

کتابخانه تخصصی



دانشگاه قم

دانشکده حقوق

پایان نامه دوره کارشناسی ارشد حقوق خصوصی

عنوان:

حق بر شهرت و استفاده تجاری از آن

استاد راهنما:

دکتر محمود حکمت نیا

نگارنده:

بشری سادات امامی

تابستان ۱۳۹۴

تاریخ: ۸، ۱۲، ۹۴
 شماره: ۲۵۳۹/۹۴
 بیوست

ش

جمهوری اسلامی ایران
 وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
دانشگاه قم



« صورت جلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد »

با تأییدات خداوند منعال و با استعانت از حضرت ولی عصر (عجل الله تعالی فرجه الشریف)
 جلسه دفاعیه پایان نامه کارشناسی ارشد خانم: بشری سادات امامی العریضی رشته: حقوق خصوصی
 شماره دانشجویی: ۹۲۴۴۰۲۱۰۵۷
 تحت عنوان: " حق بر شهرت و استفاده تجاری از آن"
 با حضور هیأت داوران در محل دانشگاه قم در تاریخ: ۱۳۹۴/۰۷/۲۹ تشکیل گردید.
 در این جلسه پایان نامه با موفقیت مورد دفاع قرار گرفت.
 نامبرده نمره با عدد: ۱۹۱ - با حروف: **نوزده**
 با درجه: عالی (۴) بسیار خوب (۵) خوب (۶) قابل قبول (۷) دریافت نمود.

نام و نام خانوادگی	سمت	مرتبه علمی	امضاء
دکتر محمود حکمت نیا	استاد راهنما	لاشعیر	
دکتر حسن شبیری زنجانی	استاد ناظر	استادیار	
دکتر محمد مهدی عربز الهی	ناظر شکلی و نماینده شورای تحصیلات تکمیلی	استادیار	

مدیر تحصیلات تکمیلی
 نام و امضاء:

 ۹۵، ۸، ۱۱

معاون آموزشی و تحصیلات تکمیلی دانشکده
 نام و امضاء:

نشانی:
 قم، جاده قدیم اصفهان،
 دانشگاه قم
 کد پستی: ۳۷۱۶۱۴۶۶۱۱
 تلفن: ۲۸۵۲۳۱۱
 فکس:
 معاونت آموزش: ۲۸۵۵۶۸۴
 معاونت اداری: ۲۸۵۵۶۸۶
 معاونت دانشجویی: ۲۸۵۵۶۸۸



مدیریت تحصیلات تکمیلی

« تعهد نامه اصالت پایان نامه / رساله »

اینجانب آقای/خانم: سید علی به شماره دانشجویی: ۹۲۰۶۰۲۱۰۵۵۷ دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد دوره دکتری رشته صنایع نساجی که در تاریخ ۱۳۹۴/۷/۲۹ از پایان نامه/رساله خود تحت عنوان: "عزل صوتی در اتاقهای آزمایشگاه" با کسب نمره ۱۹ و درجه عالی دفاع نموده‌ام، بدین وسیله متعهد می‌شوم:

۱- این پایان نامه/رساله حاصل تحقیق و پژوهش انجام شده توسط اینجانب بوده و در مواردی که از دستاوردهای علمی و پژوهشی دیگران (اعم از پایان نامه، کتاب، مقاله و...) استفاده نموده‌ام، مطابق ضوابط و رویه موجود، نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست مربوطه ذکر و درج کرده‌ام.

۲- این پایان نامه/رساله قبلاً برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی (هم سطح، پایین‌تر یا بالاتر) در سایر دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی ارائه نشده است.

۳- چنانچه بعد فراغت از تحصیل، قصد استفاده و هرگونه بهره برداری اعم از چاپ کتاب، ثبت اختراع و... از این پایان نامه را داشته باشم، از حوزه معاونت پژوهشی واحد مجوزهای مربوطه را اخذ نمایم.

۴- چنانچه در هر مقطع زمانی خلاف موارد فوق ثابت شود، عواقب ناشی از آن را می‌پذیرم و دانشگاه قم مجاز است با اینجانب مطابق ضوابط و مقررات رفتار نموده و در صورت ابطال مدرک تحصیلی اینجانب هیچ‌گونه ادعایی نخواهم داشت.

