



حمایت از طرح‌های دیجیتال با مطالعه در حقوق اتحادیه اروپا

ناهِید پارسا*^{ID}

دانش‌آموخته دکتری حقوق خصوصی، گروه حقوق خصوصی، دانشکده حقوق، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران. رایانامه: nahidparsa84@yahoo.com

چکیده

این مقاله درصدد است به سه سؤال اصلی پاسخ دهد: وضعیت حقوقی طرح‌های دیجیتال از منظر قوانین ایران و قانون طراحی اتحادیه اروپا، چیست؟ آیا حمایت فقط به بازتولید محصولات فیزیکی مرتبط است یا خیر؟ و اینکه آیا دامنه حفاظت، تبدیل ابعادی مانند استفاده از طرح سه‌بعدی و تبدیل به دوبعدی را پوشش می‌دهد یا برعکس؟ در حقوق ایران در این زمینه مطلبی وجود ندارد و تاکنون هیچ تحقیق یا نوشتاری به آن اختصاص نیافته است. اما در اروپا دو دیدگاه کلی در خصوص تبدیل ابعادی وجود دارد: دیدگاه «انتزاعی» و «عینی» که دو نگرش متفاوت نسبت به دامنه حفاظت بر نحوه ارزیابی قابلیت حفاظتی طرح‌های دیجیتال دارند. در نظریه حفاظت «انتزاعی»، مهم نیست که یک محصول فقط به‌عنوان یک تصویر دیجیتالی باشد یا شکل فیزیکی داشته باشد. اما در دیدگاه «عینی»، حفاظت از طرح‌های دیجیتال با دشواری بیشتری روبه‌روست، زیرا دامنه حفاظت اغلب به بازتولید یک محصول فیزیکی واقعی گره خورده است. مطالعه نظام حقوقی ایران ثابت می‌کند که در قوانین ایران برای این سؤالات و پرسش‌هایی از این دست پاسخی وجود ندارد، اما تحت رویه قضایی اروپا، بیشتر سؤالات مطروحه درباره حفاظت از طرح‌های دیجیتال و تبدیل ابعادی می‌توانند حل شده در نظر گرفته شوند، زیرا رویه قضایی حمایت بر اساس دیدگاه «انتزاعی» را به دیدگاه «عینی» ترجیح داده است، بدینسان دامنه حفاظت، در سطح اتحادیه اروپا گسترش یافته است. بدان‌معنا که استفاده دیجیتالی از طرح‌های غیردیجیتالی اکنون می‌تواند به‌منزله تخلف تلقی شود. در نتیجه، در آینده، دارندگان حق باید دقت بیشتری در ارزیابی محدودیت‌ها و استثنایا داشته باشند.

کلیدواژه‌ها: بازی‌های ویدئویی، تبدیل ابعادی، حمایت، طرح‌های دیجیتال.

* استناد: پارسا، ناهید. (۱۴۰۲، زمستان) «حمایت از طرح‌های دیجیتال با مطالعه در حقوق اتحادیه اروپا»، *مطالعات حقوق خصوصی*، ۵۳، ۴: ۵۳۱ - ۵۱۳. DOI: 10.22059/JLQ.2024.359827.1007770
تاریخ دریافت: ۵ تیر ۱۴۰۲، تاریخ بازنگری: ۵ مهر ۱۴۰۲، تاریخ تصویب: ۲۲ اسفند ۱۴۰۲، تاریخ انتشار: ۲۳ اسفند ۱۴۰۲
ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران



۱. مقدمه

در حقوق ایران، ماده ۱ قانون حمایت از مؤلفان ۱۳۴۸، آنچه را که از راه ابتکار به دست می‌آید، بدون در تقدیر گرفتن روش یا شکل بیان و ظهور آن، اثر می‌نامد (رهبر و دهقان‌پور، ۱۴۰۱: ۵۴۳؛ حبیبی و قائم‌مقامی، ۱۴۰۱: ۹۴) و ماده ۲ بند ۱۱ هم که به اثر دارای ابداع اشاره می‌کند، عملاً اضافه است (زرکلام و محوری، ۱۳۹۴: ۲۷-۳۳). طرح‌های دیجیتال اغلب با این تصمیم همراهند که به تولید فیزیکی برسند، اما ممکن است صرفاً به صورت نامشهود نیز به کار روند. طرح‌هایی مانند آیکون‌ها در برنامه‌ها و رابط‌های کاربری گرافیکی^۱ نمونه‌هایی از طرح‌هایی هستند که منحصرأ برای استفاده دیجیتالی ساخته شده‌اند. نمونه دیگر بازی‌های ویدئویی هستند که بلوک‌های سازنده همه بازی‌ها، طرح‌های دیجیتال هستند. در صنایع نرم‌افزاری، دستگاه‌های موبایل و بازی‌های ویدئویی، مسئله حفاظت از طرح‌های دیجیتال اهمیت فزاینده‌ای پیدا می‌کند، زیرا طرح‌های دیجیتالی می‌توانند به راحتی توسط دیگران کپی و استفاده شوند. استدلال شده است که حفاظت از طرح صنعتی می‌تواند نقشی در حفاظت کارآمد از طرح‌های دیجیتال ایفا کند (Church, 2019: 695). در سطح اتحادیه اروپا، حفاظت از طراحی از طریق دو قانون تنظیم می‌شود؛ دستورالعمل طراحی^۲ و مقررات طراحی جامعه^۳. با وجود اهمیت فزاینده حفاظت از طراحی، گستردگی آن در طرح‌های دیجیتال اغلب مشخص نیست. این مسائل به‌ویژه در خصوص این پرسش است که آیا حفاظت با بازتولید محصولات فیزیکی مرتبط است و آیا دامنه حفاظت، تغییرات ابعادی را پوشش می‌دهد، مانند استفاده از طرح سه‌بعدی به شکل دوبعدی یا برعکس. این مقاله به آن به‌عنوان تبدیل ابعادی اشاره می‌کند، زیرا دیجیتالی شدن و تغییر ابعاد اغلب با هم گره خورده‌اند. در اتحادیه اروپا، به نظر می‌رسد دو مجموعه دیدگاه در خصوص این تبدیل بعدی وجود دارد: «انتزاعی» و «عینی». در دیدگاه «انتزاعی»، بدون در نظر گرفتن ابعاد شیء، حفاظت برای همه اقسام تولیدات در نظر گرفته می‌شود. در برخی از کشورهای عضو، برای مثال آلمان، این امر مسلم تلقی شده است که بدون توجه به ابعاد، حمایت اعطا می‌شود و هرگونه استفاده از طرح سه‌بعدی محافظت‌شده به شکل دوبعدی می‌تواند به‌عنوان نقض قانون، تلقی شود. در دیدگاه «عینی»، حفاظت فقط محدود به کالاهای فیزیکی می‌شود. بنابراین بر اساس این دیدگاه اگر حفاظت طراحی در اصل برای یک شکل سه‌بعدی ثبت شده باشد، استفاده از آن به صورت دوبعدی به منزله نقض قانون تلقی نمی‌شود، یا برعکس. این دیدگاه به‌ویژه در انگلستان و کشورهای اسکاندیناوی و همچنین در ایالات

1. GUI

2. Directive 98/71/EC of 13 October 1998 on the legal protection of designs, OJ L289/28, 28 October 1998.

3. Unregistered Community Design

متحده وجود دارد. به‌طور مشابه، برخی محققان نبود یک محصول فیزیکی را حداقل برای حفاظت از طراحی مشکل‌ساز می‌دانند (McKenna, 2020: 395). پیشینه پژوهش یا شامل بررسی کپی‌رایت در الگوریتم‌ها (حبیب و قائم‌مقامی، ۱۴۰۱) یا فناوری‌های نامشهود است (رهبر و دهقانپور، ۱۴۰۱) یا به فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات پرداخته‌اند (شاکری و جعفرپور، ۱۴۰۱)، از این رو از نکات بدیع این نوشتار، بررسی توأمان امکان حمایت از طرح‌های دیجیتال و تبدیل ابعادی است. تاکنون اعتبار قوانین طراحی و بازتولید محصولات فیزیکی در سطح اتحادیه اروپا با موفقیت به چالش کشیده شده است.^۱ اما برای در نظر گرفتن مشکل تبدیل ابعادی، باید به‌طور کامل به حفاظت از طراحی طرح‌های دیجیتال توجه کرد. برای این منظور، ابتدا به‌طور خلاصه به معرفی طرح‌های دیجیتال و نقش آنها در بازی‌های ویدئویی می‌پردازیم و رابطه کپی‌رایت/طراحی را در حفاظت از طرح‌های دیجیتال در نظر می‌گیریم، سپس وضعیت حقوقی طرح‌های دیجیتال بررسی می‌شود.

