



Analysis and Critique of Moral Titles as the Basis for Moral Rights of Intellectual Works in the Common Law System and the Act of Copy Right in Afghanistan

Seyed Hasan Shobeiri (Zanjani)✉¹, Seyed Aqeel Sajjadi²

1. Intellectual Property Law Group, Faculty Law, University of Qom, Iran (Corresponding Author). Email: shshobeiri@yahoo.com

2. PhD, Private Law • Al-Mustafa International University, Iran, Email: syedaqeel7810@gmail.com

Abstract

Received:
05/12/2025
Revised:
06/02/2026
Accepted:
03/03/2026
Published
online:
25/03/2026

This research aims to evaluate and analyze the moral titles (defamation, unfair competition, and right to privacy) in justifying the intellectual property rights holder's moral rights within the common law system. The findings prove that while these titles address the shortcomings of the benefit and utility-based foundations for intellectual property rights, they still face significant flaws. The most important of these flaws include: lack of comprehensiveness in covering all instances of intellectual property rights, ambiguity in application, inconsistency with the goals and characteristics of intellectual property rights, and inability to cover the evidentiary aspects of these rights. As a result, the ethical titles face significant limitations in fully covering the intellectual property rights holder's moral rights within the common law system, and thus, they only provide minimal support for these rights. Therefore, the aforementioned moral titles have not established a legitimate basis for intellectual property rights in Afghanistan's intellectual property framework.

Keywords: Moral rights, moral titles, defamation, unfair competition, right to privacy.

How To Cite: Shobeiri (Zanjani), SH & Sajjadi, SA (2026). Analysis and Critique of Moral Titles as the Basis for Moral Rights of Intellectual Works in the Common Law System and the Act of Copy Right in Afghanistan, *Insights of Intellectual Property Law in Islamic Countries*, 2(1), 62-83. <http://www.doi.org/10.22091/diplic.2026.14240.1029>.





واکاوی عناوین اخلاقی به مثابه مبانی حقوق اخلاقی اثر فکری در نظام کامن لا و قانون کپی‌رایت افغانستان

سید حسن شبیری^۱، سید عقیل سجادی^۲

۱. استاد تمام دانشکده حقوق خصوصی دانشگاه قم، قم، ایران (نویسنده مسئول)، رایانامه: shshobeiri@yahoo.com

۲. دکترای حقوق خصوصی جامعه المصطفی، قم، ایران. رایانامه: syedaqee17810@gmail.com

چکیده

این پژوهش به ارزیابی و تحلیل عناوین اخلاقی (توهین و رقابت غیرمنصفانه و حق خلوت) در توجیه حقوق اخلاقی پدیدآورنده در نظام کامن‌لا می‌پردازد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که هرچند این عناوین تا حدودی نقص موجود در مبنای منفعت و کار را در توجیه حقوق اخلاقی اثر فکری در نظام کامن‌لا برطرف می‌کنند، اما با کاستی‌های جدی مواجه‌اند. مهم‌ترین این کاستی‌ها عبارت‌اند از: عدم جامعیت در پوشش کامل مصادیق حقوق اخلاقی، ابهام در تطبیق، مغایرت با اهداف و ویژگی‌های حقوق اخلاقی اثر فکری و ناتوانی در پوشش جنبه‌های اثباتی این حقوق. در نتیجه، عناوین اخلاقی برای پوشش کامل حقوق اخلاقی پدیدآورنده اثر فکری در نظام کامن‌لا با کاستی‌ها و محدودیت‌های جدی مواجه هستند و در نهایت حمایت حداقلی از حقوق اخلاقی در چارچوب این عناوین میسر است و از این رو، عناوین فوق مبنای مشروعیت حقوق اخلاقی اثر در نظام مالکیت فکری افغانستان واقع نشده است.

کلیدواژه‌ها: حقوق اخلاقی، عناوین اخلاقی، توهین، رقابت غیرمنصفانه، حق خلوت.

تاریخ دریافت:

۱۴۰۴/۰۹/۱۴

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۴/۱۱/۱۷

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۴/۱۲/۰۵

تاریخ انتشار

برخط:

۱۴۰۵/۰۱/۰۳

استناد: شبیری، سید حسن و سجادی، سید عقیل (۱۴۰۵). واکاوی عناوین اخلاقی به مثابه مبانی حقوق اخلاقی اثر فکری در نظام کامن‌لا و قانون کپی‌رایت افغانستان. *آموزه‌های حقوق مالکیت فکری کشورهای اسلامی*. (۱)۲. ۶۲-۸۳. <http://www.doi.org/>

10.22091/diplic.2026.14240.1029



نوع مقاله: پژوهشی

ناشر: دانشگاه قم © نویسندگان

مقدمه

در نظام حقوقی کامن‌لا، عناوین اخلاقی به مثابه مبانی توجیه کننده حقوق اخلاقی اثر فکری قلمداد می‌شود. این عناوین که ریشه در قواعد مسئولیت مدنی و شبه جرم دارند، در واقع سازوکارهایی هستند که کشورهای تابع نظام کامن‌لا برای حمایت از حقوق اخلاقی به کار می‌برند. خاستگاه آن را باید در مبانی فلسفی نظام کپی‌رایت جستجو کرد که بر اساس مکتب فایده‌گرایی و نظریه کار استوار شده است.

مکتب فایده‌گرایی که هدف اصلی آن حداکثرسازی منافع اجتماعی است و نظریه کار که بر ارزش اقتصادی و بهره‌وری تأکید دارد، به خوبی می‌توانند حقوق اقتصادی پدیدآورنده را توجیه کنند. با این حال، این مبانی در تبیین و توجیه حقوق اخلاقی که مرتبط با شخصیت و کرامت پدیدآورنده است، با ناتوانی جدی مواجه هستند. همین ناتوانی بود که نظام کامن‌لا را به سمت توسل به عناوین اخلاقی سوق داد.

پیشینه تاریخی نشان می‌دهد که کشورهای کامن‌لا به دلیل تأکید انحصاری بر نظریه کار و اصالت منفعت، در به رسمیت شناختن حقوق اخلاقی با مشکلات بنیادین مواجه بوده‌اند، اگرچه این نظریه‌ها می‌توانستند توجیه‌گر مناسبی برای حقوق اقتصادی باشند، اما در تبیین حقوق اخلاقی ناتوان ظاهر شدند. این نقص موجب شد تا دادگاه‌ها و قانون‌گذاران در این کشورها به عناوین اخلاقی مانند توهین، رقابت غیرمنصفانه و حق خلوت متوسل شوند. در مواجهه با این تعارض، پرسش این پژوهش آن است که عناوین اخلاقی به کار رفته در نظام کامن‌لا برای توجیه حقوق اخلاقی پدیدآورنده تا چه اندازه از کارآمدی برخوردار هستند؟ این پرسش از آن جهت دارای اهمیت است که چگونگی کاربرد آن‌ها می‌تواند به درک بهتری از حقوق اخلاقی پدیدآورنده در نظام کامن‌لا منجر شود.

نظام کامن‌لا به دلیل ناتوانی مبانی کار و اصالت منفعت در توجیه حقوق اخلاقی، با توسل به سه عنوان اخلاقی توهین و رقابت غیرمنصفانه و حق خلوت در پی توجیه حقوق اخلاقی بوده است. هر یک از این عناوین اخلاقی، بخشی از حقوق اخلاقی پدیدآورنده را تحت پوشش قرار می‌دهند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد، اگرچه این عناوین اخلاقی توانسته‌اند تا حدی نقص موجود در نظریه کار و اصالت منفعت را در توجیه حقوق اخلاقی در نظام کامن‌لا پر کنند، اما از کاستی‌های جدی از جمله عدم جامعیت، ابهام در معیارها و ناتوانی در پوشش جنبه‌های اثباتی حقوق اخلاقی رنج می‌برند و در توجیه کامل حقوق اخلاقی با محدودیت‌های جدی مواجه هستند. همچنین تفاوت در اهداف و ویژگی‌های این عناوین با ماهیت حقوق اخلاقی، موجب ناکارآمدی آن‌ها در برخی موارد شده است.

