌ای یا مخابراتی صوت یا تصویر یا فیلم خصوصی یا خانوادگی یا اسرار دیگری را بدون رضایت او منتشر کند یا در دسترس دیگران قرار دهد، به‌نحوی که منجر به ضرر یا عرفاً موجب هتک حیثیت او شود، به حبس از نود و یک روز تا دوسال یا جزای نقدی از پنج تا چهل میلیون ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد.»

عمل فرد مرتکب در این ماده افشای صوت یا تصویر یا فیلم خانوادگی و خصوصی یا اسرار متعلق به فرد یا در دسترس قراردادن این اسرار بدون رضایت صاحب آن، آن‌هم با استفاده از سیستم‌های رایانه‌ای یا مخابراتی است. به عبارتی این ماده، هم به بیان موارد مورد حمایت پرداخته و وسیله ارتكاب جرم را به‌طور انحصاری مشخص کرده و مواردی که این صوت یا تصویر یا اسرار بدون استفاده از سیستم‌های رایانه‌ای یا مخابراتی مورد تجاوز قرار گیرد را از شمول این ماده خارج ساخته است. با توجه به اینکه در این ماده پس از بیان مصادیقی از اعمالی که می‌تواند جرم محسوب شود، از عبارت اسرار دیگری استفاده شده است، لذا می‌توان اسرار تجاری را نیز مشمول حمایت خاص این ماده قرار داد، مخصوصاً که افشای اسرار تجاری در مقایسه با سایر اسرار می‌تواند ضرر

بتواند یک حق شخصی و امتیاز خصوصی قانونی برای آفرینه خود کسب کند (خدمتگذار، ۱۳۹۰: ۶۵).

بنابراین باوجود ترس افشای اسرار صنعتی یا رمز و راز تجاری، از طریق نشر اجباری و قانونی که به وی تحمیل خواهد شد، ترجیح می‌دهد آفرینه خود را به ثبت برساند تا بتواند حق مالکیت صنعتی یا تجاری مزبور را تثبیت کند و رقبای وی نتوانند امتیاز مزبور را به نام خود بدون داشتن حق و از طریق توسل به اقدامات مکارانه ثبت نمایند، رفع مشکل مربوط به خطر افشای اسرار در راستای ثبت آفرینه صنعتی یا تجاری، نیاز به یک راه حل منطقی و قانونی دارد. به‌طور مثال می‌توان به ثبت اختراع و اخذ گواهی‌نامه اختراع اشاره کرد که برای ثبت اختراع، لازم است اطلاعات اساسی موضوع اختراع، به مرجع ثبت اختراع اعلام گردد و اگر این اطلاعات اساسی جزء اسرار موضوع اختراع باشد و مراتب برای اطلاع عموم آگهی گردد، اسرار مزبور افشاء خواهد شد، ولی باید اصولاً اسرار یک اختراع به‌صورت محرمانه بایگانی و از دسترسی دیگران مخفی بماند که این اختفاء گاهی اطمینان‌بخش نیست.

البته قانون‌گذار فرانسه از اسرار مهارت‌های تجربی و فنی پشتیبانی کرده و برای تجاوز به آن‌ها ضمانت اجرایی قائل شده است.

تعریف دیگری که از اسرار ساخت به‌عمل آمده، عبارت است از: خصایص فنی اصلی و مبنایی ابزار و ماشین‌آلات اختراع‌شده به‌وسیله یک صنعت‌گر که به‌موجب این ابزار و روش ساخت که روش مخفی است، ساخت و تولید محصول و بازدهی اقتصادی و تجاری مطلوب دور از دید رقبیان و مصرف‌کنندگان به دست آید و تا زمانی که صنعت‌گر یا تاجر، مصلحت بداند، باید این اسرار مخفی بماند و افشاء نگردد. منظور از مخفی‌ماندن، افشاء‌نشدن برای عموم و رقبیان فعالیت صنعتی، یعنی ساخت کالا و مدیریت عرضه آن در بازار اقتصادی و قلمرو تجاری است، ولی چون مدیران، کارکنان او کارگران یک مؤسسه اقتصادی یا تجاری وظیفه دارند اسرار مزبور را حفظ کنند و باید نسبت به وظیفه محوله

مصادیق متعدد دارد و دارای معیار ثابت و خاصی نیست که به آسانی بتوان آن را در متن قانون قرار داد و برای آن تعریف جامع و مانع قانونی در نظر گرفت، اما اساتید حقوق و محاکم قضایی تا حدودی توانسته‌اند برای رفع مشکلات عملی تلاش لازم به‌عمل آورند و تعاریف مختلفی را در این زمینه ابراز دارند.

