

مقاله پژوهشی: مسئولیت مدنی ناقض غیر مستقیم علامت تجاری: مسئولیت مطلق یا تقصیرمحور

فرید احمدیان مقدم* میرقاسم جعفرزاده**

دریافت: ۹۸/۸/۱۲ پذیرش: ۹۸/۱۱/۲۶

ایران / ایالات متحده آمریکا / مسئولیت مدنی / نقض / علامت تجاری / ناقض غیرمستقیم
علامت تجاری

چکیده

نقض علامت تجاری به معنی بهره‌برداری از حقوق انحصاری ناشی از علامت تجاری بدون اخذ مجوز از صاحب علامت است. این اقدام به شرط ورود ضرر منجر به مسئولیت مدنی ناقض خواهد بود. در شرطیت سه عنصر بهره‌برداری غیرمجاز زیانبار در تحقق مسئولیت ناقض تردیدی طرح نشده است. آنچه محل تردید قرار گرفته است تاثیر علم و آگاهی بهره‌بردار غیرمجاز به هنگام ارتکاب فعل است. در این مقاله با توجه به سکوت قانون سال ۱۳۸۶، سعی شده است با استفاده از مبانی کلی در حقوق داخلی و بررسی تطبیقی نقش تقصیر در مسئولیت مدنی ناشی از نقض غیر مستقیم علامت تجاری در حقوق ایران و آمریکا، همراه با ارائه تحلیلی مناسب جایگاه آن تعیین شود. به این منظور مسئولیت مدنی ناقض علامت تجاری در دو سیستم حقوقی ایران و ایالات متحده آمریکا در منابع حقوقی هر دو کشور با استفاده از کتب، قوانین، مقالات و آرا صادره توسط دادگاه‌های ایران و ایالات متحده به روش کتابخانه‌ای مورد بررسی تطبیقی قرار گرفت.

*. دانشجوی مقطع دکتری رشته حقوق خصوصی واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

mirghasem.jafarzadeh@gmail.com

** دانشیار دانشکده حقوق، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

Pshd_63@yahoo.com

در این مطالعه در گفتار اول مسئولیت ناقض غیر مستقیم علامت تجاری در حقوق ایران مورد بررسی قرار گرفت، در گفتار دوم مسئولیت ناقض غیر مستقیم در حقوق آمریکا مورد بررسی قرار گرفت، در گفتار سوم دو سیستم حقوقی مورد ارزیابی و مقایسه قرار گرفت و در نهایت در گفتار چهارم اصول حاکم بر احراز تقصیر در نقض غیرمستقیم علامت تجاری در دو سیستم حقوقی به صورت تطبیقی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد در حقوق علایم تجاری ایران و ایالات متحده اصولاً نقض مستقیم علامت تجاری موجب مسئولیت مطلق شخص ناقض خواهد بود و علم و عمد و یا بی‌اطلاعی شخص ناقض از فعل نقض، تاثیری در مسئولیت وی ندارد. البته در هر دو سیستم علم و عمد شخص ناقض در نقض علامت تجاری موجب مسئولیت کیفری وی نیز خواهد بود. اما در خصوص نقض غیر مستقیم علامت تجاری، در حقوق ایران ذکری از اثر علم و عمد و یا بی‌احتیاطی در تحقق مسئولیت به میان نیامده است. نظر به این ابهام، شایسته است قانون‌گذار داخلی با توجه به قواعد و مقررات عام مسئولیت مدنی، نوع مسئولیت مدنی را به نحوی روشن نماید تا مغایرت عمده‌ای با قوانین سایر کشورها در زمینه مالکیت فکری نداشته و از برداشت متفاوت در محاکم قضایی جلوگیری شود.

طبقه‌بندی JEL: K15

مقدمه

علامت تجاری از جمله مصادیق مهم حقوق مالکیت فکری می‌باشد که به لحاظ آثار اقتصادی آن همواره مورد توجه قرار داشته است. در مطالعات قبلی معیارهای احراز نقض علامت تجاری به منظور حفظ حقوق قانونی افراد جامعه بررسی شده است.^۱ اما مهم‌ترین راه حمایت مؤثر از حقوق قانونی افراد جامعه، پیش‌بینی ضمانت اجرایی مناسب در برخورد با متجاوزان به آن حقوق می‌باشد. نقض علامت تجاری به معنی تعرض و بهره‌برداری از حقوق انحصاری ناشی از علامت تجاری بدون اخذ مجوز از صاحب علامت می‌باشد. در این میان وجود قوانین کارآمد و سازوکار حقوقی مناسب می‌تواند بستری مناسب برای حمایت مؤثر از حقوق قانونی افراد جامعه را مهیا سازید. وجود قوانین کارآمد وابسته به چگونگی برخورد با ناقضان می‌باشد. اصولاً نقض حقوق انحصاری ناشی از علامت تجاری به لحاظ مالیت آن همچون حقوق متعلق به اموال فیزیکی موجب مسئولیت مدنی شخص ناقض خواهد بود. یکی از شرایط مؤثر در این کارآمدی، جایگاه و سهم عنصر علم و آگاهی در تحقق مسئولیت بهره‌بردار غیر مجاز از علامت تجاری قابل حمایت است. اصولاً نقض حقوق انحصاری ناشی از علامت تجاری به لحاظ مالیت آن همچون حقوق متعلق به اموال فیزیکی موجب مسئولیت مدنی شخص ناقض خواهد بود. در خصوص عدم تاثیر این عامل در تحقق مسئولیت ناقض بی‌واسطه تردیدها ناچیز است. بر اساس ماده ۶۰ قانون ثبت علائم تجاری سال ۸۶ ایران مسئولیت مدنی چنین ناقضی مطلق است. اما در خصوص مسئولیت مدنی ناقض غیر مستقیم به واسطه عدم تصریح مقنن تردیدهایی وجود دارد.

نقض غیرمستقیم^۲، به نقضی اطلاق می‌شود که فردی بدون انجام مستقیم اعمال ناقض، شخص دیگری را به اعمال نقض ترغیب نموده و یا در نقض با وی مشارکت نماید. نقض غیرمستقیم می‌تواند به صورت نقض انگیزشی و نقض مشارکتی تحقق یابد. در نقض انگیزشی^۳ شخص به نحو مؤثری دیگری را به انجام اعمال نقض ترغیب می‌نماید اما در نقض مشارکتی^۴ شخص با عرضه ابزارها و وسایل به دیگران به منظور قادر ساختن آن‌ها به اعمال نقض با

۱. احمدیان مقدم (۱۳۹۶). صفحه ۱۳۹-۱۶۹

2. Indirect Infringement

3. Inducement Infringement

4. Contributory Infringement

وی همکاری می‌نماید. برای نمونه، ممکن است دستفروشی دکه خود را در بازار، برای فروش محصولاتی که ناقض علامت تجاری متعلق به دیگری هستند اجاره دهد، و یا ممکن است یک کاربر کامپیوتر از خدمات یک سرویس دهنده خدمات اینترنتی استفاده کند و بدان وسیله موجب نقض حق مؤلف و یا علامت تجاری متعلق به دیگری شود. از جمله مصادیق دیگر این نوع نقض می‌توان به شخصی اشاره کرد که بدون آنکه از جانب صاحب حق، مجوز قانونی یا نمایندگی داشته باشد، پیشنهاد فروش یا اجاره بهره‌برداری از علامت تجاری ثبت شده را به دیگری دهد و شخص اخیر با این تصور که شخص مجوز دهنده از جانب مالک علامت دارای حق نمایندگی می‌باشد، شروع به ارائه کالا و یا خدمات نماید. در چنین حالتی نیز شخص ناقض در اثر اغوای شخص دیگر مرتکب عمل نقض خواهد شد.

در خصوص مسئولیت مطلق یا مقید به علم و آگاهی مباشر فعل ناقض، قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب سال ۱۳۸۶ (قانون ثبت علائم و اختراعات تجاری سال ۸۶)، ساکت به نظر می‌رسد. در حقوق علائم تجاری ایالات متحده آمریکا، قانون لانهام سال ۱۹۴۶ نیز در این خصوص تصریحی ندارد. در حقوق این کشور، مسئولیت ناقض غیر مستقیم با استناد به قواعد عام مسئولیت نظیر بند سی ماده ۸۷۷ قانون اصلاحی دوم^۱ که مقرر میدارد: «مسئولیت مدنی برای صدمات وارد به اشخاص ثالث که از فعل مستوجب مسئولیت توسط دیگری حادث شده باشد، تنها زمانی ایجاد می‌شود که او اجازه داده باشد که دیگری با اموال متعلق به وی، فعلی ضامن‌آور را صورت داده دهد»^۲ تحلیل و توجیه می‌شود.

با توجه این ابهام و نظر به اینکه در مطالعات قبلی معیارهای احراز نقض علامت تجاری میان ایران و آمریکا بررسی نموده‌ایم^۳، در مطالعه پیش رو مسئولیت مدنی ناقض غیر مستقیم علامت تجاری در حقوق ایران و ایالات متحده آمریکا را بررسی خواهیم نمود. به این منظور، در گفتار اول مسئولیت ناقض غیر مستقیم علامت تجاری در حقوق ایران و در گفتار دوم

۱. Restatement (Second) Of Torts (1979)

۲. قانون اصلاحی دوم مسئولیت مدنی ایالات متحده بر اساس طرح پیشنهادی انستیتوی حقوق آمریکا تصویب گردیده است که در آن اصول عام مسئولیت مدنی کامن لابی ایالات متحده، در چهار بخش به طور خلاصه بیان شده است. مباحث مربوط به افعال موجب ضمان قهری، جزئی از بخش دوم این قانون اصلاحی می‌باشند. گفتنی است بخش‌های اول و دوم این قانون در سال ۱۹۵۵، بخش سوم آن در سال ۱۹۷۷ و بخش آخر نیز در سال ۱۹۷۹ تصویب شده است.

۳. احمدیان مقدم (۱۳۹۶). صفحه ۱۳۹-۱۶۹

مسئولیت ناقض غیر مستقیم علامت تجاری در حقوق آمریکا مورد بررسی قرار گرفته و در گفتار سوم میان دو سیستم حقوقی ایران و آمریکا از نظر مسئولیت نقض غیر مستقیم علامت تجاری بررسی و مقایسه انجام می‌گردد. در نهایت با عنایت به اینکه در حقوق ایران و ایالات متحده، احراز نقض غیر مستقیم علامت تجاری و رابطه سببیت میان فعل و ضرر وارده، مستلزم احراز تقصیر شخص ناقض می‌باشد در گفتار چهارم اصولی که در احراز تقصیر در نقض غیر مستقیم علامت تجاری در ایالات متحده مورد بررسی و پذیرش قرار گرفته اند بررسی و این اصول در هر دو سیستم حقوقی مقایسه خواهند شد.