این مقاله با روش توصیفی تحلیلی و با رویکردی نقادانه به واکاوی این عناوین اخلاقی می پردازد. در ابتدا به بررسی خاستگاه این عناوین اخلاقی و سپس به کاربرد و تحلیل آن‌ها برای توجیه حقوق اخلاقی پدیدآورنده در نظام کامن‌لا پرداخته می شود و در ادامه، کاستی‌ها و نقاط قوت هر یک از این عناوین اخلاقی مورد ارزیابی قرار می گیرد.

۱. خاستگاه عناوین اخلاقی

در حوزه حقوق مالکیت‌های فکری دو نوع نظام، نظام حق مؤلف و نظام کپی‌رایت وجود دارند. اکثر کشورهای مهم اروپایی ازجمله آلمان و فرانسه و بسیاری دیگر از کشورهای جهان ازجمله مصر و ایران و افغانستان تابع نظام حق مؤلف هستند و کشورهایی که تابع نظام کامن‌لا هستند، ازجمله آمریکا و انگلستان از نظام کپی‌رایت تبعیت می کنند. نظام حق مؤلف بر مبنای شخصیت استوار است و نظام کپی‌رایت بر مبنای نظریه کار یا اصالت منفعت مبتنی است.

نظریه کار اگرچه در توجیه حقوق اقتصادی اثر فکری قابل پذیرش است، ولی در اثبات حقوق اخلاقی پدیدآورنده ناتوان به نظر می رسد (حکمت نیا، ۱۳۸۷: ۲۳۴). چنانچه توجیه حقوق اقتصادی بر اساس نظریه اصالت منفعت امکان‌پذیر است و با اشکال جدی مواجه نمی گردد، ولی تحلیل حقوق اخلاقی بر اساس این نظریه بسیار سخت به نظر می رسد. ازاین‌رو، کشورهای همانند آمریکا و انگلیس که از نظریه کار یا اصالت منفعت متأثر هستند، این حقوق را بسیار با تأخیر و کندی به رسمیت شناخته‌اند و تنها به پذیرش دو مورد از این حقوق آن هم با محدودیت زیاد اکتفا نموده‌اند. بنابراین کشورهای تابع نظام کپی‌رایت در قانون کپی‌رایت خود به حمایت از حقوق اقتصادی اکتفا کرده‌اند و حقوق اخلاقی را جزء قوانین کپی‌رایت ندانسته‌اند و این کشورها قبل از ملحق شدن به کنوانسیون برن تحت برخی عناوین دیگر، این حقوق را مورد حمایت قرار می دادند.

از آنجایی که اصالت منفعت یا نظریه کار مبنای پذیرش مالکیت فکری در آمریکا قرار گرفته‌اند و حقوق اقتصادی بر اساس این مبانی قابل توجیه است، ولی اثبات حقوق اخلاقی بر اساس آن با مشکل مواجه گردیده است. در نظام آمریکا برای توجیه حقوق اخلاقی پدیدآورنده به عناوین چون رقابت غیرمنصفانه، توهین و حق خلوت استناد شده است و این عناوین از پایه‌های نیرومند اخلاقی برخوردار می باشند و مستند حقوق اخلاقی قرار گرفته‌اند (بای، ۱۳۹۴: ۵۹).

خاستگاه عناوین اخلاقی نظام کپی‌رایت به ویژه کشور آمریکا است و در این نظام برای توجیه حقوق اخلاقی به این عناوین استناد شده است. بنابراین در نظام کامن‌لا، عناوین اخلاقی برای توجیه حقوق اخلاقی پدیدآورنده مورد استناد واقع شده است. این عناوین اخلاقی در واقع قواعد مسئولیت مدنی و شبه جرم است که کشورهای دارای نظام کپی‌رایت قبل از ملحق شدن به کنوانسیون برن در موارد نقض حقوق اخلاقی به آن استناد می‌کردند (شیرری، فصلنامه تحقیقات حقوقی، ۱۳۹۶، شماره ۷۹: ۲۴۶).

عناوین اخلاقی که برای اثبات حقوق اخلاقی اثر فکری مورد استناد واقع شدند، عبارت‌اند از: رقابت غیرمنصفانه و توهین و حق خلوت.

۱-۱. رقابت غیرمنصفانه

حق حرمت نام و عنوان پدیدآورنده در کشورهای تابع نظام کپی‌رایت قبل از ملحق شدن به کنوانسیون برن بر مبنای رقابت غیرمنصفانه مورد حمایت قرار می‌گرفت (Lewinski, 2008: 53) و در نظام کپی‌رایت، حق حرمت نام و عنوان بر اساس مبنای رقابت غیرمنصفانه مورد حمایت قرار می‌گیرد. برخی نیز در عین اشاره به اصطلاح رقابت غیرمنصفانه از عبارت «جا زدن» استفاده نموده‌اند و منظور از این اصطلاح آن است که «عمل ارائه نادرست محصول خود به عنوان محصول شخص دیگر به منظور فریب دادن خریداران بالقوه» (میر شمسی و حامدی، ۱۳۹۷: ۴۲۲). به نظر می‌رسد که اصطلاح رقابت غیرمنصفانه جامع‌تر و مناسب‌تر است.

۱-۱-۱. مفهوم رقابت غیرمنصفانه

رقابت غیرمنصفانه عبارت‌اند از استفاده غیرمجاز شخص «الف» از نام، شعار، نشانه، برچسب، بسته‌بندی یا سایر نشانه‌هایی شخص «ب» به طوری که موجب سردرگمی مصرف‌کننده شود و مصرف‌کننده فکر کند که این کالا و خدمات از شخص «الف» است نه «ب» (Goldstein, 1999: 58). از نظر برخی دیگر، رقابت غیرمنصفانه عبارت است از: «رقابت متقلبانه یا حيله‌گرانه در بازرگانی و دادوستد به خصوص تلاش شخص برای جایگزین کردن فرآورده‌ها، یا کالاهای خود در بازار به جای کالای دیگری به وسیله تقلید یا جعل نام، نشانه، اندازه یا دیگر ویژگی‌های خاص کالا یا بسته‌بندی» (حکمت نیا، ۱۳۸۴: ۵۴). برخی در موضوع رقابت غیرمنصفانه تأکید نموده‌اند که رفتار باید تجاری باشد؛ از این رو، قواعد رقابت غیرمنصفانه شامل

رفتارهای خصوصی، اجتماعی و سیاسی نمی‌شود (حکمت نیا، ۱۴۰۰: ۸۲). برای شناخت مفهوم رقابت غیرمنصفانه سه نوع معیار اتخاذ شده است:

الف. معیار شکلی: بر اساس این معیار هر آنچه قانون آن را مجاز دانسته است، مشروع است و هر آنچه قانون آن را غیرمجاز تلقی نموده است، غیرمنصفانه خواهد بود.

ب. معیار واقعی: بر اساس این معیار، هر نوع عمل خلاف عادات و عرف‌های تجاری که منجر به فعل زیانبار گردد، رقابت غیرمنصفانه تلقی می‌گردد. این معیار در آمریکا و انگلستان مورد پذیرش واقع شده است.

ج. معیار موردی: معیار موردی عبارت است از اینکه تنها قاضی و دادگاه صالح در هر مورد به‌طور مجزا با تشخیص قصد شخص و احراز سوءنیت به غیرمنصفانه بودن رقابت حکم نماید (رضوی و رضوی، ۱۳۹۹: ۱۳۷).

معیار دوم مناسب‌تر به نظر می‌رسد، زیرا نخست، این یک معیار عرفی است که همه می‌توانند آن را درک نمایند؛ دوم، این معیار شامل هرگونه عمل می‌شود که در عین حالی که خلاف عرف‌ها و رویه‌های تجاری است به فعل زیانبار نیز منتج گردد؛ سوم، این معیار به عدالت نزدیک‌تر به نظر می‌رسد. با این وجود، اطلاق اصطلاح معیار واقعی بر این معیار واضح و روشن نیست، بلکه مبهم است و اصطلاح معیار عرفی برای آن مناسب‌تر به نظر می‌رسد.