نام و نام خانوادگی متعهد: سید علی

تاریخ و امضاء: ۱۳۹۴/۷/۲۹

صحت امضای دانشجو مورد تأیید است.

ناظر و نماینده تحصیلات تکمیلی

نام و نام خانوادگی: محمد رضا...
تاریخ و امضاء:

تقدیم بہ:

حقیقت حق

- ہنسِ محسّس یگانہ -

لہ در پاسداری از حق، مؤمن و کافر و پلویکار و بدکار را بیک چشم می نبرد و بسش باہمہ

تُلوقاتِ یلی است؛ ہر چند نسبت آنہا با او پلسان میست!

اولہ در تمامی اقیانوس جان ہا نشانہ ہا بس را آشکار می سازدنا " لہ " > " ر " ...

«سُتْرِيهِمْ آيَاتِنَا فِي الْاٰفَاقِ وَ فِي اَنْفُسِهِمْ حَتَّىٰ يَنْبَيِّنَ لَهُمْ اَنَّهُ الْحَقُّ اَوْ لَمْ يَكْفِ بِرَبِّكَ اَنَّهُ عَلٰى كُلِّ شَيْءٍ شَهِيدٌ»

سپاسگزاری

- بعد از سپاس و ستایش خداوند متعال و سلام و درود بر ارواح نورانی همه برگزیدگان پاکش؛
با تمام وجود سپاسگزارم از:
- استاد بزرگوار و والا جناب آقای دکتر محمود حکمت‌نیا؛ که عشق به شاگردی ایشان مرا حوزه از حقوق کشاند، که یکایک کلماتشان درس است و تمامی لحظات در حضورشان سرور؛ که ارشادات کلیدی ایشان روشن کننده مسیر این پژوهش بود؛
- استاد محترم داور، جناب دکتر سیدحسن شبیری زنجانی؛ که زحمت مطالعه و نقد این اثر را متقبل شدند.
- خانم دکتر جیلیان بلک؛ استاد محترم دانشکده حقوق دانشگاه ادینبرو، که هرچند به دلیل عدم اعتماد به فضای آکادمیک ایران، از فرستادن کتاب الهام‌بخشان برای من بی‌مناک بودند، اما از هیچ کمک دیگری در ارسال مقالات، طرح ایده و پیشنهاد منابع اصلی فروگذار نکردند.
- حقوقدان کانادائی، وکیل توانا در عرصه حق شهرت و حقوق سرگرمی، خانم الکساندرا که تجربیات خود و پرونده‌های مطرح دنیا را در اختیارم گذاشت.
- پدر فرهیخته و بسیار مهربان و دلسوزم که همواره در مراحل تحصیل و زندگی منت‌دار همه الطاف و زحمات فروتنانه آن سید بزرگوار هستم؛
- و در آخر سپاس و تعظیم برابر مادر فرزانه و استاد و اسوه بی بدیلم سرکار خانم دکتر مهندس زهرا اخوان صراف؛ او که از ابتدا مرا به حق‌خواهی و دادرزی عمیقاً حساس کرد و اگر نبود دید وسیع و نظر بلندش که از کلان‌ترین و سطوح گرفته تا خردترین جزئیات را وانمی‌گذارد، این اثر به سامان نمی‌آمد.
- در مدح و شکر آن یگانه - که درعین آنکه متعلم را روشن اندیش و نوآور و برای فتح افقهای ناشناخته متهور میکند، سخت به سنت‌های متعالی، پایبند نگه‌میدارد- تنها می‌شود گفت جفت الأقلام و طویت المصاحف ...

