



جامعة الشارقة
UNIVERSITY OF SHARJAH

مجلة جامعة الشارقة للعلوم القانونية

مجلة علمية محكمة



حماية الشخصيات الخيالية في ضوء التشريع الأمريكي

حليمة محمد النقبى⁽¹⁾

نزال الكسواني⁽²⁾

تاريخ القبول: 2024-12-05

تاريخ الاستلام: 2024-09-30

ملخص البحث:

مع تطور التكنولوجيا في عصرنا الحديث، وبخاصة التكنولوجيا الرقمية، تتعدد الصناعات الإبداعية، ومنها صناعة الشخصيات الخيالية؛ فهي تمثل قيمة معنوية واقتصادية كبيرة، وتؤدي دوراً مهماً في الأفلام، والروايات، والألعاب الإلكترونية، وغير ذلك من الأعمال الأدبية، والمنتجات الترفيهية، الأمر الذي يجعل حمايتها القانونية ضرورية، وقد سنت الولايات المتحدة الأمريكية قانون الطبع والنشر لحماية هذه الشخصيات، وحماية حقوق المبدعين، وتشجيعهم على الابتكار. وقد قسّم هذا البحث إلى مبحثين وخاتمة، تناولنا في المبحث الأول دور قانون الطبع والنشر في حماية الشخصيات الخيالية، بينما تناولنا في المبحث الثاني دور قانون العلامات التجارية في حماية الشخصيات الخيالية. واتبع البحث المنهج التحليلي، والوصفي، وأدى إلى نتائج عديدة، من أهمها:

1. إن قانون حقوق الطبع والنشر الأمريكي مصممٌ لحماية حقوق المبدعين، ومؤلفي الأعمال الأصلية، ويمنحهم حقوقاً حصريّة لاستخدام وتوزيع وتعديل إبداعاتهم، وتشجيعهم على الابتكار والإبداع.

2. عالج قانون حقوق الطبع والنشر الأمريكي مسألة حماية الشخصيات الخيالية، وذلك من خلال منح المؤلفين بعض الحقوق الحصرية لحماية أعمالهم، بما فيها الشخصيات الأصلية الواردة فيها؛ حتى يتمكن المؤلفون من الحصول على عائدٍ عادل من جهودهم المبذولة في التأليف.

الكلمات الدالة: حماية الشخصيات الخيالية، قانون الطبع والنشر، قانون العلامات التجارية

(1) كلية القانون - جامعة الشارقة (الشارقة - الإمارات العربية المتحدة)

u20105098@sharjah.ac.ae

(2) كلية القانون - جامعة الشارقة (الشارقة - الإمارات العربية المتحدة)

المقدمة:

في عصر العولمة وتوسع التكنولوجيا الرقمية، باتت الشخصيات الخيالية تمثل قيمةً معنويةً واقتصاديةً كبيرةً؛ إذ تتجاوز أهميتها الحدود الثقافية؛ لتصبح عناصر مركزية في الصناعات الإبداعية العالمية، وتؤدي الشخصيات الخيالية دورًا حيويًا في الأفلام، والروايات، والألعاب الإلكترونية، وغيرها من المنتجات الترفيهية، مما يجعل حمايتها القانونية ضروريةً للحفاظ على حقوق الملكية الفكرية، وتشجيع الابتكار والإبداع في هذا الإطار، ويبرز قانون الطبع والنشر الأمريكي باعتباره أداةً فعّالةً لحماية هذه الشخصيات، مانحًا المبدعين القدرة على التحكم في استخدام مؤلفاتهم، واستغلالها تجاريًا

