

حقوق مالکیت فکری آفرینش های رسانه ای

با دیباچه:
دکتر نجاد علی الماسی

تألیف:
محمد مهدی حسینی

www.ketab.ir

انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)
تهران: بزرگراه شهید چمران،
پل مدیریت
تلفکس: ۸۸۳۷۰۱۴۲
صندوق پستی ۱۵۹-۱۴۶۵۵
E-mail: isu.press@yahoo.com
فروشگاه اینترنتی:
www.ketahesadig.ir



دانشگاه امام صادق (ع)

حقوق مالکیت فکری اثرینش های رسانه های ■ تألیف: محمد مهدی حسینی ■ با دیباچه: دکتر نجادعلی الماسی
ناشر: دانشگاه امام صادق (ع) ■ چاپ اول: ۱۳۹۴ ■ قیمت: ۸۰۰۰۰ ریال ■ شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه
چاپ و صحافی: هوشنگی ■ شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۱۴-۴۲۹-۴

همه حقوق محفوظ و متعلق به ناشر است.

سرشناسه: حسینی، محمد مهدی، ۱۳۶۸
عنوان و نام پدیدآور: حقوق مالکیت فکری آفرینش های رسانه ای / مؤلف
محمد مهدی حسینی، با دیباچه نجاد علی الماسی.
مشخصات نشر: تهران: دانشگاه امام صادق (ع)، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری: ۲۰۱ ص.
قیمت: ۸۰۰۰۰ ریال. شابک: ۴ ۴۲۹ ۲۱۴ ۶۰۰ ۹۷۸
شناسه افزوده: دانشگاه امام صادق (ع)
شناسه افزوده: الماسی، نجادعلی
شماره کتابشناسی ملی: ۲۸۱۱۰۷۲

فهرست مطالب

۱۱		سخن ناشر
۱۳		دیباچه
۱۵		مقدمه
۱۹		فصل ۱. مبانی و مفاهیم
۱۹		مقدمه
۱۹		۱-۱. تاریخچه مالکیت فکری
۲۵		۲-۱. مفهوم مالکیت فکری
۲۸		۳-۱. ارکان مالکیت فکری
۲۸		۱-۳-۱. موضوع مالکیت فکری
۲۹		۲-۳-۱. دارنده حق مالکیت فکری
۲۹		۳-۳-۱. حقوق مادی
۳۰		۴-۳-۱. حقوق معنوی
۳۱		۴-۱. مشروعیت مالکیت فکری
۳۱		۱-۴-۱. الزام قراردادی و حکم حکومتی
۳۲		۲-۴-۱. الزام شرعی
۳۳		الف. ادله مخالفین
۳۳		اول. سلب تسلیط
۳۴		دوم. عدم شمول اطلاق ادله

۳۵	سوم. عقلایی نبودن.....
۳۶	چهارم. تنافی ماهیت مالکیت با ماهیت فکر و اندیشه.....
۳۸	ب. ادله موافقین.....
۳۸	اول. پذیرش بنای عقلا.....
۳۹	دوم. مشمول قواعد فقهی به‌عنوان مصداقی نو.....
۴۰	۵-۱. تقسیمات حقوق مالکیت فکری.....
۴۰	۱-۵-۱. حقوق مالکیت صنعتی.....
۴۱	۲-۵-۱. حقوق مالکیت ادبی و هنری.....
۴۲	۶-۱. آفرینش‌های رسانه‌ای.....
۴۳	۱-۶-۱. تعریف رسانه.....
۴۶	۲-۶-۱. انواع رسانه.....
۴۷	الف. از نظر حدود محتوای رسانه.....
۴۷	ب. از نظر فناوری انتشار.....
۴۸	ج. از نظر چگونگی انتشار.....
۴۸	د. از نظر توالی انتشار.....
۴۸	ه. از نظر کارکرد.....
۴۹	و. از نظر فرستنده.....
۴۹	ز. از نظر مخاطب.....
۴۹	جمع‌بندی.....
۵۰	یادداشت‌ها.....
۵۲	پی‌نوشت‌ها.....
۵۷	فصل ۲. شرایط و عناصر حمایت از آثار رسانه‌ای.....
۵۷	مقدمه.....
۵۷	۱-۲. شرایط حمایت.....
۵۸	۱-۱-۲. شرایط ماهوی (اصلی).....
۵۸	الف. اصالت یا ابتکار.....
۶۳	ب. تجلی مادی و محسوس اثر.....