چکیده

در دنیای امروز افراد به سرعت دارای آوازه می‌شوند و بموازات آن امکان سوءاستفاده از شهرت ایشان مطرح می‌شود. قاعدتاً قانون بایست مانع از این سوءاستفاده‌ها شود. ظرفیت مهم مطرح در این زمینه "حق شهرت" است که به حق فرد بلندآوازه نسبت به صدا، تصویر یا خصایص شخصیتی وی و سلطه و اختیار او بر تجاری‌سازی آنها اطلاق می‌شود که دیگران حق ندارند عیناً یا با شبیه‌سازی، از آنها بهره ببرند. پژوهش پیش‌رو با تحقیق در مبانی علمی حق شهرت و روشن کردن زوایای نوی این مسئله، نشان می‌دهد سلطه فرد بلندآوازه بر استفاده تجاری از معروفیت خویش حقی مسلم است و باید تحت حمایت حقوقی واقع شود. نیز آشکار می‌کند این حق هرچند در نهادهای حقوقی گذشته نظیر حق بر حریم خصوصی یا حق بر شخصیت یا مالکیت فکری و یا پاره‌ای عناوین فقهی مثل لزوم حفظ عرض و آبرو، ریشه دارد، اما دقیقاً مترادف هیچیک از آنها نیست و با گنجاندن تحت آنها مورد حمایت واقع نخواهد شد؛ پس لازم است متولیان علم حقوق و مجریان آن، این حق را جداگانه ملاحظه کنند. همچنین با در نظر داشتن آنکه این حق در اثر پیشرفت رویه قضایی و تصویب قوانین مختلف، اکنون در کامن‌لا مستقل شده و بسیار توسعه یافته است، این پژوهش به بررسی چگونگی حمایت اقتصادی و معنوی حق شهرت و ضمانت اجرای آن در کامن‌لا پرداخته و ظرفیت‌ها و بایسته‌های حقوق ایران را در هر یک از این موارد مشخص می‌کند.

کلید واژه: آوازه، حق بر شهرت، حریم خصوصی، استفاده تجاری، حقوق مربوط به شخصیت، کامن‌لا.

فهرست مطالب

مقدمه	۱
بخش اول - مفهوم و پیشینه حق شهرت	۸
فصل اول - مفاهیم	۹
مبحث اول - حق	۹
گفتار اول - حق در لغت	۹
گفتار دوم - حق در اصطلاح	۱۲
مبحث دوم - شهرت	۱۳
گفتار اول - معنا شناسی شهرت	۱۳
گفتار دوم - تعریف فرد مشهور	۱۶
گفتار سوم - شهرت به عنوان واقعیت اجتماعی	۱۷
مبحث سوم - حق شهرت	۲۲
گفتار اول - چیستی حق شهرت	۲۲
گفتار دوم - مبانی حمایت از حق شهرت	۲۵
مبحث چهارم - نهادهای مرتبط	۲۹
گفتار اول - نام و علامت تجاری و برند	۲۹
گفتار دوم - رقابت غیر منصفانه	۳۳
گفتار سوم - کپی رایت	۳۷
گفتار چهارم - حق کسب و پیشه	۳۹
فصل دوم - پیشینه	۴۱
مبحث اول - سیر شکل گیری حق شهرت در کامن لا	۴۱

۴۷	مبحث دوم - پیشینه حق شهرت در فقه و حقوق ایران
۴۷	گفتار اول - کاوش در فقه
۶۴	گفتار دوم - کاوش در حقوق ایران
۶۷	بخش دوم - ماهیت و جایگاه حق شهرت
۶۹	فصل اول - ماهیت حق شهرت
۶۹	مبحث اول - حق
۷۰	گفتار اول - دیدگاه های حقوق دانان
۷۳	گفتار دوم - انواع حقوق
۷۵	گفتار سوم - ساختار درونی و هدف حق
۷۸	گفتار چهارم - حق و حکم
۸۰	فصل دوم - جایگاه حق شهرت
۸۱	مبحث اول - حمایت از شهرت بر مبنای حقوق اموال و مالکیت
۸۱	گفتار اول - حقوق مالی، مال، رابطه مالکیت
۸۳	گفتار دوم - عناصر رابطه مالکیت
۸۷	مبحث دوم - حمایت از شهرت بر مبنای حق خلوت و حریم خصوصی
۹۰	مبحث سوم - حمایت از شهرت بر مبنای حقوق مالکیت فکری
۹۳	بخش سوم - حمایت از حق شهرت و ضمانت اجراها
۹۴	فصل اول - حقوق مطرح پیرامون شهرت
۹۴	مبحث اول - موارد تحت حمایت حق شهرت
۹۶	مبحث دوم - حقوق مادی
۹۹	مبحث سوم - حقوق معنوی
۱۰۳	فصل دوم - ضمانت اجرای نقض حق شهرت

مبحث اول – رویه‌های حمایتی و ضمانت اجراها در کامن‌لا	۱۰۳
گفتار اول – رویه حمایتی در آمریکا	۱۰۳
گفتار دوم – طرح دعوا و ضمانت اجراها در آمریکا	۱۰۵
مبحث دوم – ضمانت اجراها در حقوق ایران	۱۰۷
گفتار اول – ضمانت اجرای مدنی	۱۰۷
گفتار دوم – ضمانت اجرای کیفری	۱۱۲
نتیجه‌گیری	۱۱۶
فهرست منابع	۱۲۰