معیار شکل‌گرایی با اشکال عدم جامعیت مواجه است و بسیاری از مواردی را که عمل خلاف عرف و رویه تجاری به فعل زیانبار منجر می‌شود، شامل نمی‌گردد زیرا پیش‌بینی همه موارد و مصادیق در قانون امکان ندارد و در عین حال این معیار با عدالت سازگار نیست، زیرا ممکن است عمل خلاف عرف تجاری شخص منجر به زیان شخص دیگر گردد و در عین حال در قانون پیش‌بینی نشده باشد.

معیار سوم نیز با این اشکال مواجه است که قاضی کارشناس امور تجاری نیست و از این‌رو ممکن است تشخیص وی با واقع تطابق نداشته باشد و در عین حال، از آنجایی که یک معیار جامع وجود ندارد ممکن است هر قاضی طبق سلیقه خود حکم صادر نماید و سلیقه قاضی جایگزین معیار واقع شود.

۱-۲. توجیه حق حرمت نام و عنوان پدیدآورنده توسط رقابت غیرمنصفانه

به موجب حق حرمت نام و عنوان پدیدآورنده، نمی‌توان اثری را به شخصی جز پدیدآورنده مستند نمود و پدیدآورنده با استناد به این حق می‌تواند از انتساب اثر خود به دیگری ممانعت کند و علیه شخصی که به انتساب جعلی اثر اقدام کرده است، شکایت کند و خواستار جبران خسارت شود.

رقابت غیرمنصفانه نیز بر این حق کاملاً صدق می‌کند و می‌توان حق حرمت و عنوان پدیدآورنده را یکی از مصادیق رقابت غیرمنصفانه تلقی نمود؛ زیرا رقابت غیرمنصفانه عبارت است از اینکه شخصی تلاش کند کالای خود را به جای کالای شخص دیگر به وسیله تقلید یا جعل نام، نشانه، اندازه یا دیگر ویژگی‌های خاص کالا یا بسته‌بندی جا بزند و مشتریان را فریب دهد و این تعریف کاملاً مواردی را که شخصی اثر دیگری را به نام و عنوان خود یا شخص دیگر منتشر می‌سازد، شامل می‌گردد؛ زیرا تلاش می‌کند که دیگران را فریب دهد که اثر مال او است، در حالی که مال شخص دیگر است. از این رو، پدیدآورنده می‌تواند اثر را به نام و عنوان خود نشر نماید و از انتساب آن به شخص دیگر جلوگیری کند و بر اساس رقابت غیرمنصفانه علیه هر شخصی که اثر وی را به نام و عنوان شخص دیگر منتشر سازد، شکایت کند و خواستار جبران خسارت وارده شود.

به موجب رقابت غیرمنصفانه هیچ شخص حق ندارد، کالای شخص دیگر را به نام و عنوان خود در بازار پخش نماید و هر شخصی که مرتکب چنین عملی شده است که منجر به خسارت مادی و معنوی صاحب کالا گردیده است، به موجب رقابت غیرمنصفانه به حق صاحب کالا تجاوز نموده و حق وی را نقض نموده است و صاحب کالا می‌تواند علیه وی شکایت نماید. با این بیان می‌توان اثبات نمود که صاحب اثر فکری حق دارد اثر خود را به نام و عنوان خود یا بی‌نام یا با نام مستعار منتشر سازد و از انتشار اثر به نام و عنوان شخص دیگر ممانعت نماید؛ زیرا اثر به مثابه کالا متعلق به او است و او صاحب آن محسوب می‌شود و صاحب کالا حق دارد آن را به نام و مشخصات خود به جامعه عرضه نماید و از بهره آن استفاده کند. بنابراین اگر شخص اثری را که متعلق به او نیست، با نام و عنوان خود یا شخص دیگر منتشر سازد، حق صاحب اثر را نقض نموده است و صاحب اثر می‌تواند علیه وی شکایت کند. از این رو، می‌توان حق حرمت و عنوان پدیدآورنده را از طریق رقابت غیرمنصفانه توجیه نمود و قضات در کشورهای دارای نظام کپی‌رایت حتی بعد از ملحق شدن آن‌ها به کنوانسیون برن و به رسمیت شناختن حق اخلاقی حرمت نام و عنوان پدیدآورنده، در بسیاری از موارد به مبنای رقابت غیرمنصفانه استناد می‌نمایند (میر شمسی و حامدی، ۱۳۹۷: ۴۲۴).

۱-۳-۱. نقد مبنای رقابت غیرمنصفانه

با وجودی که کشورهای دارای نظام کپی رایت مواردی از حق حرمت و عنوان پدیدآورنده را با استناد به مبنای رقابت غیرمنصفانه مورد حمایت قرار دادند، ولی بر این مبنا و تطبیق آن بر حق حرمت نام و عنوان پدیدآورنده اثر ادبی و هنری نقدهایی وارد است:

۱-۳-۱-۱. محدودیت قلمروی رقابت غیرمنصفانه نسبت به حق حرمت نام و عنوان

قلمروی رقابت غیرمنصفانه از حق حرمت نام و عنوان پدیدآورنده کاملاً مجزا است؛ زیرا رقابت غیرمنصفانه در حوزه امور تجاری و حقوق مادی قرار می گیرد، در حالی که حق حرمت نام و عنوان پدیدآورنده جزء حقوق اخلاقی محسوب می شود و مبنای رقابت غیرمنصفانه تنها مواردی از حق حرمت نام و عنوان پدیدآورنده را شامل می گردد که به حقوق اقتصادی او لطمه وارد شود و مواردی از نقض حرمت نام و عنوان که هیچ گونه آسیب به حقوق اقتصادی پدیدآورنده وارد نکند، بعید به نظر می رسد که تحت رقابت غیرمنصفانه قرار گیرد.

۱-۳-۲. تفاوت در هدف

هدف در رقابت غیرمنصفانه با هدف از حق حرمت نام و عنوان کاملاً متفاوت است؛ هدف رقابت غیرمنصفانه همچنان که از خود این اصطلاح پیدا است، حمایت از صاحبان کالا تجاری برای بهره‌مندی از منافع اقتصادی آن است و به موجب رقابت غیرمنصفانه، اعمالی ممنوع است که توسط آن، شخص دیگر از منافع مالی کالای دیگران به صورت غیرمشروع بهره‌مند شود، بدون آنکه استحقاق آن را داشته باشد. در حالی که هدف از حق حرمت نام و عنوان پدیدآورنده اثر ادبی و هنری حمایت از شخصیت پدیدآورنده است تا اثر فکری وی با نام و عنوان خود او شناخته شود و هدف اقتصادی در این حق در قدم نخست مورد ملاحظه واقع نمی شود.

۱-۶-۱. تفاوت در ویژگی‌ها

حق حرمت نام و عنوان پدیدآورنده همانند بقیه حقوق اخلاقی جهان شمول و فرازمانی است، در حالی که حمایت از صاحبان کالا در رقابت غیرمنصفانه به قلمروی داخلی کشورها یا میان کشورهایی که با هم قراردادهای تجاری دارند، محدود می شود و از نگاه زمانی نیز حمایت در رقابت غیرمنصفانه به مدت خاص محدود است و همانند حقوق اخلاقی فرازمانی نیست. یکی دیگر از ویژگی‌های حقوق اخلاقی غیر قابل

انتقال بودن آن است در حالی که در رقابت غیرمنصفانه هیچ گونه ممنوعیت در انتقال ویژگی‌های کالا، نام، نشانه، علامت و دیگر خصوصیات آن به دیگران برای صاحبان کالا وجود ندارد. ازاین رو، ویژگی‌های حق حرمت نام و عنوان هیچ گونه سنخیت با خصوصیات حقوق مورد حمایت در رقابت غیرمنصفانه ندارد.