گفتار اول: مسئولیت ناقض غیر مستقیم علامت تجاری در حقوق ایران

قانون ثبت اختراعات، طرحهای صنعتی و علائم تجاری مصوب سال ۸۶ در خصوص مسئولیت ناقض غیر مستقیم حکم صریحی پیش‌بینی ننموده است. در این قانون تنها به مسئولیت مدنی ناقض اشاره و نامی از نقض غیر مستقیم یا ثانویه نیامده است. با این حال ممکن است به استناد بند «ب» ماده ۴۰ که مقرر میدارد «مالک علامت ثبت شده می‌تواند علیه هر شخصی که بدون موافقت وی از علامت استفاده کند یا شخصی که مرتکب عملی شود که عادتاً منتهی به تجاوز به حقوق ناشی از ثبت علامت گردد، در دادگاه اقامه دعوا نماید.» ادعای عموم نموده و به موجب آن ادعا نمود که ناقض غیر مستقیم نیز مشمول این مقرر بوده و به حکم آن مسئولیت ناقض غیر مستقیم همانند ناقض مستقیم، مطلق بوده و مالک علامت مکلف به اثبات عمد و علم و یا تقصیر ایشان نیست. همچنین ممکن است به موجب ماده ۶۰ همان قانون که مقرر میدارد «نقض حقوق مندرج در این قانون عبارت است از معنای انجام هر گونه فعلیتی در ایران که توسط اشخاصی غیر از مالک حقوق تحت حمایت این قانون و بدون موافقت او انجام می‌گیرد» بتوان چنین عمومی را ادعا و به موجب آن هر شخص از جمله ناقض غیر مستقیم را مشمول آن تلقی و بر این اساس استدلال نمود که شخص صاحب علامت تجاری بدون نیاز به اثبات تقصیر شخص ناقض حق مطالبه جبران خسارات را دارد.

اگر با توجه به عبارت عام «انجام هر گونه فعلیتی در ایران توسط غیر مالک تحت حمایت این قانون و بدون موافقت او» قابل به عموم این حکم باشیم، بی‌تردید مالک علامت حق

تعقیب هر ناقض خواه مستقیم یا غیر مستقیم علامت متعلق به خود را خواهد داشت. در صورت عدم پذیرش عموم چاره‌ای جز استناد به قواعد عام مسئولیت مدنی موضوع قانون مدنی نظیر قاعده اتلاف بالتسبیب، قاعده دارا شدن بلاجهت و یا ماده ۱ قانون مسئولیت مدنی نیست. در قانون مدنی ایران به پیروی از فقه امامیه، گرایش به سمت تئوری خطر مشهود است. در این قانون، در مواد ۳۲۸ تا ۳۳۵ مواردی از مسئولیت غیر قراردادی تحت عناوین اتلاف و تسبیب بیان شده است. بر اساس ماده ۳۲۸ قانون مدنی: هرکس مال غیر را تلف کند ضامن آن است و باید مثل یا قیمت آن را بدهد اعم از اینکه از روی عمد تلف کرده باشد یا بدون عمد. در مواد ۳۳۱ و ۳۳۲ این قانون، تسبیب در تلف مال موجب مسئولیت سبب تلقی گردیده است. در چنین حالتی، بر اساس ضوابط قاعده تسبیب، احراز تقصیر مسبب ضرورت دارد. همچنین با توجه به ماده ۱ قانون مسئولیت مدنی که موخر بر قانون مدنی به تصویب رسیده است به نظر می‌رسد که مقنن بنا بر مصالح اجتماعی نظریه تقصیر را اختیار نموده است. در موضوع مقاله حاضر، آنچه محرز است این است که در نقض غیر مستقیم علامت تجاری عمل نقض بطور مستقیم قابل انتساب به شخص فاعل نیست لذا امکان استناد به قاعده اتلاف نیز وجود ندارد. در قاعده تسبیب هر چند احراز عمد و قصد به اضرار لازم نیست، اما احراز انتساب خسارت به فعل مسبب بی‌تردید لازم است.

ذکر این نکته به خاطر آن است که در صورت عدم تقصیر در مورد تسبیب، انتساب خسارت به مسبب احراز نخواهد شد. از همین رو در ماده ۳۳۴ قانون مدنی ایران آمده است: «مالک یا متصرف حیوان مسئول خساراتی نیست که از ناحیه آن حیوان وارد می‌شود، مگر اینکه در حفظ حیوان تقصیر کرده باشد؛ لکن در هر حال، اگر حیوان به واسطه عمل کسی منشا ضرر گردد، فاعل آن عمل مسئول خسارت وارده خواهد بود». بر همین مبنا در جایی که تقصیر و یا خطایی در زمینه نقض غیر مستقیم احراز نگردد اصولاً امکان انتساب فعل ناقض به شخص وجود نخواهد داشت. هم چنین ماده ۱ قانون مسئولیت مدنی تقصیر یعنی عمد یا بی‌احتیاطی را از ارکان عام ایجاد مسئولیت مدنی معرفی نموده است.

با توجه به مراتب فوق و در جهت استخراج حکم نقض غیر مستقیم علامت تجاری، بررسی احکام مندرج در مواد ۴۰ و ۶۰ قانون ثبت علائم تجاری سال ۸۶ قانون ثبت علائم و اختراعات قانون سال ۸۶، قانون مدنی، قانون مسئولیت مدنی ضروریست. اولاً: با توجه به نظر عام مقنن در زمینه ضرورت احراز تقصیر در ایجاد مسئولیت مدنی به شرحی که ذکر

شد، به نظر می‌رسد که قانون ثبت علائم تجاری سال ۸۶ نسبت به قانون مسئولیت مدنی خاص و موضوع آن اموال فکری است از همین روالاً مسئولیت مطلق مندرج در ماده ۴۰ و ۶۰ را بایستی محدود به موارد منصوص در آن نمود. لذا در چنین موردی به واسطه فقدان دلالت لفظی در حکم مقنن، قادر به تعمیم آن به موارد غیر منصوص نخواهیم بود و در فرض وجود شبهه در خصوص حدود مسئولیت مدنی ناقض غیر مستقیم، امکان تعمیم موضوع حکم مقنن وجود نخواهد داشت. در این زمینه حتی به نظر می‌رسد که نتوان بر اساس اصاله الاطلاق به وضع حکم مسئولیت مطلق ناقض غیر مستقیم توسط مقنن نظر داد. علت چنین استدلالی نیز قید مندرج در ماده ۱ قانون مسئولیت مدنی است که اصولاً مسئولیت مدنی فاعل را مستلزم احراز تقصیر و قابلیت استناد ورود ضرر به فعل وی دانسته است. از همین رو با توجه به خاص بودن موضوع قانون ثبت علائم تجاری سال ۸۶ و عدم تصریح به مسئولیت مطلق شخص ناقض غیر مستقیم، اصولاً استناد به قاعده اصاله الاطلاق یا وجود دلالت عقلیه مبنی بر حکم مقنن به مسئولیت مطلق ناقض غیر مستقیم ممکن خواهد بود. گفتنی است در مواد ۴۰ و ۶۰ قانون یاد شده به مسئولیت ناقض غیر مستقیم تصریحی نشده است، بلکه با قید مندرج در ماده ۱ قانون مسئولیت مدنی مبنی بر ضرورت احراز تقصیر، در غیر موارد منصوص، امکان مطلق فرض کردن منظور مقنن نیز فراهم نخواهد شد. لذا در هر دو فرض یعنی عدم وجود دلالت لفظیه مبنی بر مسئولیت موضوع قانون ثبت علائم تجاری سال ۸۶ قانون ثبت علائم و اختراعات سال ۸۶ ناشی از نقض غیر مستقیم به واسطه ضرورت احراز عنصر تقصیر در مسئولیت مدنی در موارد عام و نیز فقدان دلالت عقلیه که در مورد استناد به اصاله الاطلاق وجود آن ضرورت دارد، چاره‌ای جز اعتقاد به انصراف نظر مقنن از حکم مسئولیت مطلق ناقض غیر مستقیم نخواهد بود. بدیهی است که اصولاً توسل به اصاله العموم و اصاله الاطلاق در جایی ممکن است که دلیل دیگری معارض با اصول یاد شده موجود نباشد چنین استدلالی در مقام استناد به اصاله العموم و اصاله الاطلاق در اکثر کتب فقهی و منطقی مشهود است. که در صورت وجود دلیلی مخالف، از توسل به اصاله العموم و اصاله الاطلاق خودداری می‌شود.^۱

۱. نراقی (۱۳۷۵) صفحه ۱۵۶ «اعلم: ان ما مر من عدم الاعتداد به شرط خالف الشرع، انما هو فیما اذا كان مخالف لعموم کتاب او سنه او اجماع او نحوها، اذا لم یثبت العموم بحیث یشمل مورد الشرط، فلا یحکم المخالفه، بل یعمل بعمومات الوفا. بر همین مبنا، علمای منطق نیز در جایی که بین حکم مطلق و مقید تعارضی مشهود گردد، حکم مقید را مقدم

همچنین بر فرض مسئولیت ناقص غیر مستقیم، ضررهای مضمون نیز بر اساس اصول عام مسئولیت مدنی قابل جبران بوده و معیار تقویم خسارات ناشی از نقض علامت تجاری با محاسبه منافع، محاسبه خسارت بر اساس حق الامتیاز قابل جبران خواهد بود. نهایتاً، آنچه از مطالعه در قوانین و نیز بررسی متون فقهی بر می‌آید این است که اصولاً شخص زمانی مسئول جبران خسارات خواهد بود که ضرر وارده قابل انتساب به وی باشد. این امر با بررسی اصول و ضوابط اجرای قاعده تسبیب نیز به دست می‌آید. در تسبیب، عمل شخص مستقیماً و مباشرتاً مال دیگری را از بین نمی‌برد، بلکه رابطه‌ی بین عمل شخص و تلف مال به اینگونه است که اگر آن عمل واقع نشود، تلف مال نیز اتفاق نمی‌افتد.^۱ همان‌طور که گفته شد گرچه با توجه ماده ۳۲۸ قانون مدنی در باب اتلاف مسئولیت مطلق مورد پذیرش قرار گرفته است لیکن در باب تسبیب احراز تقصیر سبب را ضروری میداند. همچنین با وضع ماده ۱ قانون مسئولیت مدنی به‌عنوان یک قاعده عام، مبنای مسئولیت بر تقصیر استوار گردیده است. از همین رو اصولاً در صورت قابلیت انتساب تقصیر به فاعل، امکان مسئول شناختن وی وجود خواهد داشت. لیکن چنین برداشتی نافی مسئولیت بدون تقصیر نبوده و ممکن است مقنن بنا بر مصالح اجتماعی، بدون نیاز به احراز تقصیر فاعل، مسئولیت را بر شخص فاعل بار نماید. اما با توجه به قاعده عام مندرج در ماده ۱ قانون مسئولیت مدنی اصل بر وجود مسئولیت مبتنی بر تقصیر بوده و مسئولیت بدون تقصیر استثناء است.^۲ به عبارت دیگر، ماده ۱ قانون مسئولیت مدنی که یک قاعده‌ی عام است، مبنای تقصیر را پذیرفته و سایر مواردی که به‌عنوان مسئولیت بدون تقصیر در حقوق ما پذیرفته شده‌اند^۳، استثناء و مخصص قاعده عام مذکور محسوب می‌شوند.^۴ بر این اساس جز در مواردی که به صراحت تحت عنوان مسئولیت بدون تقصیر آمده، در دیگر موارد مسئولیت بر مبنای تقصیر استوار است. به این سبب که مسئولیت بدون تقصیر خلاف قاعده و اخلاق بوده و تاسیس آن نیازمند تصریح و قاعده خاص است.^۵

میدارند: «فان المطلق والمقید اما أن یکونا مختلفین فی الاثبات أو النفی، واما ان یکونا متفقین. (الاول) - ان یکونا مختلفین، فلا شک حینئذ فی حمل المطلق علی المقید، لان المقید یکون قرینة علی المطلق».