۲. طراحی‌های دیجیتال

با اینکه «طراحی» اصطلاح رایجی است و در بند ۵ ماده ۲ قانون حمایت از پدیدآورندگان نرم‌افزار به طرح اشاره شده است، اما تعریف دقیقی از آن نه در قوانین ایران و نه اروپا، وجود ندارد. فرایند طراحی دیجیتال در اینجا به فرایند ایجاد طرح‌ها با استفاده از برنامه‌های نرم‌افزاری اشاره دارد. طرح‌های دیجیتال، که تمرکز این مقاله است، به تصاویر دیجیتالی اشیاء، گفته می‌شود که به‌صورت گرافیکی از طریق یک واحد نمایشگر-مانند صفحه نمایش یک مانیتور کامپیوتر- مفهوم طرح‌های دیجیتال نیز باید به‌طور گسترده درک شوند. طرح‌های دیجیتال می‌توانند به‌صورت دوبعدی باشند، برای مثال طرح‌هایی برای یک نماد، طراحی وب، رابط کاربری گرافیکی، یک مدل کاراکتر دوبعدی یا پس‌زمینه بصری. طرح‌های دیجیتال همچنین می‌توانند طرح‌های سه‌بعدی مورد استفاده در مدل‌های کامپیوتری یا طراحی به کمک کامپیوتر^۲ باشند. برخی از طرح‌های دیجیتال با در نظر گرفتن بازتولید فیزیکی ایجاد می‌شوند. برخی دیگر مانند طرح‌های دیجیتالی برای بازی‌های ویدئویی هرگز به‌صورت فیزیکی نمود نخواهند یافت، بلکه فقط برای استفاده دیجیتالی ایجاد می‌شوند. همانند طرح‌های یک محصول فیزیکی، طراحی دیجیتال هم به‌طور معمول از عناصر طراحی گرافیکی مانند خطوط، شکل‌ها، رنگ‌ها، بافت‌ها و نور تشکیل می‌شود، اما می‌تواند حاوی عناصر متحرک نیز باشد که به ظاهر آن کمک می‌کنند. طراحی گرافیکی یک بازی ویدئویی نقش مهمی ایفا می‌کند، زیرا تقریباً تمام

1. Case R 1948/2015-3, *TeamLava, LLC v. King.com Limited*, (1 December 2016) Decision of the Third Board of Appeal.

2. CAD

بازی‌های ویدئویی بر اساس طراحی دیجیتال ساخته شده‌اند. کیفیت طراحی گرافیک می‌تواند از هنر پیکسلی گرفته تا فوتورئالیسم متغیر باشد.^۱ از آنجایی که طرح‌های دیجیتال به‌عنوان بخشی از بسیاری از برنامه‌های رایانه‌ای و بازی‌های ویدئویی، با آنها ادغام می‌شوند، وسوسه‌انگیز است که آنها را به‌منزله برنامه‌های رایانه‌ای در نظر بگیریم. یکی از دلایلی که طراحی دیجیتال را می‌توان به‌عنوان یک برنامه کامپیوتری دید، به‌دلیل عناصر کاربردی و جلوه‌های بصری آن است. یک مدل ماشین برای یک بازی مسابقه‌ای می‌تواند دارای لاستیک‌های متحرک، قطعات شکستنی، باشد.

۳. طراحی دیجیتال و قانون کپی‌رایت

دیجیتالی شدن طرح‌ها سؤالاتی را در زمینه قانون کپی‌رایت و قانون طراحی اروپا ایجاد می‌کند. یک اثر چه به‌صورت دیجیتالی یا فیزیکی باشد، برای اینکه از طریق کپی‌رایت محافظت شود، باید استاندارد اصالت را رعایت کند.^۲ قانون کپی‌رایت اروپا، اثری را در صورتی اصیل می‌داند که آفرینش فکری خود نویسنده و ناشی از انتخاب‌های خلاقانه نویسنده باشد^۳ و شخصیت نویسنده را منعکس کند^۴ که در ماده ۲۲ قانون حمایت از پدیدآورندگان ۱۳۴۸ آمده است. این انتخاب‌ها را نمی‌توان با ملاحظات فنی، قوانین یا محدودیت‌هایی که جایی برای آزادی خلاق باقی نمی‌گذارد، دیکته کرد.^۵ علاوه بر این، موضوعی که از طریق کپی‌رایت محافظت می‌شود، باید به‌گونه‌ای بیان شود که با دقت و عینیت کافی قابل شناسایی باشد.^۶ بیشتر طرح‌های دیجیتال احتمالاً الزامات اصالت را برآورده می‌کنند. با این حال، این بدان معنا نیست که همه طرح‌های دیجیتال از حمایت کپی‌رایت برخوردار می‌شوند. برای مثال رابط‌های کاربری گرافیکی و نمادها ممکن است در اتحادیه اروپا به‌عنوان موضوع دارای حق نسخه‌برداری (حق چاپ آزاد) در نظر گرفته شوند و تحت حمایت کپی‌رایت قرار نگیرند.^۷ طرحی که یک شیء کاربردی، مانند یک خودرو را به تصویر می‌کشد، ممکن است هم از طریق قانون طراحی و هم از طریق قانون کپی‌رایت محافظت شود، اما دامنه حفاظت از طریق استانداردهای مختلف

1. Case C-5/08, *Infopaq v. Danske Dagblades Forening*, ECLI:EU:C:2009:465, para. 37.

2. Case C-145/10, *Painer v. StandardVerlags GmbH*, ECLI:EU:C:2013:138, para. 89; joined cases C-403/08 and C-429/08, *Premier League Ltd and Karen Murphy*, ECLI:EU:C:2011:631, para. 98; Case C-604/10, *Football Dataco v. Yahoo!*, ECLI:EU:C:2012:115, para. 38.

3. cases C-403/08 and C-429/08, *Premier League Ltd and Karen Murphy*, para. 98; Case C-604/10, *Football Dataco v. Yahoo!*, ECLI:EU:C:2012:115, para. 39.

4. Case C-310/17, *Levola Hengelo v. Smilde Foods*, ECLI:EU:C:2018:899, para. 40.

5. Case C-393/09, *Bezpečnost' softwarova. asociace - Svaz softwarove' ochrany v. Ministerstvo kultury* ECLI:EU:C:2010:816.