مقدمه

(بیان مسأله

از آنجا که حفظ کرامت، امنیت و سرمایه‌های معنوی و مادی انسان‌ها از اهداف و مقاصد اولیه قانون است، هویت و شخصیت مستقلی که هر یک از آنها با آن شناخته شده و در میان دیگران زندگی می‌کند، بسیار مهم و مورد حمایت حقوق است. منع توهین، جلوگیری از سوء استفاده و جعل هویت، حمایت از حریم خصوصی و ...، جنبه های مختلف صیانت از این هویت و شخصیت است.

پاره‌ای از ویژگی‌های دنیای مدرن یعنی پیشرفت ارتباطات جمعی و تنوع رسانه‌ها، افراد جامعه را در شبکه‌ای عظیم از روابط اجتماعی قرار می‌دهد و وضعیت آنان را به شدت به دیگران گره می‌زند تا آنجا که شخصیت و هویت اجتماعی افراد این قابلیت را دارد که سرعت دارای آوازه و شهرت گردد.

بلندآوازی معمولاً خودبه‌خود پدید نمی‌آید و یا حداقل بسیار گسترده نمی‌شود. از زمانی که شخص یک انسان معمولی مثل سایر افراد اجتماع است و هیچ برجستگی بروز یافته‌ای ندارد، تا آنگاه که به عنوان یک "فرد مشهور" مطرح می‌شود، متحمل زحمات زیادی می‌شود. مجرد وجود استعداد مثلاً آوازخواندن چیز ارزشمندی است؛ آموزش دیدن و پروردن استعدادها تا حدی که شخص توانایی عرض اندام و جلب توجهات را داشته باشد، بر این ارزش می‌افزاید؛ اگر شخص بخواهد در سطح وسیع مورد توجه مردم و مراکز و کمپانی‌ها واقع شود، به فعالیت‌هایی افزون‌تر نیاز دارد و باید به چرخه "مشهورسازی" وارد شود که چه بسا هزینه‌های کلان در بر داشته باشد. خلاف عدالت است که در نهایت این فرآیند آنگاه که شخص به شهرت قابل توجهی رسید، دیگران از طریق استفاده تجاری - یا غیر آن - از شهرت وی به منفعتی بی‌زحمت دست یابند. مثلاً لباسی که تصویر بازیکنی معروف بر آن حک شده یا مدالی که تصویر بازیگری مشهور بر آن نقش بسته، همه ارزش اقتصادی خود را مرهون مواد سازنده و طراحی و شکلش نیست؛ بخش عمده‌ای از این ارزش اقتصادی - و یا حتی ارزش معنوی آن - به دست آمده از معروفیت و محبوبیت شخص صاحب تصویر، به تعبیری می‌تواند حقی مالی برای فرد مشهور محسوب گردد.

توجه به این امر معلوم می‌کند که سلطه فرد بلندآوازه و مشهور بر استفاده تجاری از شهرت و معروفیت خویش، حقی مسلم است و باید تحت حمایت حقوقی واقع شود.

پژوهش حاضر به منظور پاسخگویی به این سؤال کلی شکل گرفته است که حق فرد بر استفاده تجاری از شهرت یعنی معروفیت و بلندآوازی خود چگونه است و چگونه این حق مورد حمایت بوده، باید و می‌تواند باشد؟ هدف‌نهایی این پژوهش آن است که با شناسایی این حق در کشورهای تحت نظام کامن‌لا که در این زمینه پیش‌قدمند، راهی برای پیاده‌سازی آن در نظام حقوقی ایران بگشاید؛ باشد که راه بر نگارش قوانین در این زمینه هموار شود.

(اهمیت مسأله

لزوم حفظ کرامت، امنیت و سرمایه‌های معنوی و مادی انسان‌ها و در نتیجه هویت و شخصیت آنان از یک سو و پیشرفت ارتباطات جمعی و تنوع رسانه‌ها که افراد جامعه را در شبکه‌ای عظیم از روابط اجتماعی قرار از سوی دیگر، رسیدگی به حق شهرت را امری بسیار مهم و ضروری می‌کند.