۱. بجنوردی (۱۳۷۱) ص ۳۲، محقق داماد (۱۳۷۴) صفحه ۱۲۱

۲. کاتوزیان، ۱۳۸۲، الزام‌های خارج از قرارداد، صفحه ۲۲۱

۳. ماده ۳۲۸ تا ۳۳۰ قانون مدنی تحت عنوان اتلاف

۴. صفایی (۱۳۹۰) صفحه ۸۸

۵. قاسم زاده (۱۳۷۸) صفحه ۲۹۴ و ۳۴۱

از مجموع آنچه گفته شد میتوان چنین نتیجه گرفت که با توجه به قانون مسئولیت مدنی و قاعده تسبیب^۱، در حقوق ایران بر خلاف فقه، مسئولیت مبتنی بر معیار تقصیر قرار گرفته است.^۲ از همین رو اصولاً با توجه به ضرورت احراز عنصر تقصیر بر اساس مواد عام یاد شده و پذیرش مسئولیت بدون تقصیر در مواد ۴۰ و ۶۰ قانون سال ۱۳۸۶ در صورت عدم قابلیت انتساب فعل نقض به طور مستقیم به شخص، اصولاً فرض اطلاق مواد یاد شده را نمیتوان پذیرفت و در موارد تردید، ناچار بایستی به قاعده موجود در ماده ۱ قانون مسئولیت مدنی و مواد مربوط به قاعده تسبیب رجوع کرد.^۳ (مواد ۳۳۵ الی ۳۳۱ قانون مدنی). لذا در صورتی ناقض غیر مستقیم مسئول جبران خسارات در حدود فعل خود خواهد بود که در این مسیر مرتکب تقصیر شده باشد. در چنین حالتی مبنای احراز مسئولیت شخص ناقض غیر مستقیم، قاعده تسبیب خواهد بود که احراز تقصیر شخص را جهت بار نمودن مسئولیت ضروری می‌داند.

علاوه بر این، در خصوص اسباب ضمان قاعده دیگری تحت عنوان «قاعده اکل مال به باطل» یا «داراشدن بلاجهت»^۴ نیز وجود دارد که مبین ضرورت جبران خسارات وارده به اشخاص می‌باشند. بدیهی است با فرض قابلیت احراز اکل مال به باطل توسط شخص ناقض غیر مستقیم که متضمن ضرر شخص صاحب علامت تجاری است مسئولیت وی بر اساس این قاعده قابل احراز خواهد بود.^۵ از همین رو با توجه به حکومت قاعده تسبیب در خصوص موضوع نقض غیر مستقیم، و نیز اینکه بر اساس ماده ۴۰ قانون ثبت علائم تجاری سال ۸۶ قانون ثبت علائم و اختراعات سال، مقنن مسئولیت ناقض را در مواردی بار نموده است که فعل مورد نظر بر حسب عادت منجر به نقض علامت تجاری گردد، در فرضی که این عادت عرفی محرز و مسلم نگردد نمیتوان ناقض غیر مستقیم را مسئول تلقی نمود.

۱. موضوع مواد ۳۳۵ - ۳۳۱ قانون مدنی

۲. بهرامی احمدی (۱۳۸۸) صفحه ۶۰ و ۶۱، قربان پور (۱۳۸۵) صفحه ۲۷ تا ۳۵

۳. خادم رضوی (۱۳۹۴) صفحه ۱۰-۱۷

۴. سوره نسا، آیه ۲۹: «یا ایها الذین آمنوا لا تاكلوا اموالکم بالباطل الا ان تكون تجاره عن تراض منکم»، سوره بقره آیه ۱۸۸: «ولا تاكلوا اموالکم بینکم بالباطل و تدلوا بها الی الحکام لتاكلوا فریقا من اموال الناس بالاثم و انتم تعلمون»، سوره توبه آیه ۳۴: «یا ایها الذین آمنوا ان کثیرا من الاحبار و الرهبان لیاکلون اموال الناس بالباطل و یصدون عن سبیل الله و الذین یکنزون الذهب و الفضة و لا ینفقونها فی سبیل الله فبشرهم بعذاب الیم»

۵. خادم رضوی (۱۳۹۴) صفحه ۱۰-۱۷

گفتار دوم: مسئولیت ناقض غیر مستقیم در حقوق آمریکا

در ایالات متحده، بندهای a و b قانون لانهام مصوب سال ۱۹۴۶، شخصی را که مستقیماً علامت تجاری متعلق به غیر را نقض کرده، مسئول جبران خسارات دانسته است ولی همانند حقوق ایران، به صراحت به موضوع نقض غیر مستقیم اشاره‌ای ننموده است^۱، دیوان عالی این کشور در جهت احراز مسئولیت نقض غیر مستقیم علامت تجاری چنین حکم داده است که «مسئولیت نقض علامت تجاری به اشخاصی غیر از آنها که حقیقتاً کالاها را با علامت متعلق به دیگری منقوش کرده اند نیز، قابل تسری است»^۲. مبنای استدلال دیوان عالی کشور مذکور، تقصیر مستتر در افعال ناقض غیر مستقیم است.

«براین اساس، اگر تولیدکننده‌ای، شخصی را عمداً به نقض علامت تجاری متعلق به دیگری تحریک کند، یا اینکه کالاها را خود را برای کسی ارسال نماید که میدانند وی فعل نقض علامت تجاری را انجام خواهد داد، شخص تولیدکننده و یا توزیع کننده در قبال هر صدمه‌ای که به عنوان نتیجه این عمل فریبه‌کارانه وارد شود، مسئول خواهد بود»^۳.

نظر به ابهام حقوق علایم تجاری ایالات متحده آمریکا در زمینه نقض غیر مستقیم علامت تجاری، حقوقدانان این کشور نیز برای توجیه مسئولیت ناقض غیر مستقیم به قواعد عام مسئولیت استناد نموده و معتقدند که بر اساس بند c از ماده ۸۷۷ قانون اصلاحی دوم مسئولیت مدنی: برای صدمات وارده به اشخاص ثالث که از فعل مستوجب مسئولیت توسط دیگری حادث شده باشد، مسئولیت زمانی ایجاد می‌شود که او اجازه داده باشد که دیگری با

1. 15 United State Constitution §1114 Remedies; infringement; innocent infringement by printers and publishers: (1) Any person who shall, without the consent of the registrant- (a) use in commerce any reproduction, counterfeit, copy, or colorable imitation of a registered mark in connection with the sale, offering for sale, distribution, or advertising of any goods or services on or in connection with which such use is likely to cause confusion, or to cause mistake, or to deceive; or (b) reproduce, counterfeit, copy, or colorably imitate a registered mark and apply such reproduction, counterfeit, copy, or colorable imitation to labels, signs, prints, packages, wrappers, receptacles or advertisements intended to be used in commerce upon or in connection with the sale, offering for sale, distribution, or advertising of goods or services on or in connection with which such use is likely to cause confusion, or to cause mistake, or to deceive, shall be liable in a civil action by the registrant for the remedies hereinafter provided. Under subsection (b) hereof, the registrant shall not be entitled to recover profits or damages unless the acts have been committed with knowledge that such imitation is intended to be used to cause confusion, or to cause mistake, or to deceive.

2. Inwood Laboratories v. Ives Laboratories, 456 U.S. 844 (1982)

3. Inwood laboratories vs Ives laboratories (1982)

اموال متعلق به وی، فعلی ضمان آور را صورت دهد و یا از ابزارهای متعلق به او استفاده کند؟. در این حالت لازم است که احراز شود که فاعل، این افعال را با علم به ضمان آور بودن و یا با وجود دلیلی بر وجود علم به ضمان آور بودن عمل، انجام داده است.^۱ از همین رو، از دید محققین آمریکایی، اعمال این مقرر، در نقض غیر مستقیم حق اختراع، کپی رایت و علامت تجاری ممکن است. در خصوص علامت تجاری، ممکن است دستفروشی دکه خود را در بازار، برای فروش محصولاتی که ناقض علامت تجاری متعلق به دیگری هستند اجاره دهد، و یا ممکن است که یک کاربر کامپیوتر از خدمات یک سرویس دهنده خدمات اینترنتی استفاده کند و بدان وسیله موجب نقض حق مؤلف و یا علامت تجاری متعلق به دیگری شود.^۲ واضح است که استناد به این ماده قانونی و توسل به قواعد عام مسئولیت مدنی توسط حقوقدانان آن کشور بواسطه احراز رابطه سببیت میان فعل غیر مستقیم موثر در نقض علامت تجاری و ورود ضرر به صاحب علامت می باشد.^۳

گفتار سوم: مقایسه و ارزیابی دو سیستم حقوقی

در حقوق ایالات متحده آمریکا چنین استدلال شده است که ممکن است که شخصی (الف)، شخص ناقض مستقیم (ب) را تشویق کند که در یک شورش سنگی پرتاب کند. یکی از سنگ‌هایی که (ب) پرت می‌کند، به (ج) برخورد کرده و او را مجروح می‌سازد. هرچند که (الف) سنگی پرت نکرده است، بازهم در مقابل (ج) با عنوان کمک کننده در فعل ضمان آور مسئول شناخته می‌شود. در کشور مذکور، دکترین یاد شده از این اصل سرچشمه می‌گیرد که طرفین معین، حتی اگر به طور مستقیم سبب ورود ضرر به دیگری نشده باشند، بایستی برای صدمات وارده به قربانی توسط فاعل مستقیم، مسئول تلقی گردند.^۴ این قاعده در حقوق ایران با عنوان تسبیب در ورود ضرر مورد پذیرش فقها و حقوق دانان قرار گرفته است. در حقوق مسئولیت مدنی ممکن است که اشخاصی به غیر از فاعل مستقیم مسئول

1. United State Constitution § 877(c)

2. Bartholomew (2006). The Secret Life of Legal Doctrine: The Divergent Evolution of Secondary Liability in Trademark and Copyright Law. Page 48

3. ibid

4. Bartholomew. 2006. The Secret Life of Legal Doctrine: The Divergent Evolution of Secondary Liability in Trademark and Copyright Law. page 12

شناخته شوند، شرط ایجاد مسئولیت این است که آن‌ها به همراه و یا با کمک به شخص ناقض مستقیم و یا بواسطه تشویق او به فعل، کاری را صورت داده باشند و یا بنابر تسلطی که بر شخص ناقض دارند امکان انتساب فعل ناقض به ایشان از نظر مقنن عقلایی به نظر برسد. علاوه براین، در حقوق این کشور نیز علم به ضمان آور بودن عمل، یک پیش شرط برای مسئولیت غیرمستقیم است. اصولاً شخص ناقض غیرمستقیم بایستی جهت وقوع فعل مستوجب ضمان کمک نموده باشد و یا منفعتی در نقض برای او متصور باشد از همین رو بایستی بداند که رفتار فاعل مستقیم موجب نقض یک تکلیف قانونی شده است.^۱

در حقوق ایران با توجه به اینکه قانون ثبت علائم تجاری سال ۸۶ قانون ثبت علائم و اختراعات سال ۸۶ همانند قانون سال ۱۹۴۶ لانهام در این زمینه ساکت است، بایستی بر اساس قواعد عام مسئولیت مدنی حکم هر قضیه را پیدا کرد. در این مسیر استناد به قواعدی همچون تسبیب و دارا شدن بلاجهت ضروری به نظر می‌رسد.