۲-۱. توهین

یکی دیگر از عناوین اخلاقی که در نظام کپی‌رایت مبنای حقوق اخلاقی واقع شده است، توهین است. از این عناوین اخلاقی به قواعد مسئولیت مدنی یا شبه جرم نیز یاد می‌شود (زرکلام، ۱۳۹۳: ۱۲۶). کشورهای تابع نظام کامن‌لا قبل از ملحق شدن به کنوانسیون برن حقوق اخلاقی پدیدآورنده اثر فکری را به صورت مستقل مورد حمایت قرار نمی‌دادند و تأکید می‌نمودند که نیاز به شناسایی این حقوق به صورت مستقل نیست؛ زیرا این حقوق در این کشورها تحت عناوین دیگر ازجمله قرارداد و توهین مورد حمایت قرار می‌گرفتند (Bently and Sherman, 2001: 280). در این نظام، حق تمامیت اثر و حق انتساب هر دو تحت پوشش مسئولیت مدنی ناشی از توهین و معامله کالا غیر به نام خود تحت پوشش واقع می‌شدند، ولی الحاق کشورهای تابع نظام کامن‌لا به کنوانسیون برن موجب شد که این دو حق به صورت مستقل مورد شناسایی واقع شوند (Catherine, 1999: 259).

برخی از این مبنا تعبیر به افترا نموده‌اند (شیری، ۱۳۹۶: ۲۴۶) و برخی دیگر اصطلاح هتک حرمت یا هتک شهرت را برای آن مناسب‌تر دانسته‌اند (میر شمس و حامدی، ۱۳۹۷: ۴۰۲).

۱-۲-۱. مفهوم توهین

توهین در لغت به معنای اهانت و اهانت کردن، خوار شمردن، تنزل دادن و ضعیف کردن و سست کردن است (انوری، ۱۳۸۱: ج ۳، ۱۹۸۴). برخی در مفهوم اصطلاحی توهین چنین گفته‌اند: «هر فعل یا ترک فعلی که از نظر عرف یا عادت موجب کسر شأن یا باعث تخفیف یا پست شدن طرف گردد» (ضیایی و طباحی ممقانی، ۱۳۹۲: ج ۳، ۱۳۸۴).

با توجه به اینکه منشأ این مبنا حقوق نظام کامن‌لا است، مناسب است که مفهوم توهین در نظام کامن‌لا بیان شود. توهین در این نظام عبارت است از «عمل زیان رساندن به شهرت دیگری با اظهار امری به شخص ثالث» (Bryan, 173). بر این اساس، عنوان توهین مبنای برخی حقوق اخلاقی ازجمله حق انتساب اثر و حق تمامیت اثر واقع شده است. در مورد حق انتساب اثر در پرونده شکایت نوری بر علیه اخبار جهان در

سال ۱۹۷۲ و در پرونده شکایت همفریز علیه تومسان استناد شده و رأی دادگاه نیز بر مفاد آن صادر شده است (Catherine, 1999: 260).

۱-۲-۱. توجیه حق تمامیت اثر توسط عنوان توهین

عنوان توهین برای اثبات حق تمامیت اثر و حق انتساب اثر پدیدآورنده در نظام کامن لا مورد استناد واقع شده است. برای اثبات حق تمامیت اثر پدیدآورنده توسط عنوان توهین می‌توان چنین استدلال نمود: به موجب حق تمامیت اثر، هیچ شخصی نمی‌تواند یک اثر ادبی و هنری را بدون رضایت او تغییر دهد، هرچند تغییر اندک باشد و بر اساس این، پدیدآورنده می‌تواند از هرگونه حذف و اضافه و تغییر در اثر ادبی و هنری خود توسط شخص دیگر ممانعت کند. حال اگر شخصی اثر فکری پدیدآورنده را بدون رضایت وی تغییر دهد هرچند اندک، به شهرت او زیان رسانده است و شهرت او مورد لطمه و آسیب قرار گرفته است و این عمل، توهین به پدیدآورنده تلقی می‌گردد و او حق دارد که در معرض توهین توسط دیگران واقع نشود و از هرگونه اقدامی که موجب شود وی مورد توهین و افترا قرار گیرد، ممانعت کند.

در قانون کپی‌رایت انگلستان، حق تمامیت اثر بر مبنای رفتار توهین‌آمیز طراحی شده است. بر اساس آن پدیدآورنده حق دارد که اثر وی در معرض رفتار توهین‌آمیز واقع نشود. رفتار در این اصطلاح، هرگونه اضافه، حذف، تغییر و اقتباس را شامل می‌شود (J.A.L, 1998: 285-288). منظور از توهین‌آمیز رفتار موهن به شرافت و شهرت پدیدآورنده است (J.A.L, 1998: 247). بنابراین، منظور از رفتار توهین‌آمیز هرگونه حذف، اضافه، تغییر و اقتباس در اثر توسط شخص دیگر است که موهن به شرافت و شهرت پدیدآورنده باشد (J.A.L, 1998: 247). با این وجود، برخلاف نظام حق مؤلف، حمایت از حق تمامیت اثر تحت عنوان توهین در نظام کامن لا با محدودیت‌های زیاد مواجه است (Catherine, 1999: 260).

۲-۱-۲. توجیه حق انتساب اثر توسط عنوان توهین

در برخی از پرونده‌ها در نظام کامن لا در مورد انتساب اثر پدیدآورنده به شخص دیگر به عنوان توهین استناد شده است (J.A.L, 1998: 243). برای اثبات حق انتساب اثر توسط عنوان توهین می‌توان چنین استنباط نمود: به موجب حق انتساب اثر، پدیدآورنده حق دارد که اثر حاصل از فکر و اندیشه خود را به هر نحوی که صلاح می‌بیند به خود منتسب کند. حالا اگر فردی اثر را به شخص غیر از پدیدآورنده منتسب سازد، به شهرت او زیان رسانده است و انتساب اثر به غیر پدیدآورنده عمل زیان‌آور محسوب می‌شود که به شهرت

او لطمه و آسیب می‌رساند و این اقدام توهین تلقی می‌گردد؛ زیرا توهین شامل هرگونه عمل می‌شود که موجب زیان به شهرت شخص شود و انتساب اثر به غیر نیز موجب زیان به شهرت پدیدآورنده می‌گردد. اطلاق توهین به انتساب اثر به غیر بعید به نظر می‌رسد؛ زیرا شهرت مترتب بر اثر تا هنوز برای وی حاصل نشده است که با سلب انتساب اثر از او به شهرت وی آسیب برسد، مگر آنکه منظور از شهرت اعم باشد از شهرت حاصل شده و شهرتی که در آینده نزدیک حصول آن متوقع است به ویژه اگر در مرتبه اطمینان برسد.

۲-۲-۱. نقد مبنای توهین

حقوق اخلاقی به ویژه حق انتساب اثر و حق تمامیت اثر که از مهم‌ترین آن به حساب می‌آید، در کشورهای تابع نظام کامن‌لا بر اساس مبنای توهین مورد حمایت واقع شده است، حتی دادگاه‌ها در این کشورها بعد از ملحق شدن به کنوانسیون برن نیز در برخی موارد به‌عنوان توهین استناد می‌کنند و بسیاری از این کشورها بعد از آنکه ملزم به شناسایی حق انتساب اثر و حق تمامیت اثر بر اساس کنوانسیون برن شدند، شناسایی این حقوق را بر اساس مبنای توهین طراحی نموده‌اند و ازجمله در قانون انگلستان، حق تمامیت اثر با این اصطلاح مورد شناسایی قرار گرفته است که اثر نباید در معرض رفتار توهین‌آمیز قرار گیرد (Bently and Sherman, 2001: 280). با این وجود، در تطبیق عنوان توهین بر حق انتساب اثر و حق تمامیت اثر نقدها و اشکالاتی وارد است که توجه این حقوق را بر اساس مبنای توهین با مشکل مواجه می‌سازد.