از سویی برجسته شدن مسئله شهرت و معروفیت، در هر دو سوی آن - یعنی به شهرت رساندن شخص و استفاده از شهرت او - از ویژگی‌های دنیای مدرن است. چراکه تا زمانی که وسایل ارتباط جمعی به صورت امروزی در سطح وسیع، قابلیت طرح و نشر موضوعات و اشخاص را پیش‌رو ننهاده بود اگر مثلاً دانشمند یا هنرمندی به شهرت هم می‌رسید، نه این شهرت از طریق تجاری و صرف هزینه به دست آمده بود نه قابلیت استفاده‌های گوناگون تجاری و جز آن را داشت. قبل از پیش آمدن امکان نشر گسترده، وسایل مطرح مواردی از قبیل تلگرام و روزنامه بودند که هم آنها هم به پخش و نشر اخبار و امور جدی اختصاص داشتند. با پدید آمدن صنعت تبلیغات قبل از نیمه سده نوزدهم، زمینه ایجاد صنعت شهرت نیز فراهم شد. پس موضوع حقوق افراد مشهور نسبت به شهرت خود موضوعی نوپدید است که باید ماهیت آن تبیین و جایگاه آن مشخص گردد و ابهامات این حوزه برطرف شود.

(پیشینه تحقیق)

موضوع حق استفاده از شهرت (آوازه) نخستین بار در سال ۱۹۵۳ در آمریکا مطرح شد. حق شهرت به حق فرد بلندآوازه نسبت به صدا، تصویر یا خصایص شخصیتی وی و سلطه و اختیار او بر تجاری سازی آنها و منع دیگران حق از بهره کشی تجاری از این موارد، اطلاق می شود.

این حق نخستین بار در حقوق آمریکا وجود حقوقی مستقل پیدا کرده است و تا کنون در ۲۸ ایالت در این کشور به رسمت شناخته شده است و به طور ویژه در ایالت کالیفرنیا به آن اهمیت ویژه داده شده است. البته این حقوق هم اکنون مورد توجه بسیاری از کشورهاست و قوانین و رویه های قضایی نسبت به حمایت از آن اقدام می کنند. بر این اساس مطالعات فراوان در حقوق آمریکا نسبت به این حق نوظهور صورت گرفته و حتی کتب مستقلی هم در این زمینه نوشته شده است. با ملاحظه مطالب مربوط می توان گفت در این کشور و نیز سایر کشورهای تحت نظام کامن لاء، هم قوانین مستقل و هم رویه قضایی پویایی راجع به این حق شکل گرفته است.

بنابراین و با در نظر داشتن آنچه در خصوص پیشینه موضوع گفته شد بایستی گفت، نخستین کسی که در این باره مقاله ای مستقل نوشت ملویل نیمر^۱، حقوقدان آمریکایی و استاد دانشگاه کالیفرنیا بود. مقاله وی با نام حق شهرت، در سال ۱۹۵۴ به چاپ رسید و تا کنون مورد استفاده و بحث بسیاری از حقوقدانان متأخر از وی بوده است.^۲

پس از او مجموعه ای از کتب و مقالات، و قوانین ایالتی و فدرال در این خصوص تألیف و تصویب شدند که مهم ترین این کتب را شاید بتوان کتاب حقوق شهرت و خلوت، تألیف جی. تامس مک کارتی^۳، استاد دانشگاه سان -

۱. Melville B. Nimmer

۲. Melville B. Nimmer, The Right of Publicity, Law and Contemporary Problems (Spring)

۳. J. Thomas McCarthy

فرانسیسکو دانست.^۴ و نیز مهم‌ترین قوانین تصویب شده در این زمینه، قانون حمایت از حقوق افراد مشهور کالیفرنیا^۵ و قوانین ایالتی ایندینا و اوهایو هستند که نخستین بار در این زمینه به قانون‌گذاری پرداختند. در حقوق ایران متأسفانه هنوز این حق مطرح نشده‌است. گفتنی است که برخی از نویسندگان در ضمن نوشتارهایی مربوط به حریم خصوصی و یا حقوق مربوط به شخصیت متذکر برخی مصادیق این حق سخن شده‌اند. برای مثال می‌توان به کتاب حقوق حریم خصوصی نوشته دکتر باقر انصاری^۶ و مقاله مسئولیت مدنی ناشی از نقض حقوق معنوی مربوط به شخصیت و حقوق بشر، نوشته دکتر حسن بادینی^۷ اشاره کرد.