در ایالات متحده، دادگاه‌ها در جهت وضع مسئولیت بر ناقضین غیرمستقیم، تئوری‌های دوگانه کامن لایی در زمینه مسئولیت اشتراکی (یعنی مسئولیت ثانویه و مسئولیت نیابتی) را به رسمیت شناخته‌اند. بنای استفاده از دکتین‌های مذکور، کمک به صاحبان علامت‌های تجاری و آفرینش‌های معنوی در دعاوی و تسهیل احراز نقض اموال فکری است.^۲

دیوان عالی ایالات متحده آمریکا با توجه عدم ذکر مسئولیت مطلق برای ناقض غیرمستقیم، تایید نموده است که اصول مسئولیت مدنی غیرمستقیم در حقوق علائم تجاری کاربرد دارند و چنین حکم داده است که صاحب علامت تجاری، می‌تواند تولیدکننده یک داروی نوعی را برای اقدامات داروسازان وی طرف دعوی قرار دهد. مبنای دادگاه در صدور احکام نقض غیرمستقیم، دخالت اشخاص در اقداماتی است که منجر به نقض حق معنوی دیگری توسط شخص ثالث می‌گردد. در حقوق ایران با توجه به تفسیری که از قانون ثبت علائم تجاری به عمل آمد و استناد به قانون مسئولیت مدنی را در حالت نقض غیر مستقیم ضروری تلقی نمود به نظر می‌رسد با توجه به ماده ۱۲ قانون مسئولیت مدنی در حقوق ایران صدور حکم در موارد مشابه ممکن باشد و در حقوق ایران اصولاً نقض مستقیم علامت تجاری

1. Bartholomew (2006). The Secret Life of Legal Doctrine: The Divergent Evolution of Secondary Liability in Trademark and Copyright Law. page 18

2. Inwood laboratories vs Ives laboratories (1982). 456 U.S. 844. Justia.us.supreme court.

موجب مسئولیت مطلق شخص ناقض خواهد بود و علم، عمد و یا بی‌اطلاعی شخص ناقض از فعل نقض تأثیری در مسئولیت وی ندارد. البته در هر دو سیستم علم و عمد شخص ناقض در نقض علامت تجاری موجب مسئولیت کیفری وی خواهد بود. اما در خصوص نقض غیرمستقیم علامت تجاری، در حقوق ایران، از کیفیت احراز مسئولیت و نیز اثر علم، عمد و یا بی‌احتیاطی در زمینه ایجاد مسئولیت صحبتی به میان نیامده است. لذا امکان استناد به ماده ۴۰ قانون سال ۱۳۸۶ وجود نداشته و در خصوص احراز مسئولیت مدنی شخص ناقض غیر مستقیم بایستی به ماده ۱ قانون مسئولیت مدنی رجوع نمود که احراز عمد یا بی‌احتیاطی شخص فاعل را جهت بار نمودن مسئولیت ضروری می‌داند.

همچنین در حقوق آمریکا و بر اساس ماده ۸۷۷(E) قانون اصلاحی دوم مسئولیت مدنی: (برای صدمات وارده به اشخاص ثالث که از فعل ضمان‌آور دیگری حاصل شده‌اند، اگر شخصی دستور انجام آن عمل را صادر کرده و یا دیگری را تحریک به انجام عمل نموده باشد، و بداند و یا بایستی مطلع بوده باشد که بر اساس آن اوضاع و احوال، مسئول جبران خسارات وارده خواهد بود).^۱ از همین رو در حقوق ایالات متحده نیز با وجود مسئولیت مطلق شخص ناقض مستقیم اموال معنوی، وضع مسئولیت بر ناقض غیر مستقیم این گونه اموال مستلزم احراز قصد شخص ثالث و یا علم وی و یا توان کنترل وی در موضوع نقض مستقیم می‌باشد.^۲

با توجه به مراتب فوق هر دو سیستم حقوقی مورد مقایسه در زمینه کیفیت احراز مسئولیت مدنی ناقض غیر مستقیم دیدگاه مشابهی دارند و برخلاف مسئولیت مطلق شخص ناقض مستقیم، احراز مسئولیت شخص ناقض غیر مستقیم را منوط به اثبات علم و عمد وی و یا آگاهی وی از وقوع فعل نقض به واسطه فعل آتی می‌دانند.

در حقوق ایران بر اساس ماده ۱۴ قانون مسئولیت مدنی در مورد ماده ۱۲ هرگاه چند نفر مجتمعاً زینانی را وارد آورند متضامناً مسئول جبران خسارات وارده هستند در این مورد میزان مسئولیت هر یک از آنان با توجه به نحوه مداخله هر یک از طرف دادگاه تعیین خواهد شد. همچنین بر اساس ماده ۱۲۶ قانون مجازات اسلامی ترغیب، تهدید، تطمیع یا تحریک به ارتکاب جرم و یا فراهم آوردن موجبات وقوع جرم با دسیسه، فریب یا سوء استفاده از قدرت و

1. Restatement (Second) of Torts section 877(a)(1979)

2. U.S.C. § 1141(1)(a) (2000) (trademarks); 17 U.S.C. § 501(a) (2000) 15

نیز ساخت یا تهیه وسایل ارتکاب جرم و یا تسهیل وقوع جرم موجب صدق عنوان معاونت در جرم خواهد شد. بر اساس تبصره ذیل آن ماده تحقق معاونت در جرم مستلزم احراز وحدت قصد و تقدم یا اقتران زمانی بین رفتار معاون و مرتکب جرم می‌باشد. در ما نحن فیہ اصولاً با فرض تسهیل یا تمهید وسائل نقض ممکن است بر اساس ماده ۱۴ و ماده ۱۲ قانون مسئولیت مدنی ضمان فعل ناقض را بر شخص معاون نیز بار نمود. همچنین بر اساس ماده ۶۱ قانون ثبت اختراعات، علائم تجاری و طرح‌های صنعتی مصوب سال ۱۳۸۶: هر شخصی که با علم و عمد مرتکب عملی شود که طبق مواد (۱۵)، (۲۸) و (۴۰) نقض حقوق به شمار 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 نود و یک روز تا شش ماه یا هر دوی آن‌ها محکوم می‌گردد. لذا با فرض صدق عنوان جرم بر فعل نقض، ضوابط مندرج در ماده ۱۲۶ قانون مجازات اسلامی مصوب سال ۱۳۹۲ موارد معاونت به شخص تمهید کننده وسائل نقض و غیره قابل تسری خواهد بود. در حقوق ایالات متحده، مسئولیت ناشی از کمک و معاونت در فعل مستوجب ضمان توسط دیگری در قانون اصلاحی دوم مسئولیت مدنی ایالات متحده پیش‌بینی شده است ماده ۸۷۶ (B) این قانون مقرر می‌دارد: شخص، مسئول صدمات ناشی از فعل خطای شخص دیگر خواهد بود اگر بداند که رفتار شخص دیگر، متضمن نقض یک تعهد قانونی است، با این حال کمکی اساسی به او می‌نماید و یا او را در انجام عمل تشویق می‌نماید.

مقرر مذکور، بر شخصی ناظر است که کمکی اساسی برای وقوع شبه جرم صورت داده باشد. این ماده به صراحت مقرر می‌دارد که، شخص مدعی علیه بایستی مطلع باشد که فعل شخص ثالث مستوجب ضمان قهری بوده است. علم شخص مدعی علیه در خصوص ماهیت ضمان آور شخص مرتکب، عنصری لازم و ضروری است. زیرا چنین علمی، مبنایی را فراهم می‌آورد که خطاکار بودن مدعی علیه را به اثبات از محکومیت اشخاصی را که از فراهم آوردن موجبات وقوع فعل ضمان آور مطلع نیستند ممنوع می‌نماید. لذا چنین استنتاج می‌گردد که در حقوق این کشور نیز وضع مسئولیت بر ناقض غیر مستقیم، مستلزم احراز تقصیر وی در ارتکاب عمل زیان بار می‌باشد.

در حقوق ایران، در جایی که شخص، اجازه می‌دهد که مرتکب فعل ضمان آور از اموال او استفاده و به وسیله آن اموال مرتکب نقض گردد، تمهید کننده وسایل بر اساس ماده ۱۲۶ قانون

مجازات اسلامی از نظر کیفری مسئول تلقی خواهد شد. ماده ۱۲۶ مقرر می‌دارد «اشخاص زیر معاون جرم محسوب می‌شوند: الف) هرکس دیگری را ترغیب، تهدید، تطمیع یا تحریک به ارتکاب جرم کند یا با دسیسه یا فریب... موجب وقوع جرم گردد. ب) هر کس وسائل ارتکاب جرم را بسازد یا تهیه کند یا طریق ارتکاب جرم را به مرتکب ارائه دهد. پ) هرکس را وقوع جرم را تسهیل کند»

اصولا براساس تبصره ذیل ماده یاد شده، برای تحقق معاونت در جرم، وحدت قصد و تقدم یا اقتران زمانی بین رفتار معاون و مرتکب جرم شرط است. از همین رو با توجه به جرم‌انگاری نقض عمدی علامت تجاری، امکان شناسایی اشخاص به‌عنوان معاون جرم نقض وجود خواهد داشت. واضح است که مسئولیت کیفری شخص منوط به احراز عناصر سه‌گانه جرم می‌باشد. در ضمن شناسایی مسئولیت مدنی برای ناقض غیر مستقیم همانگونه که ذکر گردید مستلزم احراز تقصیر تمهید کننده بر اساس ماده ۱ قانون مسئولیت مدنی خواهد بود.

همچنین، در حقوق ایالات متحده آمریکا به موجب قانون اصلاحی دوم مسئولیت مدنی در ماده ۸۷۷(C) مقرر شده است که "برای صدمات وارده به اشخاص ثالث که از فعل مستوجب مسئولیت توسط دیگری حادث شده باشد، مسئولیت زمانی ایجاد می‌شود که او اجازه داده باشد که دیگری با اموال متعلق به وی، فعلی ضمان‌آور را صورت داده باشد و یا از ابزارهای متعلق به او استفاده کرده باشد. همچنین این افعال را با علم به ضمان‌آور بودن و یا با وجود دلیلی بر وجود علم به ضمان‌آور بودن عمل، انجام داده باشد.^۱ در تفسیر این ماده گفته‌اند که مسئولیت موضوع این ماده بر اساس استفاده شخص مرتکب از زمین یا اموال با اجازه مالک به وجود می‌آید. از همین رو اعمال ۸۷۷(C) در نقض حق اختراع کپی رایت و علامت تجاری ممکن است .