ويعدُّ قانون حقوق الطبع والنشر، المنصوص عليه في الباب 17 من قانون الولايات المتحدة الأمريكية، بمنزلة حجر الزاوية في قانون الملكية الفكرية، وهو مصمَّم لحماية حقوق المبدعين، ومؤلفي الأعمال الأصلية، ويمنحهم حقوقاً حصريّة لاستخدام وتوزيع وتعديل إبداعاتهم لمدة محدودة، ومن ثمّ تشجيع الابتكار والإبداع. ويُعرّف قانون حقوق الطبع والنشر الأمريكي الأعمال المؤهّلة لحماية حقوق الطبع والنشر بأنها: «الأعمال الأصلية للتأليف، المثبتة في أي وسيلة تعبير ملموسة» (U.S.C. § 102 17). ويشمل هذا التعريف نطاقاً واسعاً من أشكال التعبير الإبداعي، بدءاً من الأعمال الأدبية، والفنية، وحتى الموسيقى، والأفلام، مما يضمن إطاراً قانونياً شاملاً لحماية حقوق المبدعين

أهمية البحث:

تبرز أهمية البحث في أنه يعالج موضوعاً واقعيًا وعمليًا يتعلق بمدى حماية الشخصيات الخيالية في ظل قانون حقوق الطبع والنشر الأمريكي. وبيان النصوص القانونية المتعلقة بحماية الشخصيات الخيالية ومدى جدتها في ذلك.

أسباب اختيار الموضوع:

من الأسباب التي دفعت الباحثة إلى الكتابة في هذا الموضوع:

1. رغبة الباحثة في الكتابة في هذا الموضوع لحدائته وحيويته.
2. الاطلاع على النصوص القانونية المتعلقة بحماية الشخصيات الخيالية، واستجلاء فحواها.

مشكلة البحث: تتجلى مشكلة البحث في الأسئلة الآتية:

1. هل عالج قانون حقوق الطبع والنشر الأمريكي مسألة حماية الشخصيات الخيالية؟
2. ما شروط حقوق الطبع والنشر والملك العام في حماية الشخصيات؟
3. هل يوفر قانون حقوق الطبع والنشر الأمريكي حماية للشخصيات والألقاب؟
4. ما دور قانون العلامات التجارية في حماية الشخصيات الخيالية؟
5. ما نطاق حماية الشخصيات الخيالية في قانون الطبع والنشر الأمريكي؟

أهداف البحث:

1. معرفة مدى جدية قانون حقوق الطبع والنشر الأمريكي في حماية الشخصيات الخيالية.
2. ذكر شروط حقوق الطبع والنشر والملك العام.
3. الكشف عما يدخل في حماية قانون حقوق الطبع والنشر الأمريكي.
4. بيان دور قانون العلامات التجارية في حماية الشخصيات الخيالية.
5. إبراز نطاق حماية الشخصيات الخيالية.

الدراسات السابقة:

بعد البحث والتصفح في مظان عناوين الكتب، والبحوث المحكمة، والرسائل العلمية، لم ننف على دراسة سابقة تحدثت عن «حماية الشخصيات في ضوء التشريع الأمريكي».

منهج البحث:

اتبع البحث منهجية تحليلية، ووصفية؛ لفهم الآليات القانونية التي يستخدمها قانون الطبع والنشر الأمريكي في حماية الشخصيات الخيالية

خطة البحث:

تتجلى خطة البحث في مبحثين، وخاتمة، على النحو الآتي:

المبحث الأول: دور قانون الطبع والنشر في حماية الشخصيات الخيالية، وفيه ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: حماية الشخصية ونطاقها.

المطلب الثاني: شروط حقوق الطبع والنشر والملك العام.

المطلب الثالث: حماية حقوق الطبع والنشر للشخصيات والألقاب.

المبحث الثاني: دور قانون العلامات التجارية في حماية الشخصيات الخيالية، وفيه مطلبان:

المطلب الأول: حماية الشخصيات الخيالية ونطاقها.

المطلب الثاني: حماية الشخصية الخيالية من خلال العلامات التجارية.

الخاتمة: وفيها أهم النتائج والتوصيات.

المبحث الأول: دور قانون الطبع والنشر في حماية الشخصيات الخيالية

لا شك في أنّ الشخصيات الخيالية كانت نتيجة الثقافة الشعبية التي كانت منتشرة في القصص المصورة، والأفلام، وتشمل الشخصيات الخيالية شخصيات بشرية خيالية، مثل: طرزان، أو جيمس بوند، بالإضافة إلى شخصيات غير بشرية، مثل: (Wood Toy)، أو (ميكى ماوس)، كما تشمل الشخصيات الخيالية الأعمال الأدبية، مثل: ((Raponzel، أو الرسوم الكاريكاتورية، مثل: (Tintin)، ومن ثمّ يمكن أن تكون الشخصيات الخيالية إما أدبية، أو بصرية⁽¹⁾.