ازجمله تعاریف اسرار ساخت، عبارت از روش‌های اصلی و مبنایی‌ای خاص در ساخت و تولید محصولات صنعتی است که به‌موجب آن با اصلاح نحوه ساخت، کیفیت تولید را نسبت به محصولات مشابه موجود در بازار بالاتر ببرد و هزینه ساخت یا تولید را کاهش دهد. به‌تعبیر ساده‌تر، هم کیفیت تولید را بالاتر ببرد و هم هزینه تولید را کاهش دهد و این روش اصولی با مبنایی وقتی سر و رمز و راز ساخت محسوب می‌شود که بتوان آن را دور از دسترس رقبیان نگاه داشت و آن را مخفی کرد (Marisage, 1999: 2).

البته مخفی نگاه‌داشتن اسرار در تمام مصادیق مالکیت صنعتی، چندان آسان نخواهد بود و گاهی تصور مخفی‌بودن اسرار امری واهی است، زیرا وقتی محصولی به بازار عرضه گردد، به رقبیان آن محصول فرصت و امکان می‌دهد که روش ساخت با اوصاف و خصوصیات محصول عرضه‌شده را کشف و از آن در تولید محصول مشابه بهره‌برداری کند.

به عقیده بعضی از حقوق‌دانان و اساتید، اسرار یا راز و رمز تجاری و اقتصادی، به‌طور مطلق و کلی نمی‌تواند یک حق مالکیت صنعتی اختصاصی تلقی گردد. به‌عبارت‌دیگر، امتیازات مربوط به اسرار صنعتی یا تجاری مطلق، یک حق مالکیت تجاری با صنعتی محسوب نمی‌شود. مع‌ذلک اهمیت عملی آن قابل توجه است، زیرا از طرفی، هر منکر با آفریننده یک پدیده صنعتی، چاره‌ای ندارد و ناچار است تا مدت مدیدی که امکان‌پذیر باشد، آفرینه خود را به‌صورت مخفی و دور از دسترس رقبیان خود نگاه دارد، در چنین حالتی قانوناً این اسرار تحت عنوان مالکیت فکری به‌معنای عام و مالکیت صنعتی به‌معنای خاص قابل حمایت نخواهد بود و از طرفی دیگر پدیدآورنده آفرینه، ناچار است راهی را انتخاب کند تا

است، ولی صرف ادعای علم و اطلاع در این زمینه کافی نیست.

مدیران و کارکنان و کارگران یک مؤسسه اقتصادی و تمامی اشخاصی که موظف به حفظ اسرار ساخت هستند، ممکن است عامل پخش، انتشار و افشای اطلاعات محرمانه باشند. همه کسانی که طراح موضوع محرمانه هستند و یا در خلق آن مداخله داشته و با طرح‌ها و نقشه‌های محرمانه را به مرحله اجرا درمی‌آورند، مورد اعتماد مؤسسه اقتصادی بوده و هستند، لذا حق ندارند اطلاعات مخفی و رمز و راز ساخت و تولید را که ارزش اقتصادی دارد و باید از دسترس عموم، خصوصاً رقبیان فعال اقتصادی دور بماند، افشاء کنند و یا نسبت به انتشار آن اقدام نمایند.

فرقی ندارد که افراد مزبور صراحتاً و براساس قرارداد، متعهد به حفاظت اطلاعات محرمانه باشند یا چنین قراردادی در بین نباشد، زیرا حفظ اسرار ساخت یک مؤسسه اقتصادی، تکلیف قانونی ناشی از اعتماد صاحبان اسرار است. تشخیص مصادیق اسرار همیشه چندان آسان نیست تکلیف حفظ اطلاعات محرمانه افراد اشاره شده محدود به زمانی نیست که در یک مؤسسه اقتصادی اشتغال دارند، بلکه این تکلیف حتی وقتی که خدمت در مؤسسه مزبور را ترک کرده و در خدمت رقیب صاحب اسرار و اطلاعات محرمانه در آینده نیز تکلیف آنان در این زمینه ساقط نخواهد شد.

ممکن است افرادی از طریق سرقت اطلاعات و یا از راه جاسوسی، موفق گردند اسرار تولید و ساخت یک مؤسسه تولیدی را به دست آورده و در اختیار رقبیان مؤسسه مزبور قرار دهند و یا اقدام به افشاء و انتشار آن اسرار کنند. همچنین کسانی که از طریق شکستن قفل، شبکه‌ها و سایت‌های اینترنتی و دستیابی به رمز شبکه‌ها، موفق گردند به اسرار ساخت یا راز تجاری فعالان اقتصادی، به نفع خود یا دیگران دسترسی پیدا کنند، این افراد نیز باید مجرم شناخته و به مجازات اعمال ارتكابی محکوم گردند.

وفادار باشند، لذا اطلاع آن‌ها از اسرار ساخت یا رمز و راز تجاری، افشای اسرار محسوب نخواهد شد.