ج. عدم مغایرت با اخلاق حسنه و نظم عمومی.....	۶۷
۲-۱-۲. شرایط شکلی (فرعی).....	۶۸
الف. ثبت اثر.....	۶۸
ب. مکان ساخت یا انتشار اثر.....	۷۱
ج. درج مشخصات بر روی اثر.....	۷۳
۲-۲. عناصر حمایت.....	۷۵
۲-۲-۱. موضوع حمایت.....	۷۵
۲-۲-۲. شخص مورد حمایت.....	۷۹
جمع‌بندی.....	۹۲
یادداشت‌ها.....	۹۳
پی‌نوشت‌ها.....	۹۴
فصل ۳. حقوق پدیدآورندگان آثار رسانه‌ای.....	۹۹
مقدمه.....	۹۹
۳-۱. حقوق مادی.....	۱۰۰
۳-۱-۱. ویژگی‌ها.....	۱۰۱
۳-۱-۲. اقسام.....	۱۰۳
الف. حق نشر و تکثیر.....	۱۰۳
ب. حق عرضه و اجرای عمومی.....	۱۰۷
ج. حق توزیع.....	۱۱۰
د. حق اقتباس.....	۱۱۴
ه. حق تعقیب.....	۱۱۷
و. حق برخورداری از جایزه و پاداش.....	۱۱۸
۳-۱-۳. مشیات.....	۱۱۹
۳-۲. حقوق معنوی.....	۱۲۲
۳-۲-۱. ویژگی‌ها.....	۱۲۳
۳-۲-۲. اقسام.....	۱۲۵
الف. حق انتشار.....	۱۲۶

۱۲۷	ب. حق انتساب
۱۲۹	ج. حق تمامیت اثر
۱۳۴	د. حق عدول
۱۳۶	جمع بندی
۱۳۷	یادداشت ها
۱۳۸	پی نوشت ها
۱۴۳	فصل ۲. حقوق مرتبط با حق پدیدآورندگان آثار رسانه ای
۱۴۳	مقدمه
۱۴۴	۱-۴. مفهوم
۱۴۷	۲-۴. اشخاص مورد حمایت
۱۴۸	۱-۲-۴. هنرمندان - مجری
۱۵۳	۲-۲-۴. تولیدکنندگان فیلوگرام و ویدئوگرام
۱۵۵	۳-۲-۴. سازمان های پخش
۱۵۶	جمع بندی
۱۵۷	یادداشت ها
۱۵۸	پی نوشت ها
۱۶۱	فصل ۵. استیفاء و نقض حقوق پدیدآورندگان آثار رسانه ای
۱۶۱	مقدمه
۱۶۱	۱-۵. بهره برداری از حقوق
۱۶۳	۱-۱-۵. قواعد عمومی
۱۶۵	۲-۱-۵. قالب های قراردادی
۱۶۶	الف. قرارداد انتشار
۱۶۷	ب. قرارداد نمایش
۱۶۷	ج. قرارداد تهیه اثر دیداری - شنیداری
۱۷۰	د. قرارداد سفارش
۱۷۰	۲-۵. نقض حقوق
۱۷۱	۱-۲-۵. تحقق نقض