6. Case C-355/12 *Nintendo v. PC Box*, ECLI:EU:C:2014:25, para. 23.

7. *C-393/09, Bezpečnost' softwarova asociace - Svaz softwarove' ochrany v. Ministerstvo kultury* ECLI:EU:C:2010:816

تعیین می‌شود.^۱ در کپی‌رایت، حتماً طراح باید بتواند با انتخاب آزاد و بدیع توانایی‌های خلاقانه خود را بیان کند. اما در محافظت از طراحی، فقط کافی است ظاهر طرح یک تصور کلی متفاوت بر کاربر آگاه ایجاد کند، حتی اگر لزوماً بدیع نباشد.^۲ هنگامی که به نظر می‌رسد حفاظت از طرح تقریباً به طور کامل با کپی‌رایت انجام می‌گیرد، باید پرسید که نقش دستورالعمل حفاظت از طرح چیست. قانون کپی‌رایت چندین مزیت دارد. برای مثال کپی‌رایت رایگان است و به راحتی به دست می‌آید، حفاظت طولانی‌تر و دامنه وسیعی از حمایت را ارائه می‌دهد. حمایت از کپی‌رایت شامل حقوق اخلاقی نیز می‌شود. با در نظر گرفتن همه موارد، می‌توان این سؤال را مطرح کرد که چرا کسی باید از محافظت از طراحی استفاده کند. در اروپا، حفاظت از طرح برخی از مزایای رویه‌ای را نیز ارائه می‌دهد، زیرا نیازی به اثبات اینکه متهم طرح را کپی کرده است، وجود ندارد.^۳ بار اثبات بر دوش متهم است. علاوه بر این، کپی‌رایت و حمایت از طراحی برای طرح‌های دیجیتال همیشه همپوشانی ندارند، اما ممکن است مکمل یکدیگر باشند، زیرا حفاظت از طراحی برای طرح‌های دیجیتالی که به دلیل فقدان اصالت قابل کپی‌رایت نیستند، در دسترس است، مانند آیکون‌های گرافیکی، رابط‌های کاربری گرافیکی و طرح‌های دیجیتالی، در دسترس است. در پایان، همان‌طور که رویه قضایی در پرونده کمفل ذکر کرد، کپی‌رایت و حمایت از طراحی اساساً اهداف متفاوتی را دنبال می‌کنند و تابع قوانین مجزایی هستند. هدف از حفاظت از طرح، حفاظت از موضوعی است که در عین جدید و متمایز بودن، کاربردی و قابل تولید انبوه است.^۴ در حالی که کپی‌رایت رابطه شخصی بین خالق (نویسنده) و خلق (اثر) ایجاد می‌کند. به تصویر کشیدن دیجیتالی یک طرح کاملاً کاربردی، مانند پیچ‌گوشتی، به طور خودکار آن را به یک طرح اصلی تبدیل نمی‌کند. این طرح فقط در صورتی قابل کپی‌برداری است که طی فرایند دیجیتالی‌سازی، چیزی اصلی به آن اضافه شده باشد.

۴. طراحی دیجیتال بر اساس قانون طراحی در اروپا و ایران

پیش از پرداختن به تبدیل ابعادی در حفاظت از طراحی، باید وضعیت حقوقی طرح‌های دیجیتال و اینکه تا چه اندازه موضوع محافظت قرار می‌گیرند را در نظر بگیریم. ماده ۳ قانون حمایت از پدیدآورندگان نرم‌افزار ۱۳۷۹ و ماده ۲ بند ۵ قانون حمایت از مؤلفان ۱۳۴۸، را

1. CDR Art. 8(1); Case C-833/18, *SI, Brompton Bicycle Ltd v. Chedech/Get2Get*, ECLI:EU:C:2020:461, para. 33.

2. CDR Art. 6(1); Case C-395/16 *Doceram GmbH v. Ceramtec GmbH*, ECLI:EU:C:2018:172, para. 26.

3. CDR Art. 19.

4. Case C-683/17, *Cofemel v. G-Star Raw*, ECLI:EU:C:2021:721, para. 50.

می‌توان شامل طرح‌های دیجیتالی نیز دانست، اما معیاری برای تشخیص طراحی‌ها ارائه نشده و تنها ملاک در ماده ۲ قانون ثبت علائم و اختراعات ۱۳۱۰ آمده است که ثبت شدن را مهم‌ترین ملاک برای حمایت از این طرح‌ها می‌داند که قابل تسری به طرح‌های دیجیتال نیز است. در اروپا درحالی‌که قانون طراحی، یک طراحی را با دو معیار «ظاهر» و «محصول» تعریف می‌کند^۱، بررسی معنای این دو مفهوم در زمینه طراحی‌های دیجیتال مهم است. همان‌طور که بحث خواهد شد، این امر به‌ویژه در خصوص مفهوم محصول اهمیت دارد، زیرا تعیین می‌کند که آیا طرح می‌تواند محافظت شود یا نه؟

۴.۱. ظاهر در طراحی دیجیتال به‌عنوان معیار تشخیص اصالت

قانون طراحی به‌صراحت ظاهر را تعریف نمی‌کند، اما فهرستی غیرجامع از ویژگی‌ها را ارائه می‌دهد که شامل خطوط، رنگ‌ها، شکل، بافت و/یا مواد خود محصول و/یا تزئینات آن است. با این حال، درباره اینکه این تعریف تا چه حد گسترش می‌یابد، تردیدهایی وجود دارد. برخی محققان دریافته‌اند که به‌نظر می‌رسد مفهوم ظاهر یک محصول، عناصر پویا را از محدوده حفاظت خارج می‌کند (Derclaye, 2020: 21). علاوه بر این، استدلال شده است که مستندسازی این جنبه‌های پویا در فرایند ثبت نام در دفتر مالکیت معنوی اتحادیه اروپا دشوار خواهد بود. از سوی دیگر، دیگران بیان کرده‌اند که به‌دلیل تعریف گسترده یک طرح، حتی طرح‌های متحرک مانند نمادها یا خطوطی را که روی صفحه کامپیوتر حرکت می‌کنند نیز پوشش می‌دهد (Kur, 2019: 16). در عمل، به‌نظر می‌رسد که این نگرانی‌ها توسط دفتر مالکیت معنوی اتحادیه اروپا، حل می‌شود، زیرا دستورالعمل‌های خاصی برای طرح‌های متحرک ارائه می‌دهد (Mendis, 2020: 450). این در مورد آیکون‌های متحرک و رابط‌های کاربری گرافیکی متحرک صدق می‌کند. همچنین هیأت استیناف اعتبار نماد متحرک ثبت‌شده را بررسی و تأیید کرده است (McKenna, 2020: 388).

۴.۲. محصول بودن طراحی دیجیتال به‌عنوان معیار تشخیص اصالت

دومین مفهوم مهم، طبق قانون طراحی اروپا «محصول» است، که به‌عنوان «هر کالای صنعتی یا صنایع دستی، از جمله بخشی که برای مونتاژ در یک محصول پیچیده، بسته‌بندی، آماده‌سازی، گرافیک طراحی شده است» تعریف می‌شود و نمادها و حروف تایپوگرافی به استثنای برنامه‌های کامپیوتری را نیز شامل می‌شود. با این حال، الزامات یک محصول در تعریف طراحی در قانون طراحی، مشکلاتی را برای طرح‌های دیجیتال ایجاد می‌کند. بی‌شک خود اصطلاح «محصول» علاوه بر اقلام «صنعتی» و «صنایع دستی» ممکن است فقط به محصولات

1. CDR Art. 3.

فیزیکی اشاره داشته باشد. چنین تعبیری از «محصول» طرح‌های دیجیتالی را زمانی که شامل محصولات فیزیکی نمی‌شوند، حذف می‌کند. با این حال، این واقعیت که نمادهای گرافیکی نیز در تعریف «محصول» ذکر شده‌اند، نشان می‌دهد که هیچ تمایز واضحی بین محصولات فیزیکی و غیرمادی وجود ندارد. از آنجایی که مفهوم محصول در هسته حفاظت از طراحی قرار دارد و تفاوت‌های حقوقی و فنی بین طرح‌های دوبعدی و سه‌بعدی وجود دارد، شایسته است این موارد را جداگانه بررسی کنیم.