۳-۲-۱. عدم جامعیت

همه موارد حق تمامیت اثر و حق انتساب اثر تحت پوشش مبنای توهین قرار نمی‌گیرد و مبنای توهین فاقد جامعیت است. بسیاری از مواردی که نقض حق تمامیت اثر محسوب می‌شود، با مبنای توهین قابل اثبات نیست، ازجمله اگر تغییر در اثر توسط شخص دیگر موجب زیان به شهرت پدیدآورنده نگردد، تبعاً پدیدآورنده نمی‌تواند نقض حق تمامیت اثر را تحت عنوان توهین اثبات نماید. با وجودی که تغییر هرچند اندک بر اساس حق تمامیت اثر موجب نقض آن تلقی می‌شود. اگر تغییر در اثر نه‌تنها موجب زیان به شهرت پدیدآورنده نگردد، بلکه موجب شهرت و شرافت بیشتر وی گردد، بر اساس عنوان توهین، نقض حق تمامیت اثر محسوب نمی‌شود. در حالی که این یکی از مصادیق بارز نقض حق تمامیت اثر محسوب می‌شود؛ زیرا در نقض این حق فرق نمی‌کند که تغییر، حذف یا اضافه در اثر موجب نقص شهرت پدیدآورنده گردد یا ازدیاد آن. همچنین در حق انتساب اثر اگر در توجه آن تحت عنوان تهدید اصرار نماییم، لذا عنوان تهدید به‌عنوان مبنای

حقوق اخلاقی از جامعیت برخوردار نیست. از این رو، حق تمامیت اثر در نظام کامن لا با محدودیت‌ها و استثنائات زیاد مواجه شده است.

۱-۲-۴. عدم پوشش جنبه‌های مثبت حق تمامیت اثر و انتساب اثر

حقوق اخلاقی همانند بقیه حقوق دارای دو جنبه مثبت و منفی است به عنوان مثال چنانچه پدیدآورنده حق دارد از انتساب اثر خود به دیگری ممانعت کند، حق دارد که به هر نحوی صلاح می‌بیند اثر را به خود منتسب کند با نام و چه با نام مستعار حتی بدون نام. مبنای توهین تنها جنبه‌های منفی حقوق اخلاقی را پوشش می‌دهد و جنبه‌های مثبت آن را تحت پوشش قرار نمی‌دهد، در حالی که مناسب است جنبه‌های مثبت و منفی حق، هر دو تحت پوشش مبنا واقع شوند. به موجب حق انتساب اثر، پدیدآورنده حق ندارد اثر فکری خود را به شخص دیگر منتسب کند، در حالی که مبنای عنوان توهین این مورد را شامل نمی‌شود؛ زیرا این عمل نه موجب خدشه دار شدن شهرت شخص دیگر می‌گردد تا از سوی او ممانعت به عمل آید، بلکه افزایش شهرت وی را نیز در پی دارد و نه شهرت خود پدیدآورنده با این عمل خدشه دار می‌شود، زیرا خود او اقدام به چنین عمل نموده است.

۱-۲-۵. مواجه شدن اثبات نقض حق تمامیت و انتساب اثر در دادگاه‌ها با سختی‌ها

بر اساس مبنای توهین، پدیدآورنده باید در دادگاه اثبات کند که اثر وی مورد رفتار توهین آمیز قرار گرفته است و این عمل موجب زیان به شهرت وی شده است. در بسیاری از موارد نقض حقوق اخلاقی، اثبات عمل موهن که موجب زیان به شهرت پدیدآورنده گردیده است، با مشکلات مواجه می‌شود و پدیدآورنده از اثبات اینکه عمل شخص دیگر موجب آسیب به شهرت وی گردیده است، عاجز است. لذا عملاً حمایت از حقوق اخلاقی پدیدآورنده اثر فکری محدود می‌شود و نقض این حقوق گسترش می‌یابد و پدیدآورنده توانایی اثبات نقض حقوق اخلاقی خود را در دادگاه‌ها در بسیاری از موارد از دست می‌دهد. در حالی که به موجب حق تمامیت اثر، اثبات تغییر اندک در اثر توسط شخص دیگر برای اثبات نقض این حق کافی است و اثبات آن آسان و سهل است و با مشقت روبه‌رو نمی‌گردد.

۱-۲-۶. مغایرت با ویژگی‌های حقوق اخلاقی

حقوق اخلاقی اثر فکری دارای ویژگی‌های است که این حقوق را از حقوق اقتصادی آن متمایز می‌سازد. از جمله این ویژگی‌ها فرا زمان و فرا مکان بودن آن است. حقوق اخلاقی پدیدآورنده دائمی است و حمایت

از آن به مدت حیات پدیدآورنده یا به مدت موقت به بعد از فوت وی محدود نمی‌شود. در حالی که عنوان توهین تنها تا زمان حیات پدیدآورنده قابل انطباق است و بعد از فوت پدیدآورنده، بعید به نظر می‌رسد که تغییر در اثر توسط شخص دیگر توهین به پدیدآورنده تلقی گردد. البته در حقوق اسلام از آنجایی که شخصیت مؤمن حتی بعد از فوت نیز محترم است، دارای حقوق از جمله مصونیت از توهین است، لذا شخص مسلمان همچنان که در زمان حیات نباید مورد توهین قرار گیرد، بعد از فوت نیز مورد احترام است و توهین به وی چنانچه در زمان حیات او جایز نیست بعد از فوت وی نیز مجاز نیست. ولی بحث ما در اینجا در مورد توهین بر اساس حقوق غرب است.

یکی دیگر از ویژگی‌های حقوق اخلاقی جهان‌شمول بودن آن است. بر این اساس، قانون هیچ کشوری به اشخاص اجازه نمی‌دهد آثاری که در دیگر کشورها خلق شده‌اند، آن را به نام خود منتسب کنند یا تغییر و تحریف در آن ایجاد نمایند، اگرچه عضو کنوانسیون برن هم نباشد و میان این کشور و کشور مبدأ هیچ‌گونه تفاهم‌نامه‌ای در این زمینه وجود نداشته باشد. در حالی که بر اساس مبنای توهین نباید در این مورد هیچ‌گونه منع وجود داشته باشد؛ زیرا در کشور مقصد، پدیدآورنده هیچ‌گونه شهرت ندارد تا انتساب یا تغییر اثر وی موجب زیان به شهرت او شود.

در مورد ویژگی عدم قابلیت انتقال و اسقاط نیز چنین است. اگر خود شخص پدیدآورنده تغییر در اثر یا انتساب اثر به شخص دیگر را برای همه مجاز بداند یا همه حقوق اخلاقی خود را اسقاط کند، در این موارد عنوان توهین صدق نمی‌کند؛ زیرا این تغییر یا انتساب به شخص دیگر به رضایت خود پدیدآورنده بوده است و اگر هم این عمل موجب زیان به شهرت وی شده است، با اقدام خود او انجام گرفته است. از این رو، در نظام کامن‌لا که عنوان توهین مبنای حقوق اخلاقی قرار گرفته است، هیچ‌گونه از این ویژگی‌ها برای حقوق اخلاقی در نظر گرفته نشده است. لذا این حقوق در کشورهای تابع این نظام موقت و قابل انتقال و اسقاط است. در حالی که ماهیت این حقوق ویژگی‌های فوق را ایجاب می‌کند و تعامل با حقوق اخلاقی یا معنوی همانند حقوق اقتصادی دور از صواب است.

۷-۲-۱. ابهام در تطبیق

تطبیق عنوان توهین بر حقوق اخلاقی توأم با ابهامات است. مشخص نیست که چه میزان حذف، اضافه یا تغییر در اثر موهن تلقی می‌شود. قطعاً حذف یا اضافه چند کلمه اگر مهم نباشد، موهن محسوب نمی‌شود یا تغییر یک کلمه به کلمه دیگر یا یک اصطلاح به اصطلاح مشابه موهن نیست، ولی اگر از چند کلمه عبور

کند یا کلمات متعدد را با کلمات هم معنا تغییر دهند یا یک عبارت را با عبارت دیگر تبدیل کنند، آیا توهین تلقی می‌شود یا خیر؟ مشخص نیست؛ زیرا از یک سو، بعید به نظر می‌رسد که تبدیل یک اصطلاح به اصطلاح دیگر حتی بهتر موجب زیان به شهرت پدیدآورنده شود و از طرف دیگر، دخالت در آثار دیگران حتی اندک هم باشد، به نحوی موجب توهین به آن‌ها می‌گردد. خود معیار توهین نیز مشخص نیست. معیار در توهین تلقی نمودن این اعمال چیست؟ آیا معیار در توهین تشخیص شخص پدیدآورنده است؟ هر عمل و اقدامی را پدیدآورنده زیان به شهرت خود تلقی نماید، توهین به حساب می‌آید یا عرف معیار است؟ هر عملی را که عرف توهین تلقی کند، توهین محسوب می‌گردد یا معیار دادگاه و تشخیص قاضی است؟ هر عملی را که شخص قاضی زیان به شهرت پدیدآورنده تشخیص دهد، توهین قلمداد می‌گردد. لذا عنوان توهین در معیار نیز دارای ابهام است. این ابهامات موجب ابهام در تطبیق عنوان توهین بر حقوق اخلاقی می‌گردد.