بنابر مراتب مزبور و با توجه به ماده 7-152 L قانون کار در فرانسه برای وقوع جرم افشای اسرار تولید و ساخت تحقق شرایط زیر ضروری است:

شرط نخست وقوع جرم، این است که اسرار و رموزی به‌طور محقق به‌طور محقق وجود داشته باشد. اسرار ساخت همان‌طور که اشاره شد، روش‌های اصلی و مبنایی مخفی و محرمانه‌ای است که در تولید محصولات باکیفیت خام، نقش دارد و دسترسی به این روش از طریق ملاحظه ظاهر یا تجزیه مواد تشکیل‌دهنده آن مقدور نباشد و در اختفای آن، اقدامات متعارف به‌عمل آمده باشد، بنابراین اگر اسرار ساخت با عرضه محصول به بازار قابل دستیابی باشد، به‌عنوان رمز تولید محسوب نمی‌شود تا افشای آن جرم تلقی گردد.

شرط دوم در اختیار عموم یا رقبیان فعالیت‌های اقتصادی و تجاری قراردادن اسرار و رمز و راز ساخت محصول و آشکارکردن آن است. تفاوتی ندارد که دادن اطلاعات محرمانه به اشخاص ثالث به‌طور مستقیم باشد و یا انشای اسرار به‌طریق غیرمستقیم مانند درج اسرار در مطبوعات و امثال آن صورت گیرد. افشاءگر و آشکارکننده رمز یا اسرار، باید عالم‌اً عامداً مرتکب این اقدام شده باشد، بنابراین اگر کسی با قصد متقلبانه و یا به قصد ضررزدن به صاحب اسرار ساخت و یا سودجویی و امثال آن، اسرار ساخت یک مؤسسه صنعتی را آشکار کند یا اقدام به افشای آن نماید، مجرم محسوب خواهد شد و هرگاه کسی در اثر سهل‌انگاری یا اشتباه و یا غفلت و بی‌دقتی با بی‌توجهی، سبب انشای اسرار ساخت گردد، چون قصد مجرمانه نداشته، عامل مزبور مجرم تلقی نمی‌شود. همچنین اگر کارگری اطلاع نداشته باشد که موضوعی جنبه محرمانه داشته و آن را افشاء کند، مرتکب جرم نشده است. در این زمینه اصل، عدم علم و اطلاع است، ولی با هر دلیلی خلاف اصل عدم، یعنی وجود علم و اطلاع قابل اثبات است، یعنی اماره یا اصل مزبور جنبه نسبی داشته و مطلق نخواهد بود. بنابراین خلاف این اصل قابل اثبات

۳- ضمانت کیفری نقض علائم و نام‌های تجاری در حقوق ایران و فرانسه

در این قسمت، ضمانت کیفری نقض علائم و نام‌های تجاری در حقوق ایران و فرانسه بررسی می‌شود.

۳-۱- ضمانت کیفری نقض علائم و نام‌های تجاری در حقوق ایران

مطابق ماده ۶۱ قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶: «هر شخصی که با علم و عمد مرتکب عملی شود که طبق مواد ۱۵، ۲۸ و ۴۰ نقض حقوق به‌شمار آید یا طبق ماده ۴۷ عمل غیرقانونی تلقی شود، مجرم شناخته شده و علاوه بر جبران خسارت به پرداخت جزای نقدی از ده میلیون (۱۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا پنجاه میلیون (۵۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال یا حبس تعزیری از نودویک‌روز تا شش‌ماه یا هر دوی آن‌ها محکوم می‌شود.»

مطابق با ماده ۳۱ و ۴۰ قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری ۱۳۸۶ حقوق ناشی از علامت منوط به ثبت علامت تجاری است و استفاده از یک علامت تجاری به کسی تعلق دارد که آن علامت را مطابق مقررات به ثبت رسانده باشد. باوجود این، مطابق بند «ه» ماده ۳۲ ق.ث.ا.ط.ع (۱۳۸۶) «علائم معروف» قابل حمایت دانسته شده‌اند، لیکن این حمایت را می‌بایست حمایتی ناقص پنداشت، چراکه مطابق ماده ۴۰ قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری ۱۳۸۶ پیش‌شرط بهره‌مندی از حقوق مربوط به علائم تجاری و به‌خصوص حقوق جزایی مندرج در ماده ۶۱ قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری ۱۳۸۶ ثبت علائم تجاری است. سوءنیت (علم و عمد) ناقض حقوق دارنده علامت تجاری نیز ضروری است.