ويعدّ الباب 17 من قانون حقوق الطبع والنشر الأمريكي لسنة 2014م بمثابة حجر الزاوية في قانون الملكية الفكرية؛ إذ صُمم لحماية حقوق المبدعين، ومؤلفي الأعمال الأصلية، ويمنحهم القانون حقوقاً حصريّة لاستخدام وتوزيع وتعديل إبداعاتهم لمدة محدودة،

(1) Valentine Labaume, The Protection of Fictional Characters Under EU Intellectual Property Law, Stockholm Intellectual Property Law Review, 2021, V4, Issue2, P:34.

ومن ثمّ تشجيعهم على الابتكار والإبداع. وقد عرّفت المادة 102 من الباب 17 من قانون حقوق الطبع والنشر الأعمال المؤهلة لحماية حقوق الطبع والنشر بأنها: «أعمال التأليف الأصلية المثبتة في أي وسيلة تعبير ملموسة». ويشمل هذا التعريف نطاقاً واسعاً من أشكال التعبير الإبداعي، بدءاً من الأعمال الأدبية، والفنية، وحتى الموسيقى، والأفلام، مما يضمن إطاراً قانونياً شاملاً لحماية حقوق المبدعين

وقد أدّى قانون حقوق الطبع والنشر الأمريكي لسنة 2014 دوراً بارزاً في حماية الشخصيات الخيالية بعد أن واجه (شيرلوك هولمز) في قضية «The Mystery of the Public Domain» انتهاكاً، وطلب من الدائرة السابعة الموازنة بين المصالح المتنافسة لملكية منشئ مشروع (شيرلوك هولمز)، وبين مصالح المؤلفين في استخدام الشخصية في أعمال خيالية جديدة⁽¹⁾. وقد استنتجت المحكمة أنّ (آرثر كونان دويل) وممتلكاته قد استغلوا شخصية (هولمز) بقدر ما يسمح به قانون حقوق النشر⁽²⁾.

كما منح قانون حقوق الطبع والنشر الأمريكي لسنة 2014 والدستور الأمريكي المؤلفين بعض الحقوق الحصرية لحماية أعمالهم، بما فيها الشخصيات الأصلية الواردة فيها؛ حتى يتمكن المؤلفون من الحصول على عائدٍ عادل من جهودهم⁽³⁾. وفي الوقت نفسه، يحد ذات القانون من احتكار مالك الشخصية من خلال ما يأتي: «1» قصر الحماية الممنوحة للشخصيات التي تم تطويرها بالكامل فقط. «2» السماح للآخرين بإنشاء واستغلال شخصيات متشابهة، ولكنها غير مخالفة، تشترك في السمات الشائعة في الخصائص والنوع. «3» السماح للطرف الثالث بالاستخدام العادل للشخصيات. «4» ضمان انتهاء حقوق النشر بالنسبة للشخصيات المحمية، مما يؤدي إلى إدخال هذه الشخصيات إلى الملكية العامة. وبينما يمتلك أصحاب الشخصيات مجموعة متنوعة من الأدوات القانونية لحماية أعمالهم، إلا أنّ هذه الأدوات القانونية ليست مطلقة؛ إذ يمكن للجمهور استخدام الشخصيات المملوكة للآخرين من خلال مبدأ الاستخدام العادل، وحقوق حرية التعبير⁽⁴⁾.

- (1) Amanda Schreyer, Overview of Legal Protection for Fictional Characters: Balancing Public and Private Interests, 2015, V6, Issue1, P:52. See also: Klinger v. Conan Doyle Estate, Ltd, 755 F.3d 496, 7th Cir. 2014.
- (2) Id. at 503.
- (3) U.S. CONST. art. I, § 8, cl. 8.; U.S. CONST. amend. I.
- (4) Amanda Schreyer, Overview of Legal Protection for Fictional Characters: Balancing Public and Private Interests, 2015, V6, Issue1, P:52.