گفتار چهارم: اصول حاکم بر احراز تقصیر در نقض غیرمستقیم علامت تجاری

گفته شد که اصولا در هردو سیستم حقوقی ایران و ایالات متحده مسئولیت مدنی نقض غیر مستقیم علامت تجاری مستلزم احراز تقصیر شخص ناقض در انجام اعمالی است که ضرر

1. 15 United State Constitution § 877(c).

صاحب علامت تجاری را در بر دارد. در این گفتار به استانداردهایی که در زمینه احراز تقصیر شخص ناقض غیر مستقیم در حقوق ایران و ایالات متحده کاربرد دارند مورد بررسی قرار می‌گیرد.

بند اول) استاندارد علم به نقض علامت تجاری

در حقوق ایران به نظر می‌رسد بایستی معیار یاد شده را بر مبنای قاعده تسبیب توجیه کرد. اصولاً تسبیب بر اساس حقوق ایران در صورتی ضمان‌آور است که در نظر عرف تجاوز و عدوان باشد، هر چند که در شرع در زمره اعمال حرام به حساب نیاید. پس کاری که بر خلاف قانون است و یا در نظر خردمندان بیهوده و عبث می‌آید یا، به سبب برانگیختن انزجار و تنفر، در دید عرف خلاف مروت و نوعی ظلم است، ضمان‌آور است.^۱

در حقوق ایالات متحده آمریکا نیز مسئولیت کسی که فعلی را به طریقی که ناقض علامت تجاری دیگری است با علم به اینکه دیگران قصد استفاده از علامت تجاری یاد شده را دارند صورت دهد نسبت به نقض علامت یاد شده توسط دیگران در حدود اقدام خویش مسئول تلقی می‌گردد. در ایالات متحده، بنای وضع مسئولیت بر ناقضین غیرمستقیم اموال معنوی در دادگاه‌ها و توسل به استاندارد علم به نقض، در دعوی موسوم به «کالمکو»^۲ در سال ۱۹۱۱، پی ریزی شده است. دعوی یاد شده مربوط به تبدیل غیرمجاز رمان مشهور «بن هور» به فیلم سینمایی بوده است. دادگاه در مقام صدور حکم چنین توضیح داده است که مدعی‌علیه، مسئول نقض غیرمستقیم کپی رایت رمان یاد شده است. زیرا نه تنها این امر که نویسنده به چنین فعالیتی اعتراض کند، مورد انتظار بوده است، خواننده اقدام به آگاهی در زمینه پخش فیلم مبتنی بر رمان مورد نقض، نیز نموده است و این امر منجر به تعدی به حقوق نویسنده رمان گردیده است دادگاه‌های بعدی، تصمیم متخذه در پرونده یاد شده را چنین تفسیر کردند که مسئولیت کسی که کاری را که به طریقی ناقض حق معنوی نویسنده است، با این قصد که مورد استفاده دیگران قرار گیرد، عرضه می‌کند، مسئول نقض غیرمستقیم است^۳. اگرچه، با توجه به منطق مستتر در این قاعده به نظر می‌رسد بر اساس قاعده تسبیب، توسل به این قاعده در حقوق ایران نیز ممکن باشد. در حقیقت با فرض احراز علم شخص ناقض غیر

۱. کاتوزیان، ن. ۱۳۸۲، الزام‌های خارج از قرار داد، صفحه ۵۷

2. Kalem Co. vs Harper Brothers (1911). 222 U.S. 55, Justia Us Supreme Court

3. Bartholomew. 2006. Page 60

مستقیم به نتیجه فعل خود بر اساس ماده ۱ قانون مسئولیت مدنی، امکان مسئول تلقی نمودن او در تمامی موجبات ضمان فراهم خواهد بود.

تکنولوژی جدید این امکان را برای دیگران به وجود آورده است که مالکیت معنوی دیگران را به طریقی جدیدتر استفاده و یا دستکاری کنند. دادگاه‌های ایالات متحده نیز بدین امر واکنش نشان داده اند. نظریه پردازان آمریکایی مدام گوشزد کرده‌اند که این چهره از تکنولوژی، به روشی ناعادلانه عوامل دست دوم را ثروتمند می‌کند. ثروتی که به هزینه تولید کنندگان آن حاصل آمده است و همین امر موجب از بین رفتن انگیزه آفرینش در آن‌ها خواهد شد. سیستم توزیع دیجیتال امکاناتی را ایجاد کرده است که استفاده کنندگان نهایی قادرند، با یک اتصال به اینترنت کار واجد کپی رایت را در نسخه‌های چند میلیونی در اختیار اشخاص قرار دهند. از همین رو صنایع مرتبط به طور فزاینده‌ای استراتژی دعوی خود را معطوف به واسطه‌هایی کرده‌اند تا موضوع دسترسی مصرف کنندگان نهایی را تحت تأثیر قرار دهند. در زمینه علامت تجاری نیز با توجه به گسترش روز افزون فروش‌های اینترنتی چنین وضعی به چشم می‌خورد. بر اساس نظریات محققین آمریکایی که در تثبیت نظریه ضرورت احراز علم در نقض غیرمستقیم مؤثر بوده است، همان طور که، مقصر شناختن اشخاص خطا کار امری معقول است، وضع مسئولیت بر آن‌ها که به وقوع خطا علم دارند و نه تنها اقدامی در جهت جلوگیری از وقوع آن صورت نمی‌دهند، بلکه کاری انجام می‌دهند که آن را تسهیل کنند نیز، امری منطقی است. از همین رو برای هر سه دکتین مرتبط به مالکیت فکری، دلائل صرف علم بر نقض، برای احراز نقض غیرمستقیم، کافی شناخته شده است در رویه فعلی دادگاه‌های ایالات متحده، اشخاص، اگر از نقض اطلاع داشته باشند و تا حدودی نیز در آن اشتراک کنند، ممکن است مسئول شناخته شوند، در پرونده‌های بعدی مسئله ضرورت احراز علم واقعی تضعیف شده و حتی اجازه داده شده است که بر اساس احتمال بالای علم به موضوع، نقض غیرمستقیم را محرز بدانند. یعنی علمی که یک شخص متعارف و معقول بر اساس اوضاع و احوال بدان دست می‌یابد. از همین رو جهت احراز مسئولیت نقض غیرمستقیم، نیازی به احراز علم واقعی و منویات شخص ناقض نیست. البته وجود یک احتمال صرف علم به نقض هم برای احراز استاندارد علم کافی به نظر نمی‌رسد. دادگاه‌های ایالات متحده، در حالتی که تصور وقوع نقض توسط مدعی علیه معقول بوده باشد، استاندارد وقوف بر موضوع را محرز تلقی می‌کنند.

علاوه بر این، شخصی که به‌طور غیرمستقیم در فعل ناقض دخالت داشته است و از اوضاع و احوال چنین بر می‌آید که نسبت به احتمال وقوع خطا در تردید بسر می‌برده است ولی با این حال از بررسی موضوع، کوتاهی نموده است، چنین فرض می‌شود که شرایط استاندارد علم فراهم آمده است. دادگاه‌های ایالات متحده، تمایل ندارند که الزامات روانی در زمینه فعل ناقض را به‌طور کلی به کناری نهند. گرچه نقض مستقیم، از نظر تاریخی مسئولیت مطلق فاعل را در بر داشته است، به‌طور سنتی در نقض اشتراکی، وضع مسئولیت مطلق بر ناقضین غیرمستقیم، نامناسب شناخته شده است. مروری بر دعاوی ایالات متحده حکایت از این دارد وقتی که دادگاه‌ها درگیر سناریو جدیدی که مستلزم نقض اشتراکی بوده است، بر اعمال استاندارد علم به موضوع تاکید می‌ورزد^۱.

بند دوم) استاندارد مشارکت اساسی در نقض

در حقوق ایران و بر مبنای قاعده تسبیح، بر اساس قسمت اخیر ماده ۳۳۲ قانون مدنی زمانی شخص به‌عنوان مسبب از نظر مدنی مسئول تلقی خواهد شد که عرفاً فعل موجب ضمان قابل استناد به او باشد. در حقوق ایالات متحده آمریکا، این قاعده، تحت عنوان شرط کنترل مستقیم در نقض مشارکتی علائم تجاری مطرح می‌گردد. در حقوق این کشور شرط کنترل مستقیم، به هر شخصی که واجد علم به فعل ناقض باشد متصل نمی‌شود. در حقیقت، برای احراز این امر که آیا «یک شخص معقول و محتاط»، در چنین حالاتی، قادر به درک فعل ناقض بوده است یا خیر، دادگاه بایستی ماهیت رابطه‌ای را که میان مدعی علیه و شخص ناقض مستقیم وجود داشته است، ارزیابی کند. این الزامات چند وجهی هستند. خواه این امر برای مدعی علیه معقول باشد که فرض کند که نقض به اقدام متقابل شخص مدعی علیه و ناقض مستقیم ارتباط دارد یا خیر. در حقوق علائم تجاری، دادگاه در ارزیابی مسئولیت مشارکتی، به بررسی وضعیت شخصی می‌پردازد که تولیدکننده یا توزیع کننده محصول ناقض نیست. تقریباً تعداد کمی پرونده هست که مسئولیت مشارکتی نقض علامت تجاری را به اشخاصی به غیر از تولیدکننده و توزیع کننده تسری داده‌اند. حقوقدانان این کشور معتقدند هر بسطی که در دکتین نقض مشارکتی داده شود و شخصی علاوه بر مدعی علیه که تولیدکننده یا توزیع

1. Bartholomew. (2006), page 79

کننده یک کالا با برجسب دروغین است را دربر گیرد، لازم است که بررسی‌های دقیقی در زمینه اوضاع و احوال انجام دهد که احراز کند که آیا علم به نقض، به شخص متهم به نقض مشارکتی قابل انتساب هست یا خیر. از همین رو در بار نمودن مسئولیت بر شخص ناقض غیر مستقیم، احراز علم وی به نتیجه فعل یعنی نقض ضرورت دارد. در قانون ثبت علائم مصوب سال ۸۶ نیز در بند ب ماده ۴۰ مقرر گردیده است که: «مالک علامت ثبت شده می‌تواند علیه هر شخصی که بدون موافقت وی از علامت استفاده کند و یا شخصی که مرتکب عملی شود که عادتاً منتهی به تجاوز به حقوق ناشی از ثبت علامت گردد، در دادگاه اقامه دعوی نماید. این حقوق شامل موارد استفاده از علامتی می‌شود که شبیه علامت ثبت شده است و استفاده از آن برای کالا یا خدمات مشابه، موجب گمراهی عموم می‌گردد». این مقرر را میتوان مبنایی برای احراز مسئولیت ناشی از نقض غیرمستقیم تلقی نمود. زیرا با فرض احراز فعلی که در وقوع نقض موثر است مسئول تلقی کردن وی در حقوق ایران نیز ممکن خواهد بود.