۳-۱-۱- ضمانت کیفری نقض علائم و نام‌های تجاری در قانون مجازات اسلامی

در بخش تعزیرات قانون مجازات اسلامی ۱۳۶۲، در قالب مواد ۱۲۲، ۱۲۳ و ۱۲۴، مجازات‌هایی برای متجاوزین به علائم تجاری در نظر گرفته شده بود. در سال ۱۳۷۵ با تصویب بخش تعزیرات و مجازات‌های بازدارنده به

حمایت‌های پیشین پایان داده شد. لازم است که در شرایط کنونی در پی نصوصی دیگر برای حمایت کیفری از نقض علائم تجاری در این قانون بود. به‌طور کلی جرائمی که در این قانون، در مورد علائم تجاری متصور می‌گردد را می‌توان بدین‌شرح برشمرد: ۱- جعل و استفاده از علامت تجاری مجعول؛ ۲- استعمال غیرمجاز علائم تجاری؛ ۳) کلاهبرداری.

در مورد اینکه اگر فردی قبل از ثبت علامت تجاری توسط صاحب و استفاده‌کننده آن، علامت مزبور را ثبت کند، آیا عنوان مجرمانه‌ای بر این عمل بار می‌شود یا خیر یا بیان دیگر آیا این عمل را می‌توان سرقت علامت تجاری دانست یا خیر، ق.ث.ا.ط.ع در این مورد ساکت بوده و متعرض امری نشده است، ضمن اینکه نمی‌توان علامت تجاری را به‌معنای واقعی کلمه مال دانست و ثبت آن توسط فرد دیگر را ربایش قلمداد کرده و در نتیجه عمل مزبور را سرقت دانست، «اما به نظر می‌رسد که استفاده‌کننده مقدم، حق اعتراض داشته و با اثبات سابقه استفاده خویش از علامت مزبور، صدور حکم ابطال سند ثبت علامت تجاری معترض‌عنه را خواستار شود، چراکه ثبت علامت تجاری که قبلاً مورد استفاده بوده، از مصادیق رقابت مکارانه تجاری محسوب می‌شود، در نتیجه در صورت اعتراض استفاده‌کننده، دادگاه‌ها مکلف‌اند مطابق با اصول کلی حقوقی (منع رقابت مکارانه) و معاهدات بین‌المللی که دولت ایران به آن پیوسته، به اعتراض رسیدگی و در صورت ثبوت ادعا حکم مقتضی صادر نمایند» (اسلامی، ۱۳۸۸: ۹۵-۵۴).

۳-۱-۲- ضمانت کیفری نقض علائم و نام‌های تجاری در قانون تجارت الکترونیک

در حقوق ایران برای مبارزه با سوءاستفاده‌کنندگان از نام و نشانی‌های اینترنتی در موردی کاملاً خاص و استثنایی اجرای کیفری در نظر گرفته شده است. ماده ۶۶ قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲ در این زمینه چنین می‌گوید: «به‌منظور حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تشویق رقابت‌های مشروع در بستر مبادلات الکترونیکی، استفاده از علائم تجاری به‌صورت نام دامنه و یا هر نوع نمایش برخط علائم تجاری که موجب فریب یا مشتبه‌شدن طرف به اصالت کالا و خدمات شود، ممنوع و متخلف به مجازات مقرر در این قانون خواهد رسید.»

نظر می‌رسد در این صورت نیز موجبات اغفال و گمراهی مردم فراهم خواهد شد.

۳-۲- ضمانت کیفری نقض علائم و نام‌های تجاری در حقوق فرانسه

ضمانت اجرای کیفری تجاوز به حقوق ناشی از نام بازرگانی و رقابت غیرقانونی یا متقلبانه و تقلید و غصب، در فرانسه، طبق مواد ۹-۲۱۶ و ۱-۲۱۷ قانون مصرف، دوسال حبس و یک‌هزار تا دویست و پنجاه هزار فرانک فرانسه (معادل آن یورو) جریمه یا یکی از این مجازات‌ها در نظر گرفته شده است، به‌تعبیر دیگر استفاده از نام تجاری دیگری به هر طریقی که باشد، بدون کسب اجازه جرم محسوب و مرتکب مجازات خواهد شد اگر کسی از نام تجاری و بازرگانی تاجری یا مؤسسه تجاری سوءاستفاده کرده و با تحریف و تقلید روی اجناس و تولیدات صنعتی با محصولات کشاورزی خود یا متعلق به دیگران نام تجاری مزبور را استعمال کند، سوءنیت وی مفروض تلقی می‌شود و نیاز به اثبات از جانب مدعی ندارد، ولی کسانی که کالاهای با مارک با نام تجاری تقلبی را می‌فروشند و یا در معرض فروش قرار می‌دهند، فرض بر حسن نیت آن‌ها است و خلاف آن را مدعی باید ثابت کند.