كما يجب على أصحاب الشخصيات الجديدة، والمبدعين، التعرف إلى الحماية القانونية الممنوحة للشخصيات الخيالية؛ لاستغلال الشخصية، وحمايتها، على أفضل وجه، وبمرور الوقت، يجب على منشئي الشخصيات مراعاة الحماية القانونية أثناء تصور الشخصيات، وتصميمها

وسيتطرق البحث إلى حماية الشخصيات الخيالية في ضوء قانون حقوق الطبع والنشر الأمريكي لسنة 2014، وذلك من خلال المطلبين الآتيين:

المطلب الأول: حماية الشخصية ونطاقها

تتمثل حماية الشخصية من خلال قانون حقوق الطبع والنشر الأمريكي لسنة 2014 في أنها تمنح المؤلفين والمبدعين حقوقاً حصريّة لأعمالهم، ولكن ليس للأفكار، أو الإجراءات، أو طرق التشغيل، أو المفاهيم الحسابية، ومع ذلك، لا يشير القانون صراحة إلى ما يُشكّل عملاً. وقد ذهبت المحكمة الأوربية في قضية (Levola Hengelo BV v Smilde Foods BV) إلى أنه حتى يشكل عملاً، يجب أن يكون العمل تعبيراً عن الإبداع الفكري للمؤلف، ويجب التعبير عنه بطريقة تُمكن من التعرف على العمل بدقة وموضوعية كافية. كما تمتد هذه الحماية -أيضاً- إلى الأجزاء الفردية من العمل، باعتبار أنها تشترك معها في الأصالة من العمل كله⁽¹⁾.

وفي قضية (Mazer v. Stein) رأت المحكمة أن قانون حقوق الطبع والنشر الأمريكي لسنة 2014 يوفر حقوقاً حصريّة للأعمال الإبداعية، بما في ذلك أن تكون الشخصيات الخيالية أصلية وثابتة في وسيط ملموس، وتعني الأصالة عموماً: «الإبداع المستقل، وإن كان ضئيلاً»، وعلى افتراض أنه يمكن متابعة التسجيلات المتعلقة بالشخصيات الخيالية، والحفاظ عليها بشكل صحيح؛ بحيث يحتاج المرء إلى النظر في المدى الذي يمكن أن تصل إليه الحماية الممنوحة بموجب التسجيل. وبالرغم من أن القانون يمنح عدداً من الحقوق لمالك العلامة التجارية، إلا أن قابليته للتنفيذ تقتصر على الحالات التي يكون فيها استخدام علامة مطابقة، أو مشابهة⁽²⁾.

لقد كانت المحاكم أكثر تساهلاً في حماية الشخصيات التي لديها نوع من العناصر البصرية الملموسة، مما كانت عليه في حماية الشخصيات الأدبية، التي تعتمد صورتها

(1) Levola Hengelo BV v Smilde Foods BV, Case C-310/17, ECLI:EU:C:2018:899, para: 33.

(2) Eleonora Rosati, Pranderella: Brands and fictional characters (LexisNexis, coll. IRPI, 2020), P:11.

-فقط- على تجريدات العقل البشري. ويمكن ملاحظة ذلك في قضية (Hill v. Whalen & Martell)؛ إذ رأت المحكمة أنَّ الشخصيتين المسرحيتين (Mutt and Jeff) كانتا نسختين كرتونيتين لشخصيتي المدعي «Mutt and Jeff». ورأت المحكمة أنَّ الإنتاج المسرحي انتهك الرسوم المتحركة للمدعي؛ لأن شخصيتي (Mutt and Jeff) هما في الواقع (Mutt and Jeff)، وأن كل من رأى هذه الشخصيات فهم العلاقة⁽¹⁾.