بند سوم) استاندارد نقض مشارکتی موجود در قانون لانهام

در حقوق ایالات متحده تا همین اواخر، ادعای نقض غیرمستقیم علائم تجاری، نوعاً در آن‌دسته از دعاوی به چشم می‌خورد که کالاهایی بدون علامت به خرده فروشان فروخته می‌شد و خرده فروش علامتی مجعول بر روی آن می‌چسباند و سپس آن را به مشتریان می‌فروخت. در چنین حالتی مسئولیت با عنوان مسئولیت مشارکتی بر طرفین بار می‌شد. بر اساس استاندارد نقض مشارکتی علامت تجاری به شرح مقرر در قانون اصلاحی دوم مسئولیت مدنی در ۸۷۶(B) چنین مقرر شده است که «برای صدمات وارده به شخص ثالث به واسطه فعل ضمان‌آور ارتكابی توسط دیگری، مسئولیت بر شخص بار خواهد شد اگر بداند که رفتار شخص دیگر موجب نقض یک تکلیف قانونی است و با این حال او را در این زمینه کمکی اساسی می‌رساند و یا دیگری را تشویق می‌کند که تا خود به این کار دست بزند» و بر اساس ماده ۸۷۷(E) برای صدمات وارده به اشخاص ثالث که از فعل ضمان‌آور دیگری حاصل شده‌اند، شخص مسئول خواهد بود اگر دستور انجام آن عمل را صادر کرده و یا دیگری را تحریک به انجام عمل نموده باشد، و بداند و یا بایستی مطلع بوده باشد که بر اساس آن

اوضاع و احوال، فعل صورت یافته موجب مسئولیت خواهد بود).

قانون اصلاحی مسئولیت مدنی ایالات متحده، در سه بخش به نقض مشارکتی پرداخته است. بخش ۷۱۳ که با عنوان اشتراک در معاملات متقلبانه طرح ریزی شده است به موضوع نقض مشارکتی پرداخته شده است. در صدر این بخش آمده است که: کسی که به طریقی متقلبانه کالای خود را به دیگری می‌فروشد، گرچه اقدامی اثباتی جهت فریب دیگران هم صورت ندهد، خریداران خود را عمداً تحریک کرده است که این کالاها را مورد معامله قرار دهند....) این بخش از قانون اصلاحی مسئولیت مدنی ایالات متحده بر اساس حقایق موجود در پرونده «ویلیام آر. وارنر»^۱ توصیف شده است.

به موجب این مقرر، تحریک یا کمک به مشتریان یک شخص در نقض علامت تجاری به هنگام فروش مستوجب مسئولیت مدنی است. با توجه به مقرر یاد شده، کسی که به دیگران کمک می‌کند و یا آن‌ها را تحریک می‌کند که کالایی را به طور مستقیم یا غیرمستقیم از او خریداری کنند، به نحوی که منجر به نقض علامت تجاری یا نام تجاری متعلق به دیگری شود، فعل نقض را خود او انجام داده است.^۲

ماده ۷۳۹ از مقرر مذکور نیز با عنوان نقض مشارکتی نام‌گذاری شده است. صدر مقرر بیان می‌دارد: کسی که برای دیگران، کالایی را با برچسب‌ها، مهرها، لفافه‌ها و یا محفظه‌هایی تهیه می‌کند که طرحی مشابه با علامت تجاری دیگری دارد و یا به طور گمراه کننده مشابه آن هستند، بر اساس همان شرایط واجد همان مسئولیت شخص استفاده کننده از برچسب‌ها، مهرها و لفافه‌های یاد شده است.^۳

حقوق دانان آمریکایی^۴ معتقدند که نقض مشارکتی علامت تجاری توسط تولیدکننده و توزیع کنندگان در موارد ذیل محرز است:

- اول، کسی کالا یا خدماتی را به شخص ثالثی ارائه می‌دهد و شخص ثالث آن کالا یا خدمات را بنحوی عرضه می‌نماید که منجر به مسئولیت او می‌گردد.
- دوم، شخصی عمداً شخص ثالث را تحریک به انجام فعل ناقض نموده باشد و یا شخص فاعل در مقابل احتمال ناقض بودن رفتار شخص ثالث تذکری نداده باشد.

1. William R. Warner

2. William R. Warner and Co. v Eli Lilly & Co. (1924). 265 U.S. 526

3. Restatement Of Torts § 739 (1938)

4. Bartholomew. 2011. Causing Infringement. Vanderbilt Law Review. vol 64, no 3

در اوضاع و احوالی که رفتار ناقض به طور معقولی قابل پیش‌بینی باشد، این اشخاص مسئولیت مشارکتی در مقابل نقض دارند.

- سوم، کسی که برچسب‌ها، نام‌های تجاری، علامات جمعی، و یا علائم تاییدی متعلق به دیگری، برچسب‌ها، بسته‌بندیها، آگهی‌ها، و یا سایر موادی را که استفاده از آنها شخص ثالث را درگیر مسئولیت نقض بر اساس ماده ۲۰ می‌نماید، بنفع دیگری بازتولید، یا شبیه‌سازی کند، مسئول نقض مشارکتی محسوب می‌گردد.

همچنین، چنانچه کسی که بر اساس بند ۱، مسئول نقض مشارکتی تلقی می‌گردد، بدون علم به ناقض بودن فعل خود، و نیز قصد طرف دیگر در ایجاد ابهام در مشتری، یا تقلب اقدام نموده باشد، فقط مشمول دستور منع استمرار عملیات مذکور خواهد بود.^۱ در حقوق ایران نیز با توجه به مواردی که در زمینه تسبب گفته شد به نظر می‌رسد در چنین حالتی فعل نقض منتسب به شخص فاعل بوده و از همین رو به لحاظ فقدان عمد یا بی‌احتیاطی شخص اول، مسئولیت جبران خسارات بر وی بار نمی‌گردد.

در حقوق ایالات متحده، اینکه حدود و کیفیت علم شخص ثانی چیست، همواره موضوع اصلی رسیدگی دادگاه‌ها بوده است. مدعی علیه گرچه هیچ‌گونه اقدام مستقیمی برای نقض علامت صورت نداده باشد، ممکن است که به عنوان ناقض مشارکتی محکوم شود، تصمیم موجود در دعوی اصلی «کوکاکولا و سنوکرست بورینگ»^۲، به روشنی معیارهای لازمه در جهت احراز نقض غیر مستقیم علامت تجاری را ارائه می‌دهد. هر دو شرکت «کوکاکولا» و سنوکرست بورینگ در کار تهیه نوشابه‌هایی با طعم کولا بودند. شرکت کوکاکولا، دعوایی علیه شرکت کرست مطرح و ادعا نمود که کرست، مرتکب نقض مشارکتی گردیده است. کوکاکولا ادعا می‌کرد که این شرکت وقتی که مشتریان نوشابه «کُک»^۳ می‌خواستند برای آن‌ها نوشابه متعلق به مدعی علیه را می‌فرستاده است. دادگاه چنین حکم داد که شرکت کرست را نمی‌توان مسئول اقدام فروشندگان دانست. دادگاه با ریزبینی شرایط موجود در جهت احراز مسئولیت نیابتی در کام‌نلا و قانون لانهام را مورد بررسی قرارداد و به قانون اصلاحی مسئولیت مدنی اشاره کرد. تا توضیح دهد که شرکت کرست، تعهدی داشته است که از تحریک عمدی فروشندگان

1. Hard Rock Cafe Licensing vs Concession Services (1992). (7th Cir) U.S. Court of Appeals for the Seventh Circuit - 955 F.2d 1143.

2. Coca-Cola Co vs Snow Crest Beverages (1946). 64 F. Supp. 980

3. Coke

در بازاریابی برای محصول خود اجتناب کند. همچنین کرسرست تکلیف داشته است که از کمک به فروشندگانی که محصولات آن را خریداری کرده بودند و از انجام اعمال متضمن نقض خودداری کند. نهایتاً شرکت کرسرست تعهدی داشت که بایستی احتیاط‌های لازم را به کار می‌برد اگر او می‌دانست و یا می‌توانسته است که آگاه باشد که وقتی که مشتری سفارش کوکاکولا می‌دهد، فروشندگان از محصولات او به‌عنوان یک جایگزین استفاده می‌کنند. اما دادگاه کرسرست تصریح کرد که این سه تعهد تعیین‌کننده محدوده‌های خارجی تعهدات یک تولیدکننده باتوجه به کنترل و رصد افعال ناقص مشتریان خود است: در حقوق کشور یاد شده هیچ قاعده حقوقی موسعی وجود ندارد که بر آن مبنا، شخص مدعی‌علیه حافظ اموال صاحب علامت باشد. در مقابل، برای بار نمودن مسئولیت، این موضوع مورد بررسی قرار می‌گیرد که در فرض مسئله، آیا یک شخص متعارف در شرایط و جایگاه مدعی‌علیه، قادر به پیش‌بینی این امر خواهد بود که موقعیت ایجاد شده توسط وی منجر به نقض می‌گردد یا خیر؟ همچنین، آیا مدعی‌علیه قادر به تشخیص این امر بوده است که با مشتریانی معامله می‌کند که احتمالاً از کالا به طریقی نادرست استفاده خواهند کرد یا خیر. در حقوق ایالات متحده آمریکا چنین استدلال شده است: «افکار عمومی در اینجا چنین برداشت می‌کند که در هر خط تولیدی... افراد بی‌احتیاطی وجود دارند که وقتی نفع آن‌ها ایجاب می‌کند، سر مشتری کلاه می‌گذارند و کالایی متفاوت با آنچه درخواست کرده‌اند به آن‌ها می‌دهند». به عبارت دیگر، در پرونده کرسرست استانداردی ایجاد شده است که برای احراز علم در وقوع نقض مشارکتی به کار می‌رود و تنها زمانی مسئولیت را بر شخص بار می‌گردد که وی عالم به اثر فعل خود بوده و یا به‌طور متعارف قادر به پیش‌بینی نتایج حاصل از فعل خود به‌عنوان نقض توسط شخص دیگر باشد. از سال ۱۹۴۶، این محدودیت‌های قطعی در زمینه دانش و انتساب آن در قواعد مرتبط با مسئولیت مشارکتی نقض علامت تجاری تثبیت گردیده و حتی مورد تأیید دیوان عالی کشور نیز قرار گرفته‌اند. در دعوایی چنین استدلال شده بود که «اینکه شرکت داروسازی می‌توانسته است که پیش‌بینی کند که بعضی از جایگزینی‌های غیر قانونی تا حد مشخص نشده‌ای توسط بعضی داروسازان ناشناس اتفاق خواهند افتاد، نبایستی به‌عنوان دلیلی برای نقض مشارکتی محسوب گردد. از همین رو حتی درجایی که تضمینی برای جلوگیری نقض رو به پایین صادر شده باشد، کافی نیست که از یافته‌های نقض مشارکتی حمایت کند». امروزه دادگاه‌های ایالات متحده از محدوده‌های ترسیمی در

حکم پرونده کرسٹ استفاده می‌کنند و هیچ تعهد مثبتی را برای جستجوی نقض علامت تجاری توسط ثالث به وی بار نمی‌کنند.^۱ اصولاً در حقوق ایالات متحده تحریک عمدی به نحو نوعی، علم به استاندارد مندرج در پرونده کرسٹ «می‌دانسته و یا بایستی می‌دانسته» در سایر شاخه‌های حقوق مسئولیت مدنی نیز متعارف است. در یک پرونده متعارف تحریک به نقض، علم به نقض مستقیم، به سادگی آشکار است. زیرا دلائلی وجود دارد که مدعی علیه به‌طور خاص با ناقض مستقیم ارتباط برقرار کرده و از وی درخواست کرده است که به علامت تجاری شخص دیگر تعرض کند. برای مثال وقتی شخص ناقض به دیگران گفته باشد که امکان نقض علامت تجاری وجود دارد، اینکه نمایندگان فروش کالای ناقض به‌طور مشارکتی مسئول نقض محسوب شوند امری معقول به نظر خواهد رسید. در دعوی که در ایالات متحده مطرح گردیده است چنین استدلال شده است که «دلایلی وجود داشته است که تهیه‌کنندگان کالا با دو تولیدکننده دیگر تماس گرفته‌اند و از آن‌ها خواسته‌اند که لامپ‌هایی تولید کنند که مشابه با لامپ‌های شخص مدعی باشد»^۲.