درخصوص فریب و گمراهی یا اغفال عموم و خطر اختلاط یا ایجادشدن حالت اشتباه در مشتریان یک محصول ارزیابی و به‌اشتباه‌افتادن یک مشتری معمولی و متوسط کفایت می‌کند، یعنی نیاز به دقت زیاد ندارد و همین معیار را رویه قضایی فرانسه کافی دانسته و تولید محصولات مشابه با آرم و نشانه‌های فریبنده را تخطی به حقوق شرکت با نام و با مارک و حتی تابلو آن شرکت تلقی کرده است. اصولاً تجاوز به نام شرکت تجاری، شامل تجاوز به مجموع علائم مشخصه آن شرکت و انواع فعالیت آن است، به‌نحوی که اگر فعالیت شرکتی یا شخص ثالثی، مشابه فعالیت شرکت دارای نام معین نباشد و محصولی مشابه شرکت اصلی تولید نکند، تجاوز تحقق پیدا نمی‌کند، زیرا فریب و گمراهی و فریب مشتریان مصداق نخواهد داشت، ولی اگر تجاوز به نام یک شرکت تجاری، باعث ورود لطمه به اعتبار شرکت مزبور باشد، جدای از هرگونه رقابت اقتصادی، نقض حقوق آن

ماده ۷۶ همین قانون در زمینه مجازات نقض علائم تجاری به‌صورت نشانی یا نام اینترنتی یا هر نوع نمایش برخط، علائم تجاری که سبب گمراهی افراد و دچار اشتباه‌شدن آنان در زمینه اصالت کالاها یا خدمات گردد، چنین می‌گوید: «متخلفان از ماده ۶۶ این قانون به یک تا سه سال حبس و جزای نقدی از بیست میلیون (۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا یک صد میلیون (۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال محکوم خواهند شد.»

«باتوجه به مفاد مواد ۶۶ و ۷۶ قانون تجارت الکترونیکی مذکور، سوءاستفاده از علائم تجاری به‌صورت نام دامنه یا استعمال علائم تجاری دیگران به‌شکل نشانی اینترنتی از طرف دیگری، درصورتی جرم و متخلف مجازات می‌شود که دارای شرایط زیر باشد: ۱- نام اینترنتی با نام دامنه با علامت با علائم تجاری، یکسان و مشابه باشد؛ ۲- نشانی اینترنتی باعث فریب و گمراهی افراد نسبت به اصالت کالا یا خدمات منظور نظر آنان گردد و یا آنان را دچار اشتباه کند، یعنی تصور علمی برای مصرف‌کنندگان، کالای اصلی و یا خدمات اصیل به‌وجود آورد، به‌نحوی که مشتریان به تصور کالای اصلی یا خدمات اصیل به کالا یا خدمات بدلی روی آورند و به سمت این نوع کالا و خدمات کشیده شوند؛ ۳- صاحب نشانی اینترنتی با نام کامپیوتری کالا یا خدماتی مشابه کالای اصلی با خدمات اصیل و ایجاد شبهه در ذهن مصرف‌کنندگان، از این اقدام سود ببرد» (خدمتگذار، ۱۳۹۰: ۵۴).

با این ترتیب بدون تحقق شرایط مزبور، جرمی محقق نمی‌شود. به‌تعبیر دیگر اگر صاحب نشانی اینترنتی استفاده‌شده از علائم تجاری دیگران فعالیتی انجام دهد که با فعالیت صاحب علامت تجاری هیچ‌گونه ارتباطی نداشته باشد، جرم محسوب نمی‌شود و صاحب علامت تجاری از ضمانت اجرای کیفری نمی‌تواند استفاده کند و گاهی نیز ممکن است حوزه فعالیت صاحب نشانی اینترنتی، حتی در قلمرو فعالیت تجاری نباشد، ولی ممکن است به شهرت صاحب علامت تجاری لطمه وارد سازد. به‌طور مثال اگر کسی از علائم تجاری یا خدماتی دارای شهرت محلی یا منطقه یا جهانی که در تولید پارچه یا ارائه خدمات هواپیمایی فعالیت دارد، نام اینترنتی انتخاب و در زمینه تولید و عرضه عطریات یا ادوکلن تقلبی فعالیت کند، به

تجاری بتواند از مرجع ثبت نام اینترنتی، ابطال ثبت انجام شده را خواستار گردد تا از ورود خسارات آینده جلوگیری شود و در صورت استتکاف آن مرجع، اسباب الزام وی فراهم گردد. ماده ۱۴ قانون علامت تجاری آلمان مصوب ۱۹۹۵ و قسمت ۳۰۰۴ قانون حمایت از مصرف‌کنندگان آن کشور، چنین ضمانت اجرایی را برای نقض‌کننده حقوق علامت تجاری پیش‌بینی کرده است (Battle, 2006: 45).

طبق ماده ۱-۷۱۱ قانون مالکیت فکری و صنعتی فرانسه، علائم صنعتی، تجاری یا مارک‌های صنعتی، مارک تجاری یا مارک و علائم خدماتی، علامتی است که برای مشخص و متمایزگردانیدن تولیدات یا خدمات یک شخص حقیقی یا حقوقی به کار می‌رود (منظور متمایزکردن تولیدات یا خدمات یک شخص از تولیدات یا خدمات اشخاص دیگر است).