۱۷۵	۲-۲-۵. معافیت‌ها
۱۷۶	۳-۵. مسئولیت ناشی از نقض
۱۷۹	جمع‌بندی
۱۸۰	یادداشت‌ها
۱۸۱	پی‌نوشت‌ها
۱۸۳	نتیجه‌گیری
۱۸۷	منابع و مآخذ
۱۹۵	نمایه

«بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ»
 وَلَقَدْ آتَيْنَا دَاوُودَ وَسُلَيْمَانَ عِلْمًا وَقَالَا الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
 فَضَّلَنَا عَلَى كَثِيرٍ مِّنْ عِبَادِهِ الْمُؤْمِنِينَ
 (قرآن کریم، سوره مبارکه النمل، آیه شریفه ۱۵)

سخن ناشر

فلسفه وجودی دانشگاه امام صادق علیه السلام که از سوی ریاست دانشگاه به کرات مورد توجه قرار گرفته، تربیت نیروی انسانی ای متعهد، باتقوا و کارآمد در عرصه عمل و نظر است تا از این طریق دانشگاه بتواند نقش اساسی خود را در سطح راهبردی به انجام رساند.

از این حیث «تربیت» را می توان مقوله ای محوری یاد نمود که وظایف و کارویژه های دانشگاه، در چارچوب آن معنا می یابد؛ زیرا که «علم» بدون «تزکیه» بیش از آن که ابزاری در مسیر تعالی و اصلاح امور جامعه باشد، عاملی مشکل ساز خواهد بود که سازمان و هویت جامعه را متأثر و دگرگون می سازد. از سوی دیگر «سیاست ها» تابع اصول و مبادی علمی هستند و نمی توان منکر این تجربه تاریخی شد که استواری و کارآمدی سیاست ها در گرو انجام پژوهش های علمی و بهره مندی از نتایج آنهاست. از این منظر پیشگامان عرصه علم و پژوهش، راهبران اصلی جریان های فکری و اجرایی به حساب می آیند و نمی توان آینده درخشانی را بدون توانایی های علمی - پژوهشی رقم زد و سخن از «مرجعیت علمی» در واقع پاسخ گویی به این نیاز بنیادین است.

دانشگاه امام صادق علیه السلام در واقع یک الگوی عملی برای تحقق ایده دانشگاه اسلامی در شرایط جهان معاصر است. الگویی که هم‌اکنون ثمرات نیکوی آن در فضای ملی و بین‌المللی قابل مشاهده است. طبعاً آنچه حاصل آمده محصول نیت خالصانه و جهاد علمی مستمر مجموعه بنیان‌گذاران و دانش‌آموختگان این نهاد است که امید می‌رود با اتکاء به تأییدات الهی و تلاش همه‌جانبه اساتید، دانشجویان و مدیران دانشگاه، بتواند به مرجعی تمام عیار در گستره جهانی تبدیل گردد.

معاونت پژوهشی دانشگاه امام صادق علیه السلام با توجه به شرایط، امکانات و نیازمندی جامعه در مقطع کنونی با طرحی جامع نسبت به معرفی دستاوردهای پژوهشی دانشگاه، ارزیابی سازمانی - کارکردی آن‌ها و بالاخره تحلیل شرایط آتی اقدام نموده که نتایج این پژوهش‌ها در قالب کتاب، گزارش، نشریات علمی و... تقدیم علاقه‌مندان می‌گردد. هدف از این اقدام - ضمن قدردانی از تلاش خالصانه تمام کسانی که با آرمان و اندیشه‌ای بزرگ و ادعایی اندک در این راه گام نهاده‌اند - درک کاستی‌ها و اصلاح آن‌ها است تا از این طریق زمینه پرورش نسل جوان و علاقه‌مند به طی این طریق نیز فراهم گردد؛ هدفی بزرگ که در نهایت مرجعیت مکتب علمی امام صادق علیه السلام را در گستره بین‌المللی به همراه خواهد داشت. (ان شاء الله)

وَلِلّٰهِ الْحَمْدُ

معاونت پژوهشی دانشگاه