۱-۳-۳. حق خلوت

یکی دیگر از عناوین اخلاقی که می‌توان برای اثبات برخی مصادیق حقوق اخلاقی از جمله حق افشای اثر به آن استناد نمود، حق خلوت است. حق افشای اثر و ممنوعیت افشای اثر دیگران بدون اجازه آن‌ها تا حدودی توسط حق خلوت قابل توجیه است. در نظام کامن‌لا صیانت از عکس‌ها و تصاویر خانوادگی جزء از حقوق اخلاقی تحت عنوان حق خلوت مورد حمایت واقع شده است.

۱-۳-۱. مفهوم حق خلوت

حق خلوت که در اصطلاح دیگر به آن حریم خصوصی (عبدی‌پور، ۱۳۹۴: ج ۳، ۱۱۰) نیز اطلاق می‌گردد (مشهدی و محمدلو، ۱۳۹۵: ج ۲، ۱۲۸)، دارای یک مفهوم سیال (سروش، ۱۳۹۳: ۱۱) و شکننده (انصاری، ۱۳۸۶: ۱۲) و مبهم (احمدلو، ۱۳۹۲: ۳۲) است. خلوت یک مفهوم نسبی است (دکیو، ۱۳۸۷: ۴۷) و عوامل متعدد از جمله مکان، زمان، موضوع، قصد ناقض حریم خصوصی، وسایل و ابزارهای نقض، وضعیت اجتماعی و سیاسی افراد، رضایت فرد و وجود رابطه میان مدعی حریم خصوصی و نقض‌کننده آن و تکنولوژی (احمدلو، ۱۳۹۲: ۴۲) در سیال و نسبی بودن آن نقش دارند و این عوامل و عوامل دیگر به ابهام و پیچیدگی آن افزوده است. از این رو، بسیاری از دانشمندان و حقوقدانان در سطح نظام‌های حقوقی ملی و بین‌المللی به جای ارائه تعریف به ذکر مصادیق حق خلوت اکتفا نموده‌اند (انصاری، ۱۳۸۶: ۱۴).

در بند ۲ اعلامیه «کنفرانس حقوقدانان درباره حق حریم خصوصی (حق خلوت)» در مورد تعریف آن آمده است که: «بند ۲- حق خلوت حقی است نسبت به تنها ماندن، زندگی کردن با سلیقه خود و با حداقل مداخله دیگران. به عبارتی وسیع تر می‌توان گفت:

حق افراد نسبت به حفاظت از زندگی خود در برابر:

۱. مداخله دیگران در زندگی خصوصی، زندگی خانوادگی و منزل آنان؛

۲. مداخله دیگران در تمامیت جسمانی یا روانی یا در آزادی معنوی و فکری آنان؛

۳. حملات و تعرضات به آبرو، شهرت و حیثیت آنان؛

۴. ساختن چهره‌ای کاذب و دروغین از آنان؛

۵. افشای وقایع نامربوط و آزار دهنده درباره زندگی خصوصی آنان؛

۶. استفاده از نام، هویت یا شباهت آنان؛

۷. جاسوسی یا فضولی کردن، پابیدن و به ستوه آوردن آنان؛

۸. دست‌اندازی در مکاتبات و مراسلات و مخابرات آنان؛

۹. سوءاستفاده از ارتباطات خصوصی، اعم از کتبی و شفاهی؛

۱۰. افشای اطلاعاتی که بر اساس اعتماد حرفه‌ای به فردی داده شده است.^۱

حق خلوت در قطعنامه‌ای شورای اروپا چنین تعریف شده است: «حق خلوت مربوط می‌شود به زندگی خصوصی، خانوادگی و مسکن، تمامیت جسمی و روحی، آبرو، اعتبار و شهرت و حیثیت افراد، اجتناب از اینکه چهره‌ای کاذب از فرد ساخته شود، افشا نکردن وقایع و حقایق نامربوط و آزار دهنده، عدم افشای غیرمجاز تصاویر خصوصی، حمایت از عدم افشای اطلاعاتی که بر اثر اعتماد اشخاص وصول کرده‌اند یا در اختیار آن‌ها قرار گرفته است».^۲

مهم‌ترین ویژگی حق خلوت خصوصیت تنها ماندن یا پنهان ماندن است (سروش، ۱۳۹۳: ۳۶) که در بسیاری از تعاریف به آن تصریح شده است (انصاری، ۱۳۸۶: ۱۴)، برخی این خصیصه را وجه مشترک همه مواردی دانستند که به‌عنوان حق خلوت مورد حمایت قرار می‌گیرند (انصاری، ۱۳۸۶: ۱۷).

1. Nordic Conference of Jurists on the Right to Respect for Privacy, 1976.

2. Resolution 428 of the Consultative (Parliamentary) Assembly of the Council of Europe (1970).

برای شناسایی مصادیق آن دو نوع ضابطه وجود دارند: ضابطه نوعی و ضابطه شخصی. منظور از ضابطه نوعی آن است که برخی جنبه‌های زندگی انسان نوعاً یا عرفاً حریم خصوصی افراد محسوب می‌شود و ورود به آن قلمروی زندگی افراد که نوعاً خصوصی تلقی می‌شود، نقض حریم خصوصی آن‌ها به حساب می‌آید. ضابطه شخصی عبارت‌اند از اینکه افراد می‌توانند برخی از جنبه‌های زندگی خود را که نوعاً و عرفاً خارج از حریم خصوصی افراد است، با اعلام قبلی در قلمرو حریم خصوصی خود قرار دهند (انصاری، ۱۳۸۶: ۳۸). بنابراین، می‌توان حق خلوت یا حریم خصوصی را چنین تعریف نمود: بخشی از زندگی فرد که عرفاً و نوعاً یا با اعلام قبلی انتظار می‌رود دیگران بدون رضایت او به اطلاعات مربوط به آن دسترسی نداشته باشند و از ورود و نظارت بر آن خودداری کنند.

۱-۳-۲. توجیه حق افشای اثر توسط حق خلوت

آیا می‌توان حق افشای اثر بر مبنای حق خلوت توجیه نمود یا خیر؟ در نظام کامن‌لا حق افشای اثر به صورت عام مورد شناسایی واقع نشده است ولی حق خلوت به رسمیت شناخته شده است که به موجب آن، شخص می‌تواند از اینکه عکس‌ها و تصاویر شخصی و خانوادگی وی در معرض عموم قرار گیرد، ممانعت کند (J. A. L, 1992: 123). حق خلوت برای عکس‌ها و تصاویر برای بار نخست در قانون ۱۹۸۸ انگلیس مورد حمایت واقع گردید (Conrnish, 1996: 398). برخی معتقدند با وجودی که حق افشای اثر پدیدآورنده در نظام کامن‌لا به رسمیت شناخته نشده است، ولی می‌توان آن را از طریق حق خلوت مورد حمایت قرار داد (بای، ۱۳۹۴: ۶۱).

برای اثبات حق افشای اثر توسط حق خلوت می‌توان چنین تبیین نمود: به موجب حق افشای اثر، پدیدآورنده می‌تواند به عرضه یا عدم عرضه اثر خود به عموم و زمان، مکان و چگونگی آن تصمیم بگیرد و دیگران نمی‌توانند وی را به افشای اثر، زمان، مکان و چگونگی افشای اثر مجبور سازند. عرضه اثر به عموم و چگونگی آن از مسائل مربوط به شخص پدیدآورنده است که دیگران حق دخالت در آن را ندارند و هرگونه دخالت در این امر موجب ورود به حق خلوت پدیدآورنده می‌گردد. اگر شخصی اثر فکری پدیدآورنده را بدون اجازه وی به عموم عرضه کند، امری را افشا نموده است که خود پدیدآورنده آن را از معرض عموم پنهان نگه داشته و در مورد عرضه آن به عموم تصمیم نگرفته است. افشای امری که فرد برای افشای آن تصمیم نگرفته یا تلاش به پنهان نگه داشتن آن داشته است، از مصادیق نقض حق خلوت محسوب می‌شود و هیچ‌کس حق ندارد که حق خلوت دیگران را نقض کند.