این علائم به اشکال گوناگون ممکن است وجود پیدا کنند. به‌طور مثال علائم می‌تواند از کلمات، شبه‌کلمات، نام‌های خانوادگی، نام محلی و جغرافیایی، نام مستعار، حروف، اعداد، واژه‌های اختصاری، علائم صوتی، اصوات، جملات موزیکال، علائم شکلی مثل طرح‌ها، اتیکت‌ها، مهرها، حاشیه‌ها، لفاف‌ها، هولوگرام‌ها، لوگوها، تصاویر ترکیبی، فرم‌ها، التفاط و اختلاط رنگ‌ها در ارتباط و متناسب با تولیدات، علی‌الخصوص در عرضه خدمات، به‌وجود آید.

مارک‌های جمعی در ماده ۱-۷۱۵ قانون مالکیت فکری و صنعتی فرانسه به‌طور جداگانه عنوان شده است، طبق ماده مذکور مارک جمعی برخلاف مارک فردی یا اختصاصی مخصوص یک شخص نیست، بلکه هر شخصی با رعایت مقررات و ضوابط پیش‌بینی‌شده به‌وسیله واجدین و صاحبان علامت جمعی ثبت‌شده، می‌تواند با این علامت، محصولات و تولیدات یا خدمات خود را به بازار معاملات عرضه کند، مشروط بر اینکه با اوصاف و خصوصیات تصریح‌شده در مقررات ثبت‌شده، انطباق داشته باشد که در این صورت از مارک جمعی تأیید نیز می‌تواند استفاده کند (Mathely, 1994: 241).

شرکت محسوب و موجب می‌شود که شرکت مورد تجاوز، بتواند مطالبه خسارت کند و تجاوز به نام یک شرکت تجاری صاحب‌امتياز در ردیف تجاوز به یک تابلو یا آرم تولید یا علامت تجاری است که در صورت تجاوز آن‌ها قابل اعتراض و ابطال نام شرکت ثبت‌شده بعدی است، اگر به ثبت رسیده باشد (Goedhuys, 2012: 45).

با این ترتیب در حقوق فرانسه، تقلید از نام یک شرکت تجاری به‌وسیله شخص حقیقی یا حقوقی دیگر، جعل و تزویر محسوب نمی‌شود و با تحقق شرایطی که عنوان شد، ضمانت اجرای تخلف و تقلید، ضمانت اجرای حقوقی است که سبب ابطال نام تقلیدی مشابه نام اصلی و مطالبه خسارت وارده از متخلف خواهد شد و جنبه کیفری ندارد (امامی، ۱۳۹۶: ۲۳۴).

در حقوق ایران نیز استفاده از نام شرکت تجاری به‌وسیله شخص ثالث تحت عنوان جعل یا تزویر قابل تعقیب کیفری نیست، ولی اگر این اقدام و استفاده از نام شرکت تجاری به‌وسیله شرکت تجاری یا فرد دیگر سبب اغفال اشخاص گردد و ارتکاب این عمل با علم و از روی عمد باشد، جرم خاص محسوب می‌شود و متخلف علاوه بر جبران خسارات وارده به شرکت مورد تجاوز یا مشتریان وی، مجازات خواهد شد و در واقع نقض حقوق ناشی از نام شرکت تجاری و تجاوز به آن جرم و عامل آن مجازات می‌گردد.

در حقوق فرانسه طبق شقوق ۲ و ۳ ماده ۷۱۳ قانون مالکیت فکری و صنعتی، استفاده از مارک‌های تولیدی یا خدماتی ثبت‌شده بدون اجازه صاحب مارک ثبت‌شده، ممنوع است و نقض آن باعث می‌شود که صاحب مارک بتواند از نقض‌کننده یا اقامه دعوی، مطالبه خسارت کند، چه با سوءنیت و یا با حسن نیت از علامت تولیدی یا خدماتی بدون مجوز استفاده شده باشد و نحوه تجاوز اهمیتی ندارد، لذا تجاوز به علامت هر نوع تولید از طریق تقلید از مارک و الصاق آن بر کالای تولیدی باشد یا انتخاب یک مارک یا علامت تولیدی یا خدماتی به‌عنوان نشانی اینترنتی و عرضه کالا یا خدمات از طریق نشانی مزبور، موجب مسئولیت مدنی است و عامل آن مکلف به جبران خسارت مادی و معنوی خواهد بود و منطقی این است که علاوه بر دریافت خسارات وارده صاحب علامت