۴. ۲. ۱. طراحی‌های دوبعدی دیجیتالی به عنوان محصول

در ماده ۳ (ب) از قانون طراحی به نمادهای گرافیکی اشاره شده است که به عنوان محصولات شامل نمادهای رایانه‌ای نیز هستند. از این رو معنای محصول را می‌توان گسترده در نظر گرفت، زیرا نمادها و احتمالاً حتی تک حروف، مانند حروف تایپوگرافیک، می‌توانند به عنوان «محصولات» در مفهوم قانون طراحی اروپایی در نظر گرفته شوند. همان‌طور که نمادهای گرافیکی به منزله طرح‌های صنعتی محافظت می‌شوند، بنابراین دلیلی وجود ندارد که تبعیض بین طرح‌های گرافیکی به طور کلی و تصاویری که در نتیجه بارگذاری یک برنامه روی صفحه نمایش رایانه ظاهر می‌شوند، توجیه شود. گنجاندن نمادهای گرافیکی در تعریف محصول نشان می‌دهد که یک طرح قابل محافظت نیازی به گره خوردن به بعد فیزیکی ندارد. با این حال، نظرهای مختلفی در بین محققان وجود دارد که نمادهای گرافیکی تا چه حد می‌توانند محافظت شوند (Shemtov, 2020: 17) و آیا می‌توانند شامل طرح‌های وب یا تصاویر پویا باشند. باید توجه کرد که وقتی صدا و جلوه‌های پویا از طراحی‌های وب حذف می‌شوند، نتیجه نهایی تفاوت چشمگیری با جلد کتاب ندارد. از سوی دیگر، برخی بر این باورند که می‌توان از جنبه‌های خاصی از طراحی‌های وب محافظت کرد، اما محافظت از تصاویر پویا و جلوه‌های صوتی ممکن است دشوار باشد (Bently, 2014: 707). در مورد تصاویر پویا، به نظر می‌رسد که آنها باید در تعریف طراحی قرار گیرند، به همان اندازه که نمادها و سایر نمایشگرهای صفحه نمایش محافظت می‌شوند (اگرچه عمل ثبت به احتمال زیاد به تصاویر ثابت نیاز دارد). تصاویر پویا نیز باید محافظت شوند. دفتر مالکیت معنوی اتحادیه اروپا^۱ در زمینه نمادها بیان می‌کند موارد زیر قابل ثبت نام هستند، نشانه‌های نمایشگرها و نمادها و انواع دیگر عناصر قابل مشاهده یک برنامه کامپیوتری. بیشتر این نمادها برای برنامه‌های موبایل، برنامه‌های کامپیوتری یا رابط‌های گرافیکی کاربر هستند، اما نمادها و طرح‌های متحرک برای بازی‌های ویدئویی نیز وجود دارد. علاوه بر این، دستورالعمل و رویه قضایی به وضوح نشان می‌دهد که طرح‌های

متحرک از طریق حفاظت از طراحی، حداقل تا حدی قابل محافظت هستند.^۱ در پایان، تمایز طرح‌های دوبعدی دیجیتال بر اساس آیکون، رابط کاربری گرافیکی، طراحی وب یا نوع دیگری از طراحی‌های دیجیتال دوبعدی، نسبتاً دلخواه و محدودکننده به نظر می‌رسد. اگر نمادهای گرافیکی شامل آیکون‌های دیجیتالی باشند و در نتیجه به‌عنوان محصولات دیده شوند و با توجه به اینکه دفتر مالکیت معنوی اتحادیه اروپا آیکون‌های متحرک را نیز می‌پذیرد، باید نتیجه گرفت که تمام طرح‌های دیجیتالی دوبعدی تا زمانی که /ظاهرشان قابل مشاهده باشد، می‌توانند به‌منزله محصول تلقی شوند.

۴.۲.۲. طرح‌های سه‌بعدی دیجیتال به‌عنوان یک محصول

با طراحی‌های دیجیتال سه‌بعدی، ممکن است وضعیت کمی پیچیده‌تر به نظر برسد. با این حال، در نهایت، طرح‌های سه‌بعدی را می‌توان به‌عنوان موضوع دستورالعمل طراحی در نظر گرفت، اگرچه سه تفسیر متفاوت در خصوص چرایی این موضوع وجود دارد؛ تفسیر اول به قیاس بین نمادهای گرافیکی، نمادهای کامپیوتری و طرح‌های دیجیتالی سه‌بعدی می‌پردازد، بنابراین آیکون‌های کامپیوتر را نیز تحت پوشش می‌دانند. برای مثال آیکون‌ها، نمادهای گرافیکی و رابط‌های کاربری گرافیکی را می‌توان با مدل‌های سه‌بعدی ایجاد کرد، اما زمانی که از منظری خاص دیده می‌شود، شبیه به دوبعدی شوند. با این حال، در خصوص فایل‌های طراحی با کامپیوتر و قابل چاپ سه‌بعدی، برخی محققان تفاوت‌های اساسی بین فایل‌های سه‌بعدی و نمادهای گرافیکی می‌بینند (Schovosbo, 2020: 15). جالب است که همه این محققان بر این واقعیت تأکید دارند که فایل‌های سه‌بعدی را می‌توان برای محافظت از طراحی به یک شیء فیزیکی تبدیل کرد. با این حال، این برای همه طرح‌های دیجیتال سه‌بعدی صدق نمی‌کند. بسیاری از مدل‌های دیجیتال تنها در یک محیط دیجیتال ساخته و استفاده می‌شوند. برخی حتی نمی‌توانند در قلمرو فیزیکی وجود داشته باشند. برای مثال ساختار طرح ممکن است بیش از حد شکننده باشد که از نظر فیزیکی وجود داشته باشد. آیا می‌توان این نوع طرح‌های دیجیتالی را به‌عنوان نمادهای گرافیکی و در نتیجه محصولات دید؟ توصیفی ارائه شده از نماد رایانه‌ای شامل چنین طرح‌هایی نیز می‌شود، زیرا آنها محصولات صنعتی یا صنایع دستی نیستند، قابل تولید نیستند و منحصراً روی صفحه رایانه به‌عنوان اقلام غیرمادی دیجیتالی عمل می‌کنند. تفسیر دوم، این نوع «محصولات مجازی» را نمی‌توان به‌عنوان محصول در نظر گرفت و بنابراین تعریف طراحی باید به‌گونه‌ای بیان شود که شامل موارد «غیرمادی» نیز شود. اگرچه

1. Case R 1950/2015-3, *TeamLava, LLC v. King.com Limited*, (1 December 2016) Decision of the Third Board of Appeal; Case R 1949/2015-3, *TeamLava, LLC v. King.com Limited*, (1 December 2016) Decision of the Third Board of Appeal

قانون حول مفهوم «محصول» ساختاریافته است، یک طرح صرف‌نظر از وجود یا نبود یک محصول در دنیای ملموس قابل حمایت است. این تفسیر از رویه دفتر مالکیت معنوی اتحادیه اروپا قابل استنباط است. این انجمن مدل‌های سه‌بعدی را در قالب گرافیک‌های کامپیوتری سه‌بعدی به‌عنوان شکلی از نمایش بصری و محصول می‌پذیرد (با توجه به ماده ۴ (۱) آیین‌نامه اجرایی طراحی). تفسیر سوم این است که طرح‌های سه‌بعدی را به‌عنوان نقشه‌ها یا پلان‌های یک شیء ببینیم (Church, 2019: 695). با این حال، طرح‌های دیجیتال در بازی‌های ویدئویی به‌درستی با این دیدگاه مطابقت ندارند، زیرا در درجه اول طرح‌ها یا برنامه‌هایی برای تولید چیزی نیستند. در مجموع، از آنجایی که به‌نظر می‌رسد هر سه پیشنهاد کمتر از حد اقتناع‌کننده‌اند، وضعیت هنوز برای طرح‌های صرفاً دیجیتال سه‌بعدی نامشخص است.