البته در دادگاه‌های ایالات متحده، مدعی ضمن طرح دعوی نقض علامت تجاری، نیازی به اثبات عمد مدعی علیه در نقض علامت تجاری و یا سوءنیت وی ندارد. به عبارت دیگر، سوءنیت یک پیش شرط برای احراز مسئولیت ناشی از نقض علامت تجاری نیست. با این وجود، در حالتی که مدعی موفق به اثبات قصد مدعی علیه در لطمه زدن به تجارت خود می‌گردد، بعضی از دادگاه‌ها، احتمال وقوع ابهام در مشتری را مفروض داشته‌اند.^۳

علم شخص ناقض، به طرق دیگر نیز ممکن است محرز شود. اصولاً در جایی مدعی علیه می‌دانسته است که علامت تجاری مدعی، مقدم بر انتخاب علامت توسط او بوده است و او قادر بوده است علامتی را انتخاب کند که به طرز ابهام آمیزی شبیه علامت وی باشد، علم شخص ناقض را بایستی محرز دانست^۴، همین‌طور اقرار مدعی علیه به شبیه‌سازی با علامت مدعی علیه تا حد ممکن، احتمالاً موجب احراز سوءنیت وی توسط دادگاه خواهد شد.^۵

1. Coca-Cola Co vs Snow Crest Beverages (1946). 64 F. Supp. 980

2. Bartholomew. 2006. page 50

3. Ferrari S.P.A. Esercizio Fabriche Automobili E Corse. V Roberts (1991). 944 F.2d 1235 20 USPQ 1001.

4. Mobil Oil Corp. V. Pegasus Petroleum Corp. (2d Cir. 1987) 818 F.2d 254. 2 U.S.P.Q.2D 1677. 1679

5. Cullman Ventures vs Columbian Art Work (1989). (SDNY.1989).F. Supp.96. 131.13USPQ.2d 1257.1283;

Cuban Cigar Brands NY. V. U Pmann Int.L-Inc. F.Supp.1090.1099-1100.199USPQ193(CDNY.1978)

بند چهارم) اصل ضرورت احراز انتفاع ناقض غیرمستقیم

در حقوق ایران، اصولاً با توجه به عدم وضع مسئولیت مطلق در زمینه نقض غیر مستقیم علامت تجاری، احراز انتفاع شخص ناقض غیرمستقیم در نقض ضروری به نظر می‌رسد. در چنین مواردی می‌توان کسب منفعت توسط ناقض غیر مستقیم را دلیل بر تقصیر وی تلقی نمود. در حقوق ایالات متحده نیز چنین است. در حقوق ایالات متحده آمریکا، ضابطه جلب منفعت مالی در حقوق کپی رایت و علائم تجاری بر اساس دکترین‌های مختلف احراز می‌گردد یک مقایسه میان دو پرونده مربوط به مسئولیت ثانوی علیه صاحبان بازارهای دستفروشی (اولی مرتبط با علامت تجاری و دومی مرتبط با کپی رایت) توصیفی مطلوب را از موضوع ارائه می‌دهد.^۱

گرچه بعضاً محققین آمریکایی به این تفاوت‌ها ایراداتی وارد نموده‌اند اما در دعوی «هاردراک کافی لایسنسینگ»^۲ مشخص است که دادگاه‌ها برای اینکه شخص را مسئول غیرمستقیم نقض قلمداد نمایند در پی رابطه‌ای هستند که شخص از آن رابطه منفعی را به‌طور مستقیم کسب نموده باشد. مالک علامت تجاری، «هارد راک» علیه صاحب یک بازار خرده فروشی به نام «کانکشن سرویس»^۳، با ادعای مسئولیت مشارکتی و نیز مسئولیت نیابتی طرح دعوی کرده و ادعا نمود که مالک بازار دستفروشی مسئول نقض علامت تجاری است که توسط یک فروشنده تیشرت، «پروز»^۴، صورت گرفته. شخص اخیر کالاهایی با علامت مجعول خواهان را می‌فروخت.^۵

در حقوق ایران این استاندارد در نوشته‌های حقوقدانان مشاهده نمی‌گردد لیکن با توجه به اینکه در بحث تسبیب اصولاً علم شخص مسبب به وقوع ضرر در فقه مورد امعان فقها قرار گرفته است می‌توان چنین استدلال کرد که احراز انتفاع شخص مسبب از ایراد ضرر به دیگری به معنی قابلیت اعمال قاعده تسبیب و مسئول شناختن مسبب است. این معیار در کتب فقهی مورد پذیرش قرار گرفته است. صاحب جواهر در مقام ارائه استاندارد علم به نقض و

1. Bartholomew. 2006. page 53

2. Hard Rock Café Licensing Corp. V. Concession Services. 1992. (7th Cir.). U.S. Court of Appeals for the Seventh Circuit - 955 F.2d 1143.

3. Connection Service

4. Parvez

5. Bartholomew. 2006. page 53

نیز انتفاع مسبب از ایراد ضرر بیان می‌کند که: «وعلى كل حال فما ذكرنا يعلم انه لا اشكال فى الضمان مع التجاوز عن قدر الحاجة والعلم او الظن بالتعدى، بل فى المسالك: (لا شبهة فى الضمان لتحقق التفريط المقتضى له مع وجود السبب الموجب للضمان) و فى الكفايه انه مقطوع به فى كلامهم ولا اعرف فيه خلافا. بل منه يعلم ايضاً قوة القول بالضمان مع انتفاء احد الأمرين...» به هر حال، اگر مالک، از مقدار نیازش در تصرف، تجاوز کند و علم، یا گمان تعدی به مال غیر داشته باشد، ضامن است، بدون اشکال. بلکه به گفته صاحب مسالك: شبهه‌ای نیست در ضمان، به خاطر تفريط مالک و ایجاد زمینه ضمان. سبزواری در کفایه گفته: این، در کلام اصحاب قطعی است و خلافی در آن، نمی‌شناسیم. بلکه می‌توان گفت: در صورت بهره‌وری، یکی از دو امر (به مقدار نیاز نباشد و یا علم و گمان به تعدی پیدا کند) ضامن است^۱. لذا به نظر می‌رسد در حقوق ایران نیز امکان استناد به اصل یادشده در زمینه احراز مسئولیت شخص ناقض غیر مستقیم وجود دارد.

نتیجه‌گیری و ملاحظات

در حقوق ایران اصولاً نقض مستقیم علامت تجاری موجب مسئولیت مطلق شخص ناقض خواهد بود و علم، عمد و یا بی‌اطلاعی شخص ناقض از فعل نقض تأثیری در مسئولیت وی ندارد. البته در هر دو سیستم علم و عمد شخص ناقص در نقض علامت تجاری موجب مسئولیت کیفری وی خواهد بود. اما در خصوص نقض غیر مستقیم علامت تجاری، در حقوق ایران، از کیفیت احراز مسئولیت و نیز اثر علم، عمد و یا بی‌احتیاطی در زمینه ایجاد مسئولیت صحبتی به میان نیامده است لذا با توجه به استثنایی بودن مسئولیت مطلق به شرح ماده ۴۰، در فرض وقوع نقض غیر مستقیم امکان استناد به ماده ۴۰ قانون سال ۱۳۸۶ وجود نداشته و جهت احراز مسئولیت مدنی شخص ناقض غیر مستقیم بایستی به ماده ۱ قانون مسئولیت مدنی رجوع نمود که احراز عمد یا بی‌احتیاطی شخص فاعل را جهت بار نمودن مسئولیت ضروری می‌داند. در ایالات متحده نیز نظر به عدم تصریح به مسئولیت مطلق شخص ناقض غیر مستقیم، دادگاه‌ها در جهت وضع مسئولیت بر ناقضین غیر مستقیم، تئوری‌های دوگانه کامن لایی در زمینه مسئولیت مشارکتی (یعنی مسئولیت ثانویه و مسئولیت نیابتی) را به رسمیت

شناخته‌اند. بنای استفاده از دکترین‌های مذکور، کمک صاحبان علامت‌های تجاری و آفرینش‌های معنوی در دعاوی و تسهیل احراز نقض اموال معنوی است. بر اساس استاندارد نقض مشارکتی علامت تجاری، در قانون اصلاحی دوم مسئولیت مدنی در ماده ۸۷۵ (b) چنین مقرر شده است که «برای صدمات وارده به شخص ثالث بواسطه فعل ضمان‌آور ارتكابی توسط دیگری، مسئولیت بر شخص بار خواهد شد اگر بداند که رفتار شخص دیگر موجب نقض یک تکلیف قانونی است و با این حال او را در این زمینه کمکی اساسی می‌رساند و یا دیگری را تشویق می‌کند که تا خود به این کار دست بزند» و بر اساس ماده ۸۷۷ (a): «برای صدمات وارده به اشخاص ثالث که از فعل ضمان‌آور دیگری حاصل شده‌اند، شخص مسئول خواهد بود اگر دستور انجام آن عمل را صادر کرده و یا دیگری را تحریک به انجام عمل نموده باشد، و بداند و یا بایستی مطلع بوده باشد که بر اساس آن اوضاع و احوال، فعل صورت یافته موجب مسئولیت خواهد بود). از همین رو در حقوق ایالات متحده نیز با وجود مسئولیت مطلق شخص ناقض مستقیم اموال معنوی، وضع مسئولیت بر ناقض غیر مستقیم این گونه اموال مستلزم احراز قصد شخص ثالث، احراز علم وی و یا توان کنترل وی در موضوع نقض مستقیم خواهد بود. تئوری‌های یاد شده در حقوق ایران قابل تطبیق بر قواعد فقهی از جمله تسبیب و نیز قاعده مندرج در ماده ۱۴ قانون مسئولیت مدنی می‌باشد. با توجه به مراتب فوق هر دو سیستم حقوقی مورد مقایسه در زمینه کیفیت احراز مسئولیت مدنی ناقض غیر مستقیم دیدگاه مشابهی دارند و برخلاف مسئولیت مطلق شخص ناقض مستقیم، احراز مسئولیت شخص ناقض غیر مستقیم را منوط به اثبات علم و عمد وی و یا آگاهی وی از وقوع فعل نقض به واسطه فعل آتی می‌دانند.