(ها و فرضیات

این پروهش در مرحله اول یک پرسش اصلی دارد:

- شهرت چیست و مبنای حقوقی حمایت از آن کدام است؟

نتیجه واکاوی دانش حقوق - یا اثبات فرضیه‌های تحقیق - بعد از مفهوم شناسی شهرت، در این مرحله چنین خلاصه می‌شود:

- هیچ فردی حق ندارد از شهرت و بلندآوازی دیگران در جامعه، بدون رضایت آنان استفاده کند.

بنابراین استفاده تجاری از شهرت و بلندآوازی - که شامل اسم، صدا، تصویر و ویژگی‌های

شخصیتی فرد در جامعه است - برای مقاصد تجاری ممنوع و باعث مسئولیت می‌گردد.

- این حق، زاده تغییر و تحولات جوامع کنونی بوده و نیازمند حمایت حقوقی است.

. J. Thomas McCarthy, The Rights of Publicity and Privacy, Volumes - , West Publishing Company,

. California Celebrities Rights Act.

. مراجعه کنید به: انصاری، باقر، حریم خصوصی، نشر تهران سمت،

. مراجعه کنید به: بادینی، حسن، بهار ، مسئولیت مدنی ناشی از نقض حقوق معنوی مربوط به شخصیت و حقوق بشر، فصلنامه حقوق، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، ():

- حق استفاده تجاری از شهرت و بلندآوازی حقی مستقل است که باید قوانین جداگانه برای حمایت از آن تصویب شود و در حمایت از این حق به حمایت‌های موجود در نهادهای مشابه - مثل حق کسب و پیشه، نام و علائم تجاری، کپی رایت و- نمی‌توان بسنده کرد.

مرحله بعدی تحقیق که به بررسی حمایت از این حق در کامن‌لا و بررسی ظرفیت‌های پیاده‌سازی آن در حقوق ایران پرداخته، با سه پرسش فرعی مواجه بوده است:

۱- سابقه حمایت از حق شهرت در کامن‌لا چگونه است؟

۲- حقوق ایران در رابطه با حق شهرت در چه وضعیتی قرار دارد؟

۳- چگونه می‌توان این حق را وارد نظام حقوقی ایران کرد؟

و پاسخ‌یابی برای این پرسش‌ها نشان داده است:

- حق شهرت در کامن‌لا در سال‌های اخیر به رسمیت شناخته شده و موضوع قوانین متعدد قرار گرفته است.

- این حق در حقوق ایران تا کنون مطرح نشده است، هرچند افراد مشهور تحت عنوان توهین و افتراء و تجاوز به حریم خصوصی می‌توانند شکایت‌هایی بکنند، اما این شکایت‌ها در راستای تحقق حق شهرت نیستند چرا که این افراد تا کنون از حق شهرت خود اطلاعی نداشته، و در نظام حقوقی نیز چنین حقی موجود نبوده است.

- برای پیاده‌سازی این حق در ایران می‌توان شهرت را مال دانست و از حقوق اموال بهره گرفت، به حریم خصوصی متوسل شد و یا در بهترین حالت شهرت را از اموال فکری دانست و تحت قواعد حقوق مالکیت فکری از شهرت حمایت کرد؛ اما هیچ‌کدام از این نهادها جهت حمایت از حق شهرت طراحی مناسب ندارند، بنابراین ایجاد حقی مستقل پیشنهاد می‌شود.

ه) مشکلات تحقیق

موضوع حق شهرت، هرچند حدود بیش از نیم قرن است در عرصه بین‌المللی مطرح است، اما در حقوق ایران بی- سابقه است، به همین دلیل تحقیق در این خصوص نیازمند بررسی آن در حقوق تطبیقی و پیاده‌سازی این حق در

نظام حقوقی ایران بود، بنابراین اکثر منابع پژوهش لاتین بودند و دسترسی به آنها دشوار و بلکه غیر ممکن بود. برای دسترسی به برخی کتب اصلی در زمینه سختی زیادی متحمل و در نهایت - به واسطه عدم همکاری قشر آکادمیک خارج کشور با محققان ایرانی - به این کتب دسترسی پیدا نشد.