۵. الزامات حفاظت برای طرح‌های دیجیتال

یک طرح برای اینکه محافظت شود باید الزامات خاصی از حفاظت را برآورده کند؛ یعنی باید بدیع باشد، به این معنا که هیچ طرح یکسانی در دسترس عموم قرار نگرفته باشد (ماده ۲۲ قانون حمایت از مؤلفان ۱۳۴۸) و طبق ماده ۲ قانون ثبت علائم و اختراعات به ثبت رسیده باشد. معیار دیگری که در قوانین ایران مورد اشاره قرار نگرفته ولی در قانون طراحی اروپا به آن اشاره شده است که یک طرح همچنین باید دارای خصوصیات فردی در یک فرم باشد تا تصور کلی متفاوتی بر کاربر آگاه ایجاد کند. شایسته است بررسی کنیم که بدیع بودن و شخصیت فردی در زمینه دیجیتال به چه معناست.

۵.۱. در دسترس قرار دادن طراحی دیجیتال برای عموم به‌عنوان الزام حفاظت

یک سؤال جالب درباره طرح‌های دیجیتال این است که چه چیزی به‌عنوان «در دسترس قرار دادن برای عموم» نامیده می‌شود. این مجموعه مشخص می‌کند که چگونه می‌توان تازگی و شخصیت طرح را بر اساس آن ارزیابی کرد. در زمینه بازی‌های ویدئویی، در دسترس قرار دادن به‌طور معمول از طریق پیاده‌سازی یک طراحی دیجیتال در خود بازی اتفاق می‌افتد که سپس به فروش می‌رسد. طرح‌های دیجیتال اغلب در دموها، ویدئوها یا عکس‌های صفحه نمایش گنجانده می‌شوند که پیش از انتشار واقعی بازی به‌صورت آنلاین به اشتراک گذاشته می‌شوند. گاهی اوقات برای اهداف تبلیغاتی، به گیمرها و استریمرها دسترسی زودهنگام به بازی‌ها داده می‌شود که از طریق برخی رسانه‌ها^۱ پخش می‌شوند. ماده ۵ قانون طراحی، معیار تازگی را تعیین می‌کند، اما دامنه آن توسط همین ماده محدود شده است. این ماده بیان می‌کند که افشای

1. YouTube یا Twitch

یک طرح سبب می‌شود تا تازگی آن از بین برود، مگر در مواردی که افشا «به‌طور منطقی نمی‌توانست در جریان عادی تجارت و برای حلقه‌های متخصص شناخته شود». برای مثال آپلود یک فایل در یک صفحه وب می‌تواند به‌عنوان یک نمایش عمومی در نظر گرفته شود، به این دلیل که فایل‌ها اغلب در صفحات وب با هدف علاقه‌مندان و متخصصان چاپ سه‌بعدی به اشتراک گذاشته می‌شوند. از این‌رو اطلاعات افشاشده در اینترنت از تاریخ افشا به بعد در دسترس عموم قرار گرفته تلقی می‌شود. حتی نمایش کوتاهی از یک ویدئو می‌تواند یک طرح را عمومی کند، زیرا می‌توان ویدئو را متوقف و طرح را به‌درستی و بدون هیچ محدودیتی مشاهده کرد. بنابراین به‌طور منطقی می‌توان گفت که طرحی که در یک بازی، صفحه وب یا ویدئو قابل مشاهده است یا حتی برای مدت کوتاهی پخش می‌شود، پس از آن برای عموم شناخته می‌شود، زیرا این پلتفرم‌ها برای طرفداران مشتاق، پیگیری می‌شود، اما توسط رقبا نیز دیده می‌شوند. می‌توان ادعا کرد که درج یک طرح در یک بازی، صفحه وب یا ویدئو، همان‌طور که ذکر شد، خود طرح را نشان می‌دهد و می‌توان آن را در دسترس عموم دانست. بنابراین، طرح افشا شده است که برای برآورده کردن الزامات قانون طراحی کافی است. این را می‌توان به‌راحتی در خصوص طرح‌های دیجیتالی دوبعدی مشاهده کرد. با طرح‌های سه‌بعدی دیجیتال می‌توان استدلال کرد که این طرح باید روی یک محصول فیزیکی اعمال شود، اما همچنین می‌توان دید که تحقق یا تجاری‌سازی واقعی ضروری نیست، یک امکان صرف کافی است.^۱

۵.۲. شخصیت فردی یک طراحی دیجیتال به‌منزله الزام حفاظت

برای اینکه یک طراحی شخصیت فردی داشته باشد، به ایجاد تصور کلی متفاوت در کاربر آگاه نیاز دارد؛ یعنی کاربر آگاه آن را متفاوت از سایر طرح‌های مشابه ببیند. این تفاوت باید واضح باشد. در ارزیابی، درجه آزادی طراح نیز باید در نظر گرفته شود، از آنجایی که کاربر آگاه و آزادی طراح، فاکتورهای کلیدی در تشخیص شخصیت فردی هستند، مقاله این موارد را با دقت بیشتری در زمینه طرح‌های دیجیتال بررسی می‌کند.

۵.۲.۱. کاربر آگاه به‌عنوان معیاری برای شخصیت فردی

کاربر آگاه یک شخصیت خیالی است که برای ارزیابی تازگی یک طرح و شخصیت فردی و همچنین اینکه آیا دو طرح برداشت کلی متفاوتی ایجاد می‌کنند یا خیر استفاده می‌شود. دفتر مالکیت معنوی اتحادیه اروپا تصریح کرده است که کاربر آگاه باید یک کاربر متخصص، بر

1. Case ICD 8538, Samsung Electronics Co. Limited and others v. Apple Inc. (12 June 2013) Decision of the Invalidity Division, para. 42.

اساس تجربه شخصی یا دانش گسترده در این زمینه، در نظر گرفته شود. سومین هیأت استیناف، کاربر آگاه آیکن‌های رایانه را فردی می‌داند که هنگام انجام بازی‌های رایانه‌ای یا اجرای انواع دیگر برنامه‌های رایانه‌ای روی رایانه، تلفن‌های هوشمند یا تبلت خود از نمادهای رایانه‌ای استفاده می‌کند که با طرح‌های مختلف آیکن‌های رایانه‌ای آشنا بوده و در خصوص ویژگی‌هایی که به‌طور معمول این نمادها را شامل می‌شوند، دانش خاصی دارد. در نتیجه علاقه به آیکن‌ها توجه نسبتاً زیادی را در استفاده از آیکن‌ها نشان می‌دهد.^۱ بنابراین کاربر آگاه به یک فرد آگاه به نوع دستگاه بازی مانند کنسول یا تلفن محدود نمی‌شود، بلکه کاربری است که می‌تواند تفاوت بین نمادها و طرح‌هایی را تشخیص دهد که در بازی‌های ویدئویی پیاده‌سازی شده است. کاربر آگاه باید با طراحی‌های رابط کاربری گرافیکی در دستگاه‌های الکترونیکی آشنا باشد. بنابراین، کاربر آگاه نه تنها با طراحی‌های رابط کاربری گرافیکی قبلی آشناست، بلکه می‌داند که آزادی طراح به‌طور اساسی محدود نمی‌شود. برای مثال در یک مورد، کاربر آگاه به‌عنوان فردی دیده می‌شود که با ویژگی‌های بازی‌های رایانه‌ای و طیف موجود در بازار آشناست. در این زمینه این امر بر تخیلی بودن کاربر آگاه تأکید می‌کند.^۲ به‌طور خلاصه، کاربر آگاه از بازی‌های ویدئویی و طرح‌های دیجیتال را می‌توان فردی توصیف کرد که اغلب از بازی‌های رایانه‌ای، نرم‌افزار یا طرح‌های دیجیتال استفاده می‌کند، اما سازنده یا طراح بازی نیست؛ با طرح‌های مختلف مورد استفاده در بازی‌ها، چه برای دستگاه‌های موبایل، رایانه‌های شخصی یا کنسول‌ها، آشناست؛ با طرح‌های گذشته مورد استفاده در بازی‌ها آشناست؛ هنگام استفاده از این بازی‌ها و طرح‌ها توجه نسبتاً بالایی دارد که می‌تواند کودک یا بزرگسال باشد.