در ماده ۱ قانون سابق ثبت علائم تجاری ایران مصوب ۱۳۱۰، علائم صنعتی و تجاری به‌طور مستقل تعریف نشده بود و در ضمن برشمردن تعدادی از عوامل سازنده علائم و بعضی از مصادیق آن‌ها به ذکر خصوصیات و آثار علائم تجاری و صنعتی پرداخته بود. همان‌طور که اشاره شد، از علائم خدماتی نیز ذکری یا اشاره‌ای به میان نیامده بود. در ماده ۱-۷۱۱ به بعد قانون مالکیت فکری و صنعتی مصوب ۱۹۹۲ فرانسه نیز به ذکر عوامل تشکیل‌دهنده علائم صنعتی، تجاری و خدماتی اکتفا گردیده است و ضمن احصای عوامل سازنده مارک به خصوصیات و آثار علائم مذکور اشاره شده و از مارک تجاری، صنعتی و خدماتی تعریف قانونی به‌عمل نیامده است که علت آن شاید بی‌توجهی قانون‌گذار فرانسه به موضوع یا بداهت امر بوده باشد (امامی، ۱۳۹۶: ۲۵۶)، البته وجود تعریف قانونی، می‌تواند از ایجاد مشکلات عملی و تفاسیر مختلف و متعارض بین حقوق‌دانان و قضات جلوگیری کند.

نتیجه‌گیری

نتایج نشان داد که براساس دیدگاه بسیاری از فقها، حقوق مالکیت فکری پذیرفته شده، لذا امکان دخالت حقوق کیفری در حمایت از این نوع حقوق و مالکیت وجود دارد. در حقوق ایران، اما یکی از انتقاداتی که بر قوانین مربوط به مالکیت صنعتی وارد است، بحث عدم تعیین ضمانت اجرای مناسب برای حمایت از اسرار تجاری است. این در حالی است که در حقوق فرانسه به‌صورت شفاف و مشخص، مجازات حبس و جزای نقدی عمدتاً سنگین برای نقض اسرار و علائم تجاری تعیین شده است. در مورد قوانین مربوط به مالکیت صنعتی نیز، گذشته از عدم وجود قانونی جامع و مستقل که بتواند همه زیرمجموعه‌های این شاخه حقوقی را یکجا تحت حمایت قرار دهد و قضات و صاحبان حق را از مراجعه به قوانین مختلف جهت یافتن حقی که برای این افراد متصور است، بی‌نیاز سازد و جلوی تشتت آراء نیز گرفته شود و نیاز مبرم به تصویب چنین قانون جامع و واحدی، اشکالات و نقایص مهمی وجود دارد، از جمله این اشکالات می‌توان به فقدان هرگونه حمایت صریحی از اسرار تجاری اشاره کرد. علی‌رغم اینکه اسرار تجاری جزء مهم‌ترین زیرشاخه‌های

مالکیت صنعتی هست و حمایت از آن در جهت ایجاد فضای رقابتی سالم که منجر به توسعه اقتصادی کشور گردد، ضروری است، اما قوانین مربوط به مالکیت صنعتی از این امر مهم غافل مانده و هیچ‌گونه اشاره‌ای به این مورد نداشته‌اند و چاره‌ای نیست جز اینکه براساس سایر قوانینی که وجود دارند، این شاخه را نیز مورد بررسی قرار داد که این قوانین نیز نتوانسته‌اند آنچنانکه باید این حقوق را مورد حمایت قرار دهند. رفع این خلأ قانونی از آنجا که امروزه تجارت امری فراگیر و بین‌المللی شده و لازم است که اسرار تجاری هر تاجر مورد حمایت قرار گیرد تا بتواند در توسعه اقتصادی مؤثر واقع شود، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. نقص مهم دیگر در قوانین مربوط به حمایت از اسرار و علائم تجاری ناکافی بودن ضمانت‌اجراهای مقرر در این قوانین در تضمین حمایت از حقوق افراد می‌باشد. از آنجا که در این شاخه از حقوق مالکیت صنعتی، با حقوق مربوط به مخترعین، صاحبان طرح‌های صنعتی و علائم و نام‌های تجاری روبه‌رو هستیم و نقش پررنگ این افراد در توسعه صنعت و تکنولوژی بر هیچ‌کسی پوشیده نیست و به‌عبارتی می‌توان بیان کرد که عامل پیشرفت صنعت و تکنولوژی یک کشور در مقایسه با کشور دیگر دقیقاً به همین ایده‌ها و افکار مخترعین و تاجران وابسته است، بنابراین ضروری است که حمایت‌هایی که یک جامعه از حقوق این دسته از افراد می‌نماید، قاطعانه بوده و از شدت بیشتری برخوردار باشد تا بتواند سد محکمی در برابر متجاوزین به این حقوق ایجاد نموده و در پیشگیری از تعرض به این حقوق مؤثر باشد. بنابراین ضروری است که در این راستا در قوانین موجود اصلاحاتی صورت گرفته و ضمن تحت پوشش قراردادن همه زیرشاخه‌های مالکیت صنعتی، ضمانت‌اجراهای مناسبی نیز برای حمایت از این زیرشاخه‌ها در خود جای داده باشد.