جدیدترین کتابی که در این زمینه نگارش شده کتاب حق شهرت و تصویر نوشته دکتر جیلیان بلک است، از ابتدای طراحی این پژوهش نگارنده قصد داشت با تکیه بر این کتاب مسیر را هموار کند، اما متأسفانه با تلاش فراوان از طرق قانونی و غیر قانونی، فراهم کردن این کتاب مسیر نشد. پس از آن نگارنده با مؤلف مرتبط شد، ایشان به علت عدم اعتماد به کشور ایران، کتاب را در دسترس نگذاشتند اما خوشبختانه در دسترسی به دیگر منابع و ارسال مقالات متعدد همکاری فراوان کردند. نیز برای دسترسی به پرونده های روز، با خانم الکساندرا، وکیل دعاوی شهرت و سرگرمی در کانادا ارتباط برقرار شد و بسیاری از پرونده های وکلای خود ایشان و نیز پرونده های روز غرب از این طریق فراهم شدند. بنابراین نگارش این پژوهش، از حیث دسترسی به منابع امری آسان نبود. در نهایت باید گفت، حتی اگر دسترسی به منابع با دشواری خاصی روبرو نبود، امر پیاده سازی حقی که تاکنون در ایران ناشناخته بوده، بسیار حساس و نیازمند تدقیق و گاه اندیشه زیاد جهت واژه یابی و تحلیل مفاهیم غریبه و جای نهادن درست در نظام حقوقی ایران بود.

(ازماندهی تحقیق

این نوشتار از یک مقدمه، سه بخش و یک نتیجه گیری تشکیل می شود. بخش اول طی دو فصل به مفهوم و پیشینه حق شهرت می پردازد. در فصل اول که به مفهوم شناسی اختصاص دارد، پس از بررسی لغوی شهرت و دیگر مفاهیم مرتبط با پژوهش، شهرت به عنوان یک واقعیت اجتماعی بررسی و آنگاه حق شهرت معرفی شده و سپس از نهادهای مرتبط با آن بحث شده است. در فصل دوم - یعنی پیشینه - سیر شکل گیری حق شهرت در کامن لا مرور شده و فقه - با تأملات و مطالعات منابع متعدد و نوعاً اجتهادی - و حقوق ایران به این منظور بررسی و سابقه حق شهرت مورد تدقیق قرار گرفته است.

بخش دوم در دو فصل به مبحث بسیار مهم ماهیت و جایگاه حق شهرت می‌پردازد. در فصل اول ماهیت حق شهرت بررسی شده، و در فصل دوم جایگاه حق شهرت در سه محور حمایت از شهرت بر مبنای حقوق اموال و مالکیت، بر مبنای حریم خصوصی و بر مبنای حقوق مالکیت فکری بررسی می‌شود و جایگاه حق شهرت در میان نهادهای مشابه به عنوان حقی مستقل آشکار می‌شود.

بخش سوم که مربوط به حمایت از حق شهرت و ضمانت اجراهاست، شامل دو فصل است. در فصل اول از حقوق مطرح پیرامون شهرت، یعنی موارد تحت حمایت حق شهرت، حقوق مادی و حقوق معنوی بحث خواهد شد. فصل دوم به بحث در باره ضمانت نقض حق شهرت می‌پردازد که شامل رویه‌های حمایتی و ضمانت اجراها در کامن لا و ضمانت اجرای مدنی و کیفری در حقوق ایران است. در پایان در قسمت نتایج و پیشنهادات، نتایج به دست آمده جمع‌بندی و فهرست می‌شود و آنچه از رهگذر این پژوهش، به منظور حمایت از حق شهرت قابل ارائه به سیستم حقوقی کشور است، تقدیم می‌شود.

بخش اول

مفهوم و پیشینه حقوق شهرت

بخش اول – مفهوم و پیشینه حق شهرت

حق شهرت در ایران، و به طور کلی ادبیات حقوقی فارسی، پدیده‌ای نوظهور بوده و پیش از این سابقه نداشته‌است، به همین دلیل اگر بخواهیم این حق را در نظام حقوق ایران معرفی و پیاده کنیم، لازم است آن را به خوبی بشناسیم و ویژگی‌ها و شرایطش را بدانیم. بنابراین در بخش اول از پژوهش، سعی در یافتن مفهوم دقیق حق، شهرت و حق شهرت، جداسازی آن از نهادهای مشابه حقوقی، مطالعه تاریخچه شکل‌گیری این حق در نظام حقوقی کامن‌لا و یافتن ریشه‌هایی از آن در حقوق ایران و تاریخ فقه خواهیم داشت.