۵.۲.۲. آزادی طراح به‌عنوان معیار شخصیت فردی

هرچه آزادی در توسعه طراحی بیشتر باشد، احتمال اینکه تفاوت‌های جزئی - برای ایجاد یک تصور کلی متفاوت در یک کاربر آگاه - کافی باشد، کمتر است. با این حال، اگر آزادی طراح تا حد زیادی محدود شود، حتی تفاوت‌های جزئی نیز می‌تواند به برداشت کلی متفاوت کمک کند. با طرح‌های دیجیتال، خالق از آزادی خلاقانه تقریباً نامحدودی برخوردار است، که البته به محدودیت‌های دنیای فیزیکی، مانند قدرت مادی، هزینه یا دسترسی محدود است. می‌توان در نظر گرفت که در طراحی‌های دیجیتال، آزادی طراح اغلب با موضوعی که به تصویر می‌کشد، محدود می‌شود. در طراحی‌های فیزیکی، آزادی طراح در زمینه دیجیتال به چه معناست؟ برای مثال طبق نظر دادگاه سوم تجدیدنظر، وقتی صحبت از نمادهای رایانه به میان

1. Case C-145/10, *Painer v. StandardVerlags GmbH*, ECLI:EU:C:2013:138, para. 89;

2. Case R 2115/2015-3, *Buck-Chemie GmbH v. Henkel AG & Co. KGaA*, (8 March 2017) *Decision of the Third Board of Appeal*, Para. 29

می‌آید، آزادی طراح را می‌توان تا حدی محدود کرد که آیکون باید بتواند روی صفحه رایانه نمایش داده شود و اندازه نماد به‌طور معمول محدود است.^۱ همچنین می‌توان در نظر گرفت که آزادی طراح می‌تواند با مواردی مانند نیاز به شفاف‌سازی بصری، اندازه یا کتراست محدود شود. از سوی دیگر، با رابط کاربری گرافیکی موبایل، ویژگی‌هایی مانند پس‌زمینه سیاه، اندازه و کتراست آیکون‌ها، دسته‌بندی آیکون‌ها بر اساس کاربرد، فرکانس یا وجود عناصر دیگر لازم نیست. یک طراحی دیجیتال همچنین می‌تواند یک شیء کاملاً کاربردی را به تصویر بکشد. یک سؤال جالب این است که آیا دیجیتالی کردن چنین شیئی عملکرد آن را حذف می‌کند؟ برای مثال در زمینه کپی‌رایت، اشیای صرفاً کاربردی، مانند پیچ‌گوشتی، به دلیل عدم اصالت محافظت نمی‌شوند. با این حال، اگر یک پیچ‌گوشتی به صورت سه‌بعدی به شکل یک شیء دیجیتال مدلسازی شود، آیا به‌عنوان یک اثر هنری محافظت می‌شود، زیرا به صورت دیجیتالی کاربردی نیست؟ به‌طور کلی پاسخ منفی است، زیرا طرح فقط در صورتی قابل کپی‌رایت است که طی فرایند دیجیتالی شدن چیزی اصلی اضافه شده باشد. در زمینه طراحی، به‌طور مشابه، به‌نظر نمی‌رسد که طرح‌های دیجیتالی اشیای صرفاً کاربردی، مشمول محافظت از طراحی شوند. به این دلیل که حفاظت از طرح قبلاً به شکل غیرمادی ثبت شده است، خواه یک نقاشی، یک تصویر یا یک نمایش دیجیتالی از طرح باشد. به عبارت دیگر، اگرچه طرح به شکل دیجیتالی کاربردی نیست، ظاهر آن همچنان با توجه به عملکرد یا ملاحظات فنی تعیین می‌شود و بر این اساس می‌توان حفاظت را انکار کرد. یک مثال می‌تواند یک شمشیر باشد. در شکل اصلی آن، ظاهر آن با عملکرد آن مشخص می‌شود و بدون توجه به اینکه به صورت دیجیتال یا فیزیکی وجود داشته باشد، قابل محافظت نیست. با این حال، اگر طراح بخواهد آن را یک شمشیر «فانتزی» بسازد (آن را تزئینی، بزرگ یا با شکل خاصی در بازی بسازد)، این ظاهر فانتزی می‌تواند جدید باشد و ویژگی فردی داشته باشد، که با عملکرد آن مشخص نمی‌شود.

۶. استفاده از طراحی فیزیکی به صورت دیجیتالی (تبدیل ابعادی)

یک وضعیت مرتبط‌تر، اما همچنین پیچیده‌تر، برای صنعت بازی زمانی است که یک طرح ساخته‌شده برای یک جسم فیزیکی به یک بازی دیجیتال تبدیل شود. مشکل به این سؤال مربوط می‌شود که آیا «استفاده» از یک محصول در قالبی متفاوت وجود دارد. در قوانین ایران اشاره‌ای به آن نشده است. بند ۲۱ مقررات طراحی اروپا بیان می‌کند که این حق «باید به تجارت محصولاتی که طرح‌های متخلف را نشان می‌دهند نیز تعمیم یابد»، که می‌توان این

1. Case C-145/10, *Painer v. StandardVerlags GmbH*, ECLI:EU:C:2013:138, para. 89;

دیدگاه را تأیید کرد که معنای «استفاده» محدود به استفاده از مواد فیزیکی است، بنابراین نه پخش و نه استفاده آنلاین را پوشش نمی‌دهد. با این حال، تعریف طراحی نشان می‌دهد که ظاهر یک نماد گرافیکی نیز باید محافظت شود. محدود کردن استفاده به محصولات مادی، به جای رسانه‌های غیرمادی، مانند اینترنت، محدودکننده به نظر می‌رسد. همچنین طراحی‌های وب را از حوزه قانون طراحی حذف می‌کند. از این رو تا زمانی که ظاهر بیرونی یک محصول به اطلاع عموم می‌رسد، این برای ایجاد آثار قانونی کافی است. انجمن اکنون این وضعیت را روشن کرده است و اصطلاح استفاده را متحول کرده و استفاده در یک صفحه وب را هم مشمول قانون طراحی می‌داند حداقل در شرایطی که طراحی فیزیکی اصلی به صورت سه‌بعدی است، که سپس به دوبعدی تبدیل می‌شود. به نظر می‌رسد که رویه این را تأیید می‌کند، و اگر دامنه حفاظت شامل استفاده به شکل دیجیتال، مانند بازی‌های ویدیویی یا اینترنت نمی‌شد، استفاده چندانی برای طرح‌های دیجیتال در صنعت بازی وجود نداشت. وضعیت با طراحی‌های دیجیتال سه‌بعدی تا حدودی پیچیده‌تر است. یک تفسیر دقیق مستلزم آن است که محصول یک کالای صنعتی یا صنایع دستی باشد و بنابراین، تخلف تنها از طریق استفاده از یک محصول فیزیکی ممکن است رخ دهد. با این حال، بسیاری به دلیل تکنولوژی فعلی، این امر را بیش از حد محدودکننده می‌دانند (Mendis, 2020: 450; Bently, 2014: 707). سؤال این است که اگر استفاده از تصویر دوبعدی از یک محصول سه‌بعدی را می‌توان به‌عنوان استفاده در نظر گرفت، پس چرا تصویر سه‌بعدی از یک محصول سه‌بعدی را نمی‌توان نام برد؟ برخی محققان با این مسئله موافق‌اند (Mendis, 2020: 450) و می‌دانند که بازتولید و تبدیل یک طرح به فرمت دیجیتال باید تخلف محسوب شود. آنها استاندارد حفاظت را به‌طور گسترده درک می‌کنند، به این معنا که اسکن یا مدلسازی از قبل مستلزم ساخت یک کپی از طرح است. همچنین تا آنجایی که عمل، ایجاد طرح در نظر گرفته می‌شود، قانون در خصوص روش فنی خنثی است، خواه طراحی با دست باشد یا با استفاده از برنامه رایانه‌ای. بنابراین اگر ایجاد یک مدل دیجیتال را بتوان یک عمل استفاده در نظر گرفت، آپلود همان فایل در یک مخزن آنلاین نیز نقض جداگانه‌ای از طرح محسوب می‌شود. برخی دیگر دیدگاه مخالفی ارائه کرده و استدلال می‌کنند که استفاده از ظاهر طراحی فیزیکی بر روی مانیتور نباید به منزله عمل نقض تلقی شود (Derclaye, 2020: 21)، اما به نظر می‌رسد مانعی وجود نداشته باشد تا قانون طراحی، تبدیل ابعادی را تحت پوشش قرار دهد.