۱-۳-۳. نقد حق خلوت

در مورد تطبیق حق خلوت بر حق افشای اثر نقدهایی نیز وارد به نظر می‌رسد:

۱-۳-۴. عدم جامعیت حق خلوت

حق افشای اثر عام و وسیع است، ولی حق خلوت دارای محدودیت است و بسیاری از موارد حق افشای اثر تحت پوشش آن قرار نمی‌گیرد. از باب مثال اگر پدیدآورنده برای انتشار اثر خود با ناشر یا شخص دیگر قرارداد منعقد نموده و اثر را به طرف قرارداد تحویل داده باشد، از آنجایی که خود شخص با رضایت خود اقدام نموده است، بعد از تحویل دیگر نمی‌تواند به موجب حق خلوت از انتشار اثر جلوگیری کند؛ زیرا اثر وی با بستن قرارداد و تحویل آن در معرض عموم قرار گرفته است و رضایت شخص به عرضه کردن اثر به عموم موجب از بین رفتن حق خلوت می‌گردد، در حالی که حق افشای اثر بعد از قرارداد و تحویل اثر نیز برای پدیدآورنده باقی می‌ماند. حتی اگر ناشر اثر را به چاپ رسانده، ولی تا هنوز به دست عموم نرسیده است، پدیدآورنده با استناد به حق افشای اثر می‌تواند از پخش آن ممانعت کند. ازاین‌رو، می‌توان گفت که اگر حق افشای اثر در چارچوب حق خلوت مورد شناسایی واقع شود، بسیار محدود می‌گردد به نحوی که ارزش خود را از دست می‌دهد. ازاین‌رو، حق افشای اثر در نظام کامن‌لا مورد شناسایی واقع نشده است با وجودی که حق خلوت در این نظام از دامنه وسیع برخوردار است، ولی در محدوده آثار فکری تنها برای تصاویر و فیلم‌های خانوادگی یا مراسم خاص مذهبی به رسمیت شناخته شده است.

۱-۳-۵. عدم سنخیت در هدف

حق خلوت برای آن مورد شناسایی واقع شده است که هیچ شخص دیگر نتواند به قلمروی حق خلوت فرد ورود یابد و از موضوعاتی که در قلمروی حق خلوت قرار می‌گیرد، مطلع شود و ازاین‌رو، عموم مردم نباید از موضوعات مرتبط با حق خلوت آگاهی یابند. لذا حق خلوت برای این هدف شناسایی شده است که پنهان باقی ماندن این موضوعات را از دید عموم تضمین نماید. ازاین‌رو، حق خلوت برای موضوعاتی به رسمیت شناخته شده است که انسان دوست ندارد دیگران از آن‌ها آگاهی یابند. در حالی که پدیدآورنده اثر خود را برای این هدف خلق نموده است که به عموم عرضه کند و درواقع، اثر فکری برای عرضه نمودن به عموم به وجود آمده است. لذا اثری که برای هدف عرضه کردن به عموم خلق شده است، موضوع مناسب برای حق خلوت نیست.

از بررسی قواعد و عناوین اخلاقی می‌توان چنین نتیجه گرفت که این مبانی از توجیه حقوق اخلاقی پدیدآورنده به صورت کامل و وسیع عاجز است. ولی به صورت محدود می‌توان برخی از موارد حقوق اخلاقی را از این طریق توجیه نمود.

۲. عناوین اخلاقی در نظام مالکیت فکری افغانستان

از بررسی قانون مالکیت فکری افغانستان معلوم می‌شود که نظریه منفعت‌گرایی مبنای مشروعیت مالکیت فکری در نظام حقوقی افغانستان واقع شده است و قانون کپی‌رایت افغانستان تحت تأثیر نظام کپی‌رایت آمریکا در چارچوب نظریه اصالت منفعت طراحی شده است.

بر این اساس، این پرسش مطرح می‌شود که حقوق اخلاقی اثر فکری در نظام مالکیت فکری افغانستان مانند آمریکا مبتنی بر عناوین اخلاقی است یا خیر؟ به عبارت دیگر با توجه به دشواری یا عدم امکان اثبات مشروعیت حقوق اخلاقی توسط مبانی اصالت منفعت و کار، حقوق اخلاقی در نظام مالکیت فکری افغانستان بر چه مبنا استوار است. از آنجایی که حقوق اخلاقی اثر فکری در نظام حقوق مالکیت فکری افغانستان جزء از حقوق مالکیت فکری شناخته شده و در آن هیچ گونه اشاره‌ای به این عناوین نشده است، معلوم می‌شود عناوین اخلاقی را نمی‌توان مبنای مشروعیت حقوق اخلاقی اثر فکری قلمداد نمود بلکه ادله و شواهد متعددی وجود دارند که نشان می‌دهند حقوق اخلاقی پدیدآورنده اثر فکری در نظام افغانستان مبتنی بر نظریه شخصیت است:

۱. در قوانین کپی‌رایت کشورهای تابع نظام کپی‌رایت تنها حقوق اقتصادی مورد حمایت قرار گرفته و حقوق اخلاقی در آن مسکوت هستند، ولی به موجب قوانین عمومی تحت عناوین اخلاقی به صورت محدود مورد حمایت واقع می‌شود؛

چنانچه واضح است نظام مالکیت فکری افغانستان تابع نظام حق مؤلف است و عنوان قانون مالکیت اثر ادبی و هنری عبارت است از: قانون حمایت حقوق مؤلف، مصنف، هنرمند و محقق. بنابراین می‌توان گفت که تبعیت نظام حقوق مالکیت فکری افغانستان از نظام حق مؤلف نشان می‌دهد که حقوق اخلاقی مبتنی بر نظریه شخصیت است نه عناوین اخلاقی.

۲. در قانون حمایت حقوق مؤلف، مصنف، هنرمند و محقق افغانستان حقوق اخلاقی اثر فکری توأم با حقوق اقتصادی به رسمیت شناخته شده است. ماده ۱۲ قانون فوق به حمایت از حقوق اخلاقی اثر فکری

اختصاص یافته است و شناسایی حقوق اخلاقی در کنار حقوق اقتصادی شاهد دیگری است؛ زیرا در نظام حق مؤلف، برخلاف نظام کپی‌رایت حقوق اخلاقی توأم با حقوق اقتصادی مورد حمایت واقع می‌شود؛ ۳. ماده ۱۲ قانون حمایت حقوق مؤلف، مصنف، هنرمند و محقق حقوق اخلاقی اثر فکری را به رسمیت شناخته است و بند ۱ این ماده مقرر می‌کند که: «حقوق معنوی اثر، منحصر به پدیدآورنده آن بوده، قابل انتقال نیست»؛

در این بند، تصریح می‌کند که حقوق اخلاقی منحصر به پدیدآورنده بوده و قابل انتقال به غیر نیست و انحصار حقوق اخلاقی به پدیدآورنده و غیر قابل انتقال بودن نشان می‌دهد که این حقوق مربوط به شخصیت پدیدآورنده است و این مقتضی نظریه شخصیت است چنانچه شخصیت انسان منحصر بوده و قابل انتقال نیست، حقوق ناشی از آن نیز غیر قابل انتقال است.