ملاحظات اخلاقی: در این پژوهش تمامی ملاحظات اخلاقی رعایت گردیده است.

تعارض منافع: نگارش این مقاله، فاقد هرگونه تعارض منافی بوده است.

- جاویدنیا، جواد (۱۳۸۶). «نقد و بررسی جرائم مندرج در قانون تجارت الکترونیک». فصلنامه حقوقی دادگستری، ۵۹: ۱۲۵-۱۸۰.

- حکمت‌نیا، محمود (۱۳۸۶). *میانی مالکیت فکری*. چاپ اول، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.

- خدمتگزار، محسن (۱۳۹۰). *فلسفه مالکیت فکری*. چاپ اول، تهران: نشر میزان.

- خویی، سیدابوالقاسم (۱۴۱۹). *مصباح الفقاهه*. جلد دوم، چاپ اول، قم: نشر الفقاهه.

- صدر، سیدمحمدباقر (۱۴۱۷). *اقتصادنا*. چاپ اول، بیروت: مکتبه الاعلام الاسلامی.

- نجفی ابرندآبادی، علی‌حسین (۱۳۸۴). *سیاست جنایی (گزیده مقالات آموزشی برای ارتقای دانش دست‌اندرکاران مبارزه با مواد مخدر)*. جلد دوم، چاپ سوم، تهران: انتشارات سلسبیل.

- نراقی، ملأحمد (۱۴۰۸). *عوائد الایام*. چاپ اول، قم: انتشارات بصیرتی.

ب. منابع انگلیسی

- Battle, M; Bailie, M; Hagen, E; Donovan, J & Dubose, M (2006). *Prosecuting Intellectual Property Crimes; US Department of Justice*. 3rd ed., Published by the Office of Legal Education Executive Office for United States Attorneys.

- Goedhuys, M (2012). *The Impact of Innovation Activities on Productivity and firm Growth: Evidence from Brazil*. Maastricht Economic and Social Research and Training Centre on Innovation and Technology, UNU-MERIT Working Papers No.002.

- Marisage, V (1999). *Le Secret et le Droit: Contribution A L'étude de la Notion D'information*. 1st ed., Villeneuve d'Ascq: Atelier National de Reproduction des Thèses.

- Mathely, M (1994). "Chavanne (Marques Collectives et de Certification)". *In la Directive ne Crée Pas la Marque Collective Simple au Regard du Droit Français*.

سهم نویسندگان: در این پژوهش، نویسنده اول به‌عنوان نویسنده مسؤول و نویسندگان بعدی به‌عنوان همکار می‌باشد.

تشکر و قدردانی: لازم است از تمام کسانی که در تدوین این مقاله ما را یاری رسانده‌اند، قدردانی نماییم.

تأمین اعتبار پژوهش: این پژوهش بدون تأمین مالی انجام گرفته است.

منابع و مأخذ

الف. منابع فارسی و عربی

- اسلامی، شیرزاد (۱۳۸۸). «افشا و سرقت علامت تجاری آثار حقوقی استفاده از یک علامت قبل از ثبت آن». *فصلنامه قضاوت*، ۵۷: ۵۴-۵۶.

- اصفهانی (شیخ‌الشریعه)، ملافتح‌اله (۱۴۱۰). *مسأله لاضرر*. چاپ اول، قم: دفتر نشر اسلامی.

- اصفهانی (مجلسی اول)، محمدتقی (۱۴۰۶). *روضه المتقین فی شرح من لایحضره الفقیه*. جلد دهم، چاپ دوم، قم: مؤسسه فرهنگی اسلامی کوشانپور.

- اصفهانی، محمدحسین (۱۴۱۸). *حاشیه کتاب مکاسب*. چاپ اول، جلد چهارم، قم: انوار الهدی.

- امامی، اسدالله (۱۳۹۶). *حقوق مالکیت صنعتی*. چاپ دوم، تهران: انتشارات میزان.

- انصاری، شیخ‌مرتضی (۱۳۷۵). *مکاسب*. چاپ سوم، تبریز: نشر اطلاعات.

- انصاری، شیخ‌مرتضی (۱۴۱۴). *رسائل فقهیه*. چاپ اول، قم: نشر کنگره جهانی بزرگداشت شیخ اعظم انصاری.

- انصاری، شیخ‌مرتضی (۱۴۱۴). *رسائل*. چاپ سوم، قم: انتشارات اسماعیلیان.

- ایروانی، محمدرضا (۱۳۷۴). «حق ابتکار در فقه اسلامی مقارن». *فصلنامه مفید*، ۴: ۲۱۸-۲۲۴.

- پورسید، بهزاد (۱۳۸۶). «قانون تجارت الکترونیک و نوآوری‌های آن». *فصلنامه حقوقی دادگستری*، ۵۹: ۴۹-۶۲.