۷. نتیجه

در این مقاله وضعیت حقوقی طرح‌های دیجیتال از منظر قوانین ایران و قانون طراحی اتحادیه اروپا بررسی شد، به‌ویژه اینکه آیا این حمایت با بازتولید محصولات فیزیکی مرتبط است و آیا دامنه این حفاظت شامل تبدیل ابعادی مانند استفاده از طرح سه‌بعدی در دوبعدی می‌شود یا خیر. و برعکس؛ این مشکل با دو دیدگاه متفاوت در اتحادیه اروپا در خصوص دامنه حمایت در قانون طراحی مرتبط بود. با بررسی انجام شده ثابت شد که اروپا اکنون به نقطه‌ای رسیده است که بر اساس رویه قضایی بیشتر سؤالات درباره حفاظت از طرح‌های دیجیتال و تبدیل ابعادی را می‌توان حل شده در نظر گرفت. چه به‌صورت دوبعدی یا سه‌بعدی باشند، طرح‌های دیجیتال را می‌توان به‌منزله محصول و موضوع محافظت شده مشاهده کرد. اما در حقوق ایران نه قوانین و نه رویه قضایی پاسخی برای این پرسش‌ها ندارد. علاوه بر این، نمایش یک طرح دیجیتال در یک بازی دیجیتال، ویدئو یا در یک صفحه وب، حتی برای مدت کوتاهی، آن را عمومی می‌کند، مهم‌تر از همه، نتایج نشان داد که رویه قضایی اکنون حفاظت «انتزاعی» را به «عینی» ترجیح داده، بنابراین دامنه حمایت را گسترش داده است. نتیجه اینکه حفاظت از طراحی، استفاده دیجیتالی از طراحی را پوشش می‌دهد و استفاده دیجیتالی از طراحی فیزیکی، چه به‌صورت دوبعدی یا سه‌بعدی، می‌تواند نقض‌کننده قانون طراحی باشد. برای آنکه یک طرح مورد حمایت قرار بگیرد، باید دارای شخصیت فردی منحصر باشد؛ یعنی در یک کاربر آگاه، تأثیرگذار باشد، بدین معنا که کاربر آگاه آن را متفاوت از سایر طرح‌های مشابه ببیند و باید طرح بدیعی باشد، یعنی هیچ طرح مشابهی در دسترس عموم قرار نگرفته باشد، در غیر این صورت طرح مورد نظر مورد حمایت قانون قرار نمی‌گیرد. از این رو لازم است قانون حمایت از پدیدآورندگان نرم‌افزار اصلاح شود و قواعد آن و حمایت قانونی آن به طرح‌های دیجیتال نیز تسری یابد. همچنین نیاز به اصلاح قانون حمایت از پدیدآورندگان نرم‌افزار از این جنبه وجود دارد که تبدیل ابعادی طرح‌های دیجیتال را نیز تحت پوشش قرار دهد که نیازمند بررسی در نوشتار مستقل و مفصل است.

بیانیه نبود تعارض منافع

نویسنده اعلام می‌کند که تعارض منافع وجود ندارد و تمام مسائل اخلاق در پژوهش را شامل پرهیز از دزدی ادبی، انتشار و یا ارسال بیش از یک بار مقاله، تکرار پژوهش دیگران، داده‌سازی یا جعل داده‌ها، منبع‌سازی و جعل منابع، رضایت ناآگاهانه سوژه یا پژوهش‌شونده، سوءرفتار و غیره، به‌طور کامل رعایت کرده است.

منابع

الف) فارسی

۱. حبیبیا، سعید و گلریز قائم‌مقامی (۱۴۰۱). «امکان‌سنجی حمایت از الگوریتم‌های به‌کاررفته در هوش مصنوعی در قالب کی‌رایت». فصلنامه تحقیقات حقوقی، ش ۱۰۰، ص ۸۷-۱۱۰. DOI: 10.52547/jlr.2023.230675.2453
۲. رهبر، نوید و سبحان دهقان‌پور (۱۴۰۱). «حمایت از مالکیت فکری فناوری‌های ناملموس و وسایل نقلیه خودران». مطالعات حقوق تطبیقی، سال سیزدهم، ش ۲۶، ص ۵۳۱-۵۵۱. DOI: 10.22059/jcl.2022.336887.634298
۳. زرکلام، ستار و محمدحسین محوری (۱۳۹۴). «حمایت حقوقی از پدیدآورندگان نرم‌افزار». تهران: سمت.
۴. شاکری، زهرا و یاسمن جعفرپور (۱۴۰۱). «امکان‌سنجی اعمال حقوق معنوی مؤلف تحت فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات». حقوق فناوری‌های نوین، دوره ۳، ش ۶، ص ۱۵-۲۹. DOI: 10.22133/mtlj.2022.360779.1120

ب) خارجی

5. Bently L, Sherman B (2014). *Intellectual property law*. 3rd edn. Oxford University Press, Oxford. <https://www.law.georgetown.edu> Access 23 march 2023.
6. Church O, Estelle D, Stupfler G (2019). "An empirical analysis of the design case law of the EU Member States". *IIC* 50(6):685-719. <https://link.springer.com> Access 23 march 2023.
7. Derclaye E (2020: "how does the current and future CJEU case law affect digital designs?" *In: Pasa E (ed.) Il design, l'innovazione tecnologica e digitale, Un dialogo interdisciplinare per un ripensamento delle tutele - Design, technological and digital innovation. Interdisciplinary proposals for reshaping legal protections*. ESI Press, Naples. Forthcoming 2020, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3507802>. DOI:10.2139/ssrn.3507802
8. Kur A (2019). Unite De L'Art is here to stay - Cofemel and its consequences». *Max Planck Institute for Innovation & Competition Research Paper No. 19-16* <https://academic.oup.com/> Access 23 march 2023.
9. Mendis D (2020). "Fit for purpose? 3D printing and the implications for design law: opportunities and challenges". In: Aplin T (ed) *Research handbook on intellectual property and digital technologies*. Edward Elgar, Cheltenham, pp. 445-463 <https://microsites.bournemouth.ac.uk> Access 23 march 2023.
10. McKenna M, Osborn L (2020). "Trade mark protection for digital goods". In: Aplin T (ed) *Research handbook on intellectual property and digital technologies*. Edward Elgar, Cheltenham, pp 382-396 <https://www.gerbenlaw.com> Access 23 march 2023.
11. Schovsbo J (2020). "Copyright and design law: what is left after all and Cofemel? - or: design law in a 'double whammy'" (January 14, 2020). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3519156> Access 23 march 2023.
12. Shemtov N (2020). "Software and graphical user interfaces". In: Aplin T (ed) *Research Handbook on Intellectual Property and Digital Technologies*. Edward Elgar, Cheltenham, pp. 2-25 <https://academic.oup.com/> Access 23 march 2023.