۴. قانون حمایت حقوق مؤلف، مصنف، هنرمند و محقق افغانستان در بند ۳۴ ماده ۴ در معنای حقوق معنوی (اخلاقی) بیان می‌کند که: حقوق معنوی: «مزایایی است قانونی و غیرمادی مربوط به شخصیت پدیدآورنده اثر فکری که به موجب آن، وی برای همیشه از یک دسته حقوق خاص برخوردار است.» این بند تصریح می‌کند که حقوق اخلاقی اثر فکری مربوط به شخصیت پدیدآورنده است و با این صراحت دیگر جای هیچ‌گونه تردید باقی نمی‌ماند که در نظام مالکیت فکری افغانستان، نظریه شخصیت برای مشروعیت حقوق اخلاقی پدیدآورنده مورد پذیرش واقع شده است.

نتیجه‌گیری

بررسی مبانی حقوق اخلاقی در نظام کامن‌لا نشان می‌دهد که این نظام حقوقی با چالشی بنیادین در توجیه و حمایت از حقوق اخلاقی پدیدآورندگان آثار فکری مواجه است. ریشه این مشکل به مبانی حاکم بر نظام مالکیت فکری کامن‌لا برمی‌گردد که بر پایه نظریه‌های فایده‌گرایانه و اصالت منفعت استوار شده است. این مبانی اگرچه در تبیین و توجیه حقوق اقتصادی کارآمد هستند اما در مواجهه با حقوق اخلاقی که مرتبط با شخصیت و کرامت پدیدآورنده است، ناتوان به نظر می‌رسند.

در پاسخ به این ضعف، نظام کامن‌لا به عناوین اخلاقی شامل توهین، رقابت غیرمنصفانه و حق خلوت متوسل شده است. این عناوین به توجیه حقوق اخلاقی می‌پردازند؛ رقابت غیرمنصفانه به حق حرمت نام و عنوان، توهین به حق انتساب اثر و حق تمامیت اثر و حق خلوت به حق افشای اثر مربوط می‌شوند. با این وجود، ارزیابی این عناوین نشان می‌دهد که آن‌ها دچار کاستی‌ها متعدد و جدی هستند.

۱. این عناوین فاقد جامعیت لازم هستند و نمی‌توانند تمام مصادیق حقوق اخلاقی را پوشش دهند.
 ۲. در تطبیق این عناوین بر مصادیق حقوق اخلاقی ابهامات جدی وجود دارد؛ به عنوان مثال، معیار دقیق «رفتار توهین‌آمیز» در حق تمامیت اثر به وضوح تعریف نشده است.
 ۳. اهداف و ویژگی‌های این عناوین با ماهیت حقوق اخلاقی ناسازگار است؛ در حالی که حقوق اخلاقی جهان‌شمول، دائمی و غیرقابل انتقال است، عناوین اخلاقی محدود به قلمروی سرزمینی، موقت و قابل انتقال هستند.
- درنهایت می‌توان نتیجه گرفت که اگرچه عناوین اخلاقی توانسته‌اند تا حدی خلأ حمایتی از حقوق اخلاقی در نظام کامن‌لا را پر کنند، اما این عناوین در بهترین حالت تنها قادر به ارائه حمایت ناقص، مشروط و حداقلی است و برای دستیابی به حمایت جامع و کارآمد از حقوق اخلاقی پدیدآورندگان، نیاز به بازنگری اساسی در مبانی حقوق اخلاقی نظام کامن‌لا احساس می‌شود.

فهرست منابع

- احمدلو، مونا (۱۳۹۲). **حریم خصوصی در فقه و حقوق ایران**، تهران: انتشارات مجد، چاپ اول، .
- انصاری، باقر (۱۳۸۶). **حقوق حریم خصوصی**، تهران: سمت، چاپ اول.
- انوری، حسن (۱۳۸۱). **فرهنگ بزرگ سخن**، تهران: انتشارات سخن، چاپ اول.
- بای، حسینعلی (۱۳۹۴). **مباحثی از مالکیت فکری**، تهران: سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، چاپ اول.
- حکمت نیا، محمود (۱۳۸۴). «مروری بر حقوق اخلاقی مالکیت فکری و مبانی اعتبار آن»، **مجله حقوق اسلامی**، شماره ۵.
- حکمت نیا، محمود (۱۳۸۷). **مبانی مالکیت فکری**، تهران: سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، چاپ دوم.
- حکمت نیا، محمود (۱۴۰۰). **نظام مالکیت فکری (خاستگاه، زیرساخت‌ها و ساختارها)**، تهران: سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، چاپ اول.
- دکیو، جودیث (۱۳۸۰). «خلوت»، مترجم: رحیم نوبهار، **مجله تحقیقات حقوقی**، شماره ۴۷.
- رضوی سید محمد و رضوی، سید علی (۱۳۹۹). «حمایت از زیان‌دیده در برابر تبلیغات تجاری مقایسه‌ای از طریق طرح دعوای رقابت غیرمنصفانه»، **مجله پژوهش حقوق خصوصی**، شماره ۳۰.
- زرکلام، ستار (۱۳۹۳). **حقوق مالکیت ادبی و هنری**، انتشارات سمت، چاپ سوم.
- سروش، محمد (۱۳۹۳). **مبانی حریم خصوصی (بر اساس منابع اسلامی)**، تهران: انتشارات سمت، چاپ اول.
- شبییری، سید حسن (۱۳۹۵). «مطالعه تطبیقی چالش‌های حقوقی حمایت نظام فعلی کپی‌رایت از هنرهای معاصر با تأکید بر حقوق ایران و انگلستان»، **مجله علمی و پژوهشی الهیات هنر**، شماره ۴.
- شبییری، سید حسن (۱۳۹۶). «مطالعه تطبیقی مفهوم و ماهیت حق انتساب اثر ادبی و هنری در نظام‌های حقوقی»، **مجله تحقیقات حقوقی**، شماره ۷۹.
- ضیایی، سید یاسر و ممقانی، جوادطباخی (۱۳۹۲). «توهین در رسانه از منظر حقوق بین‌الملل و حقوق ایران»، **فصلنامه پژوهش‌های حقوق تطبیقی**، دوره ۱۷، شماره ۳.
- عبدی‌پور، ابراهیم (۱۳۹۴). «رویکرد نظام‌های حقوقی نسبت به نقض حریم خصوصی اطلاعاتی در شبکه‌های اجتماعی مجازی»، **فصلنامه پژوهش تطبیقی حقوق اسلام و غرب**، شماره ۳.

مشهدی، علی و محمدلو، سجاد (۱۳۹۵). «مطالعه تطبیقی مفهوم و معیار حق حریم خصوصی: رویکرد عرفی و فرهنگی».

فصلنامه پژوهش های حقوق تطبیقی، دوره ۲۰، شماره ۲.

میر شمسی، محمدهادی و حامدی، میلاد (۱۳۹۷). «حق معنوی در نظام کپی رایت: رهیافت نظری»، **فصلنامه تخصصی**

دانشنامه های حقوقی، شماره ۱.

Reference

18. Bently, Lionel, and Sherman, Brad, Intellectual Property Law, Oxford, 2001.
19. Bryan, Garner, A, Black's law Dictionary.
20. Colston, Catherine, Principles of Intellectual Property Law, London, Cavendish Publishing Limited, 1999.
21. Cornish, W. R. Intellectual Property, London, Sweet & Maxwell, Third Edition 1996.
22. Cornish, W. R. Cases and Materials on Intellectual Property, London, Sweet & Maxwell, Second Edition, 1996.
23. Cornish, W. R. Intellectual Property; Patents, Copyright, Trade Marks, and Allied Rights, London, Sweet & Maxwell, Fourth Edition, 1999.
24. Lewinski, Silke Von, International Copyright Law and Policy, New York, Oxford University Press, First Published, 2008.
25. Marett, Paul, Intellectual Property Law; Concise Course Text London, Sweet & Maxwell, 1996.
26. Nordic Conference of Jurists on the Right to Respect for Privacy, 1976.
27. Resolution 428 of the Consultative (Parliamentary) Assembly of the Council of Europe (1970).
28. Sterling, J.A.L, Intellectual Property Right in Sound Recording, Film and Video, UK, Sweet and Maxwell. 1992.
29. Sterling, J.A.L, World Copyright Law, London, Sweet & Maxwell, 1998, pp. 285-288.
30. Sterling, J.A.L, World Copyright Law, London, sweet & Maxwell, Second Edition, 2003.