فصل اول – مفاهیم

مبحث اول – حق

گفتار اول – حق در لغت

"حق" در لغت در معانی گوناگونی به کار رفته است. با مروری بر قاموس‌های زبان‌های فارسی عربی و انگلیسی، تلاش می‌شود اصل معنایی یا معنای غالب این واژه به دست آید.

- مهم‌ترین معانی ذکر شده در لغت‌نامه دهخدا برای این واژه عبارت است از راست‌کردن سخن، درست‌کردن وعده، یقین نمودن، ثابت شدن، غلبه کردن به حق، موجود ثابت و نامی از اسامی خداوند

متعال.^۸

- در فرهنگ زبان عمید از حق به معنای راست، درست، ضد باطل، ثابت، واجب، کاری که البته واقع شود... یاد شده‌است.^۹

۸. نامه دهخدا، مدخل "حق". بازیابی شده در <http://www.vajehyab.com/?q=%DAD%D> : اردی‌بهشت

۹. عمید، حسن، فرهنگ فارسی عمید، چاپ نخست، تهران انتشارات اشجع، " "

- فرهنگ المنجد نیز برای واژه حق چند کاربرد و معنا ذکر می‌کند که برخی از آن از این قرار است: ضد

باطل، عدل، مال و ملک، حظ و نصیب، موجود ثابت، امر مقضی، حزم، سزاوار.^{۱۰}

آنچه از مجموعه فرهنگ‌های لغت فارسی و عربی در معنای این واژه به دست می‌آید را می‌توان به صورت زیر فهرست کرد:

راستی، عدالت، ثابت و یقین که در آن جای تردید و انکار نباشد، شایسته و سزاوار، راستی در گفتار، مال، ملک و سلطنت، بهره و نصیب، امر صورت پذیرفته و انجام شده، دوراندیشی، مرگ، واقع،^{۱۱} امتیاز،^{۱۲} باری تعالی، قرآن، امر مقضی و انجام شده، اسلام، موجود ثابت،^{۱۳} الواجب الموجود، یقین بعد از شک،^{۱۴} صلاحیت،^{۱۵} قطعی، پابرجا، مصدر، کار حتمی و قطعی و واقع شدنی،^{۱۶} نقیض باطل،^{۱۷} گفتار حق و مطابق با واقع،^{۱۸} مفرد (واحد) حقوق،^{۱۹} امر نبی(ص)، صفت خدا، رؤیا.^{۲۰}

. معلوف، لويس، المنجد في اللغة، چاپ نوزدهم، بيروت انتشارات كاثوليكية، ص " "

. فرهنگ الفبايي الرائد، ترجمه رضا اترابي نژاد، مشهد، انتشارات آستان قدس رضوی،

. فرهیخته، شمس الدین، فرهنگ فرهیخته (ها و اصطلاحات سیاسی - حقوقی)، تهران زرین، ص

. الزبیدی، محمد مرتضی، تاج العروس من جواهر القاموس، چاپ اول، بيروت دار الفکر،

. شیخ احمد رضا، معجم متن اللغة، بيروت دارمکتبة الحياة،

. دریایی، محمد، قاموس نوین: فرهنگ واژگان و اصطلاحات فارسی - عربی، با مقدمه مهدی محقق، قم انتشارات هدی،

. بندر ریگی، () فرهنگ جدید عربی به فارسی ()

- اسماعیل بن عبّاد، المحيط في اللغة، تحقیق محمدحسن آل یاسین، چاپ اول، بيروت، عالم الكتاب،

؛ فراهیدی، خلیل بن احمد، کتاب العین، چاپ دوم، قم نشر هجرت، ج

- زکریا، معجم مقاییس اللغة، چاپ اول، قم مکتب الاعلام الإسلامی،

. ابراهیم مصطفی و دیگران، المعجم الوسیط، قاهره دار الدعوة، ص

. الجوهری، اسماعیل بن حمّاد الصّاح تاج اللغة و صحاح العربیة، تحقیق محمد محمد تامر، قاهره دار الحديث،

. ابن منظور، محمد بن مکرم، لسان العرب، تحقیق جمال الدین میردامادی، چاپ سوم، بيروت دار الفکر،