Case law

13. Case R 1948/2015-3, *TeamLava, LLC v. King.com Limited*, (1 December 2016) Decision of the Third Board of Appeal
14. Case C-5/08, *Infopaq v. Danske Dagblades Forening*, ECLI:EU:C:2009:465, para. 37.
15. Case C-145/10, *Painer v. StandardVerlags GmbH*, ECLI:EU:C:2013:138, para. 89;
16. cases C-403/08 and C-429/08, *Premier League Ltd and Karen Murphy*, ECLI:EU:C:2011:631, para. 98;
17. Case C-604/10, *Football Dataco v. Yahoo!*, ECLI:EU:C:2012:115, para. 38.
18. cases C-403/08 and C-429/08, *Premier League Ltd and Karen Murphy*, para. 98; Case C-604/10, *Football Dataco v. Yahoo!*, ECLI:EU:C:2012:115, para. 39.
19. Case C-310/17, *Levola Hengelo v. Smilde Foods*, ECLI:EU:C:2018:899, para. 40.
20. Case C-393/09, *Bezpečnostní softwarová asociace – Svaz softwarové ochrany v.*

- Ministerstvo kultury* ECLI:EU:C:2010:816.
21. Case C-355/12 *Nintendo v. PC Box*, ECLI:EU:C:2014:25, para. 23.
22. C-393/09, *Bezpečnostm softwarova asociace - Svaz softwarove' ochrany v. Ministerstvo kultury* ECLI:EU:C:2010:816
23. Case C-833/18, *SI, Brompton Bicycle Ltd v. Chedech/Get2Get*, ECLI:EU:C:2020:461, para. 33.
24. Case C-395/16 *Doceram GmbH v. Ceramtec GmbH*, ECLI:EU:C:2018:172, para. 26.
25. Case C-683/17, *Cofemel v. G-Star Raw*, ECLI:EU:C:2021:721, para. 50.
26. Case R 1950/2015-3, *TeamLava, LLC v. King.com Limited*, (1 December 2016) Decision of the Third Board of Appeal;
27. Case R 1949/2015-3, *TeamLava, LLC v. King.com Limited*, (1 December 2016) Decision of the Third Board of Appeal
28. Case ICD 8538, *Samsung Electronics Co. Limited and others v. Apple Inc.* (12 June 2013) Decision of the Invalidity Division, para. 42
29. Case R 2115/2015-3, *Buck-Chemie GmbH v. Henkel AG & Co. KGaA*, (8 March 2017) Decision of the Third Board of Appeal, Para. 29



Research Paper

Supporting Digital Initiatives in Video Games by Studying EU Law

Nahid Parsa* 

PhD in Private Law, Department of Private Law, Faculty of Law and Political Science, University of Mazandaran, Babolsar, Iran. Email: nahidparsa84@yahoo.com.

Abstract

This article addresses three main questions: What is the legal status of digital designs from the perspective of Iranian laws and EU design law? Is protection limited to the reproduction of physical products or not? And whether the scope of protection includes dimensions such as the use of Does it cover 3D design and conversion to 2D or vice versa? There is no mention of this subject in Iranian law, and no research or writing has been devoted to it. However, in Europe, there are two general views on dimensional transformation: "abstract" and "objective" views, which are two ways of looking at the scope of protection, depending on how the protectability of digital designs is assessed. In the "abstract" theory of protection, it does not matter whether a product exists only as a digital image or has a physical form. From an "objective" point of view, however, it is more challenging to protect digital designs because the scope of protection is often linked to the reproduction of an actual physical product. This article argues that there is no answer to these and similar questions in Iranian law, but under European jurisprudence, most of the questions raised regarding the protection of digital designs and dimensional transformation can be considered resolved. Because the jurisprudence has preferred protection based on the "abstract" viewpoint to the "objective" viewpoint, it has expanded the scope of this type of protection at the level of the European Union. This means that digital use of non-digital designs can now be considered infringement. As a result, rights holders should be more careful in the future when evaluating limitations and exceptions.

* **How to Cite:** Parsa , Nahid . (2024, Winter) “ Supporting Digital Initiatives in Video Games by Studying EU Law ”*Private Law Studies Quarterly*, 53,4: 513 – 531.

DOI :10.22059/JLQ.2024.359827.1007770

Manuscript received: 26 June 2023 ;final revision received: 27 September 2023; accepted: 12 March 2024, published online: 13 March 2024



©2024 by the University of Tehran. Published by the University of Tehran Press.

In Iranian law, Article 1 of the Protection of Authors Act of 1348 refers to what is achieved through innovation as a work without considering the method or form of its expression and emergence (Rehbar and Dehghanpour, 543) (Habiba and Qaim Maggi, 1401:94) and Article 2, Clause 11, which refers to innovative work, is practically an addition (Zarkalam and Mokhuri, 2014: 27-33). Digital designs are often associated with the decision to achieve physical production, but they can also be used only in an intangible way. Designs such as icons in applications and graphical user interfaces are examples of designs made exclusively for digital use. Another example is video games, the building blocks of all games are digital designs. In the software, mobile device, and video game industries, the issue of protecting digital designs is becoming increasingly important because digital designs can be easily copied and used by others. It has been argued that industrial design protection can play a role in effectively protecting digital designs. (Church, 2019: 695)

At the European Union level, design protection is governed by two pieces of legislation: the Design Directive and the Community Design Regulation. Despite the growing importance of design protection, its scope in relation to digital designs is often unclear. These issues are particularly relevant to the question of whether protection applies to the reproduction of physical products and whether the scope of protection covers dimensional changes, such as the use of a three-dimensional design in a two-dimensional form or vice versa. This article refers to this as dimensional transformation because digitization and dimensional transformation are often intertwined. There seem to be two views on this next transformation in the EU: "abstract" and "concrete". In the "abstract" view, protection is considered for all types of production, regardless of the dimensions of the object. In some member states, such as Germany, protection is taken for granted regardless of dimensions. Any use of a protected 3D design in 2D form may be considered an infringement. An "objective" view is that protection is limited to physical goods only. Therefore, according to this view, if the design protection was originally registered for a three-dimensional figure, its use in two-dimensional form is not considered an infringement of the law, or vice versa.

This perspective is particularly prevalent in England, Scandinavian countries, and the United States. Similarly, some researchers consider the lack of a tangible product to be a significant challenge for the protection of design. (McKenna, 2020: 395) The background of the research either includes the investigation of copyright in algorithms (Habiba and Ghaem Maggi, 1401) or intangible technologies (Rehbar and Dehghanpour, 1401). Maybe they have dealt with new information and communication technologies (Shakri and Jafarpour, 1401). Therefore, one of the novel points of this article is the examination of the possibility of supporting digital designs and dimensional transformation. To date, the validity of physical product design and reproduction laws has been successfully challenged at the European Union level. However, in order to consider the problem of dimensional transformation, one must pay full attention to the design protection of digital designs. In order to achieve this, the article first briefly

introduces digital designs and their role in video games before considering the copyright/design relationship in the protection of digital designs. Secondly, this article examines the legal status of digital designs.

Keywords: Digital designs, Dimensional transformation, Video games, Support.

Declaration of conflicting interests

The author declares no potential conflicts of interest with respect to the research, authorship, and/or publication of this article.

Funding

The author received no financial support for the research, authorship, and/or publication of this article.



This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC-BY) license.