پیشنهاد:

با توجه به مطالب فوق به نظر می‌رسد قید تبصره‌ای در ذیل ماده ۶۰ قانون ثبت علائم و اختراعات مصوب سال ۱۳۸۶ در زمینه کیفیت احراز مسئولیت نقض غیر مستقیم موثر افتد: «تبصره: چنانچه تولیدکننده و یا توزیع‌کننده کالا از روی عمد سبب نقض علائم تجاری توسط شخص ثالث گردد و یا اینکه محصول مورد نظر را به شخصی ارائه دهد که از نقض علامت تجاری آگاه است، به‌عنوان مسبب مسئول جبران خسارات وارده به صاحب علامت تجاری خواهد بود».

منابع

- آل کاشف العطاء، محمد الحسین. ۱۳۶۱. تحریر المجله، جلد سوم، افست از روی نسخه (المکتبه المرتضویه و مطبعتها الحیدریه) قم،
- آیین دادرسی مدنی مصوب ۱۳۷۹
- آیین دادرسی کیفری مصوب ۱۳۹۲
- ابدالی، محمد. ۱۳۸۹. بررسی جایگاه عنصر معنوی در مسئولیت مدنی با رویکرد تطبیقی. مجله مطالعات حقوقی دانشگاه شیراز. دوره ۲، شماره ۱
- بهری حمید، ایزدی فرد علی اکبر. ضمان غاصب نسبت به منافع در فقه اسلامی و حقوق مدنی ایران. ۱۳۸۹. مجله فقه و مبانی حقوق اسلامی، شماره دوم، سال چهل و سوم
- احمدیان مقدم، فرید. جعفرزاده، میرقاسم. ۱۳۹۶. معیارهای احراز نقض علامت تجاری بر اساس ضوابط عام مسوولیت مدنی و خصوصیات علائم تجاری در حقوق ایران و ایالات متحده. پژوهشنامه بازرگانی. شماره ۸۵
- الانصاری، مرتضی بن محمد امین. ۱۴۱۵. المکاسب. المؤتمر العالمی. جلد ۲
- المظفر، الشیخ محمد رضا. ۱۳۷۰. اصول الفقه، مرکز انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم
- امامی، سید حسن. ۱۳۸۵، حقوق مدنی، تهران. انتشارات اسلامی، جلد اول
- بادینی، ح. ۱۳۹۰. بررسی تطبیقی قابلیت جبران ضرر اقتصادی در مسئولیت مدنی. مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دوره ۴۱، شماره ۱
- بجنوردی، محمد حسن. ۱۳۷۱. القواعد الفقهیه، انتشارات اسماعیلیان ج ۲،
- بهرامی احمدی، حمید. ۱۳۸۸. مسئولیت مدنی، تهران، انتشارات میزان
- بیهقی، ابوبکر احمد بن حسین. ۱۳۱۸. السنن الکبری، جلد ششم، دار المعرفه، بیروت، بیتا؛
- تفرشی محمد عیسی، حکمت نیا محمود. مسئولیت مدنی ناشی از اضرار به مالکیت فکری. نامه مفید: مرداد و شهریور ۱۳۸۳، دوره ۱۰، شماره ۴۳ (حقوق).
- جعفرزاده، سید قاسم. ۱۳۸۵. مبانی فقهی مشروعیت حقوق فکری - مجله تخصصی الهیات و حقوق، دانشگاه علوم، ۷۴، شماره ۱۹، اسلامی رضوی
- جعفرزاده، میر قاسم. ۱۳۸۵. درآمدی بر حقوق آفرینش های فکری، جزوه درسی، دانشکده حقوق دانشگاه شهید بهشتی
- حاجی نوری، غ. ۱۳۸۹. مطالعه تطبیقی رهیافت های سببیت در مسئولیت مدنی. نشریه علمی پژوهشی فقه و حقوق اسلامی. سال ۱، شماره ۱
- خادم رضوی قاسم، نوعی الیاس، ۱۳۹۴. بررسی تطبیقی مبانی مسئولیت مبتنی بر تقصیر و بدون تقصیر در حقوق مسئولیت مدنی ایران و انگلستان. آموزه های حقوقی گواه. شماره ۱

- ره پیک، حسن. ۱۳۸۷. حقوق مسئولیت مدنی و جبران‌ها، چاپ اول، انتشارات خرسندی، تهران
- صفایی، سید حسین، حبیب الله رحیمی. ۱۳۹۰، مسئولیت مدنی، تهران. انتشارات سمت
- طباطبایی یزدی. سید محمد کاظم. ۱۳۳۷. عروه الوثقی، کتاب الاجاره، ج ۵، موسسه علمی مطبوعات طوسی، محمد بن حسن، ۱۳۸۷ المبسوط، مکتب المرتضویه، جلد ۳،
- قاسم زاده، سید مرتضی. ۱۳۸۷. الزام‌ها و مسئولیت مدنی بدون قرارداد. صفحه ۲۳۶
- قاضی زاده محمدرضا. ۱۳۹۲. مسئولیت مدنی ناشی از نقض حق اختراع. رساله دکتری. از دانشگاه شهید بهشتی، به راهنمایی جناب آقای دکتر جعفرزاده
- قانون اساسی مصوب ۱۳۵۸ با اصلاحات بعدی
- قانون ثبت اختراعات، طرحهای صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶.
- قانون مدنی مصوب ۱۳۱۴
- قانون مسئولیت مدنی مصوب ۱۳۳۹
- قربان پور، امیر مهدی. ۱۳۸۵. تقصیر و رابطه سببیت در نظام مسئولیت مدنی. مجله حقوقی دادگستری، شماره ۵۴
- قمی، عباس. ۱۳۹۰. تعلیقات عروه، ج ۲، انتشارات دینا
- کاتوزیان. ناصر. ۱۳۸۲، الزام‌های خارج از قرار داد، انتشارات دانشگاه تهران
- کاتوزیان، ناصر. ۱۳۷۶. مقدمه علم حقوق، چاپ ۲۲، تهران، انتشارات سهامی
- کاظمی، م.، خویینی، غ.، روشن، م.، روزبهانی ش. ۱۳۹۲. نقص علم در مسئولیت مدنی ناشی از تولید کالا. فصلنامه حقوق پزشکی. سال ۷، شماره ۲۵
- محقق داماد، سید مصطفی. ۱۳۶۳. قواعد فقه بخش مدنی، ناشر علوم اسلامی.
- محقق داماد، سید مصطفی. ۱۳۷۴. قواعد فقه مدنی، جلد ۱، تهران: انتشارات سمت.
- موسوی بجنوردی، محمد. ۱۳۷۹. قواعد فقهیه، تهران، مؤسسه چاپ و نشر عروج، جلد ۱،
- نجفی محمد حسین. ۱۳۶۷. جواهر الکلام. جلد ۳۷
- نراقی، احمد بن محمد مهدی. ۱۳۷۵. عوائد الایام فی بیان قواعد الاحکام و مهمات مسائل الحلال والحرام- دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، مرکز انتشارات-ج-۱
- نوری، میرزا حسن. ۱۳۱۸. مستدرک الوسائل، جلد ۱۷، بی نا، تهران.

Banner (2006). Trademark infringement remedies. ABA section of intellectual property. Washington D.C., USA

Bartholomew (2006). The Secret Life of Legal Doctrine: The Divergent Evolution of

- Secondary Liability in Trademark and Copyright Law. Berkeley Tech. L.J
Restatement (Second) Of Agency (1958)
Restatement (Second) Of Torts (1979)
Restatement Of Torts (1938)
The Fifteenth Amendment (Amendment XV) to the United States Constitution (1938)
Bartholomew M. And Mcardle Pf. (2011).Causing Infringement. Vanderbilt Law Review,
Vol. 64, No. 3.
Coca-Cola Co vs Snow Crest Beverages (1946). 64 F. Supp. 980 (D. Mass). Available
online at: <http://law.justia.com/cases/federal/district-courts/FSupp/64/980/1952955>
Cullman Ventures vs ColumbianArt Work (1989). (SDNY.1989).F, Sup.96, 131,13USPQ.2d
1257,1283; Cuban Cigar Brands NY. V. U Pmann Int,L,Inc.,F.Supp.1090,1099-
1100,199USPQ193(CDNY.1978). Available online at: [http://www.leagle.com/
decision/1989813717FSupp96_1795.xml/CULLMAN%20VENTURES,%20
INC.%20v.%20COLUMBIAN%20ART%20WORKS,%20INC](http://www.leagle.com/decision/1989813717FSupp96_1795.xml/CULLMAN%20VENTURES,%20INC.%20v.%20COLUMBIAN%20ART%20WORKS,%20INC)
Ferrari S.P.A Esercizio Fabriche Automobili E Corse. V Roberts (1991). (6th cir). 944 F2d
1235 20 USPQ 1001. Available online at: [http://cyber.law.harvard.edu/IPCoop/91ferr1.
html](http://cyber.law.harvard.edu/IPCoop/91ferr1.html)
Hard Rock Café Licensing Corp. V. Concession Services. (7th Cir. 1992) U.S. Court of
Appeals for the Seventh Circuit - 955 F.2d 1143. Available online at: [http://law.justia.
com/cases/federal/appellate-courts/F2/955/1143/448068/](http://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/F2/955/1143/448068/)
Mobil Oil Corp. V. Pegasus Petroleum Corp. (2d Cir. 1987) 818 F.2d 254, 2 U.S.P.Q.2D 1677,
1679. Available online at: [http://www.leagle.com/decision/19871072818F2d254_11036.
xml/MOBIL%20OIL%20CORP.%20v.%20PEGASUS%20PETROLEUM%20CORP](http://www.leagle.com/decision/19871072818F2d254_11036.xml/MOBIL%20OIL%20CORP.%20v.%20PEGASUS%20PETROLEUM%20CORP)
Inwood laboratories vs Ives laboratories (1982). 456 U.S. 844. Justia.us.supreme court.
Available online at: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/456/844/>
Kalem Co. vs Harper Brothers (1911). 222 U.S. 55, Justia Us Supreme Court. available
online at: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/222/55/case.html>
RainBow Play system, inc. v. Ground scape technologies, Inc (2005). 364 F. Supp. 2d.
1-26 (D. Minesota). Available online at: [http://courtlister.com/opinion/2344379/
rainbow-play-systems-v-groundscape-technologies/](http://courtlister.com/opinion/2344379/rainbow-play-systems-v-groundscape-technologies/)
Sony Corp. vs Universal City Studios (1948). 464 U.S. 417, 442.available online at:
<https://supreme.justia.com/cases/federal/us/464/417/>
William R. Warner and Co. v Eli Lilly & Co. (1924). 265 U.S. 526. Available online at:
<http://supreme.justia.com/case/federal/us/265/526>