وتُعَدُّ قضية (Detective Comics v. Bronze Publishing) لعام 1940م مهمة أيضاً- لتحديد حماية حقوق الطبع والنشر للأحرف الرسومية، وهنا ابتكر المتهمون شخصية اسمها «الرجل المعجزة»، تتمتع بالخصائص الجسدية والعاطفية التي تتمتع بها الشخصية الكرتونية المعروفة «سوبرمان». ورأت المحكمة أنَّ المدعى عليهم قد نسخوا أكثر من الأنواع والأفكار العامة لـ «سوبرمان»، واستولوا -أيضاً- على تفاصيل وتجسيديات مصورة وأدبية في حقوق الطبع والنشر الخاصة بصاحب الشكوى، ورفضت المحكمة منح الحماية للأفكار العامة بشأن الشخصية، ولا يمكن منح الحماية إلا عندما يتم تصوير الشخصية بتفاصيل كافية. ويجب أن تتحول الشخصية من مجرد فكرة إلى تعبير، ولا يمكن الدفاع عن مفهوم الرجل صاحب «القوى الخارقة»، لكن إذا أُلِيت هذه الفكرة سمات محددة، مثل: «الرجل الخارق»، تصبح الشخصية تعبيراً لشخص آخر لديه الحرية في تطوير شخصية ذات «قوى خارقة»، ولكن بخصائص وشخصيات مختلفة عن الشخصية الحالية لـ «سوبرمان»⁽²⁾؛ ونظراً لأن الصور يمكن التعرف عليها أكثر من الأوصاف الأدبية، فإن الشخصيات التصويرية محمية بسهولة أكبر، وبشكل مستقل عن سياقها الأصلي⁽³⁾.

ومن أجل التشجيع على تأليف أعمال جديدة، وتعزيز الملك العام، يمثل قانون حق المؤلف اتفاقاً منظماً بعناية، يُمنح فيه المؤلفون حقوقاً استثنائية محددة، لمدة زمنية محدودة، تتمثل في حماية المؤلفين، وحقهم في كيفية إدارة أعمالهم الفنية. وهذا يشمل امتلاك الحق الوحيد في أداء وإعادة إنتاج أعمالهم، وكذلك القدرة على إنشاء أعمال مشتقة، طالما أنَّ حقوق الطبع والنشر الخاصة بهم صالحة، ومع ذلك، لا يزال يُسمح للجمهور باستخدام العمل بطريقة معقولة

(1) Hill v. Whalen & Martell Inc, 220 F. 359, S.D.N.Y. 1914.

(2) Detective Comics v. Bruns Publications, 111 F.2d 432 (2d Cir. 1940).

(3) See also: Davidow Lawrence L, Copyright Protection of Fictional Characters: A Trademark-Based Approach to Replacing Nichols, Columbia Journal of Law and the Arts, 1984, V8, Issue 513, P:544.

وتستند اتفاقية حقوق الطبع والنشر «إلى فرضية أن الجمهور يستفيد من الأنشطة الإبداعية للمؤلفين»، وتفترض أن حماية حق المؤلف لن تكون مسوغة في غياب المنفعة العامة⁽¹⁾.

وتوفر حماية حقوق الطبع والنشر للمؤلفين آلية قانونية في التحكم في استخدام واستغلال الشخصيات التي يخلقونها؛ إذ يُسمح للمؤلفين في جني فوائد عملهم الإبداعي، والتأثير على تطوير شخصياتهم في الأعمال اللاحقة، ومنع الآخرين من اختلاس ملكيتهم الفكرية، ومع ذلك، فإن هذا المفهوم لحماية حق المؤلف للشخصيات الخيالية على افتراض أن الشخصيات الخيالية تستحق الحماية من حقوق الطبع والنشر، منفصلة عن العمل الأصلي الذي يظهر الحرف أولاً، والشخصيات الخيالية هي مجرد جانب واحد من عمل أكبر، مثل: كتاب، أو الفيلم الذي يخضع في حد ذاته لحماية حقوق النشر

فعلى سبيل المثال إذا لم يخضع (Mickey Mouse) لحماية حقوق الطبع والنشر بشكل منفصل عن الرسوم المتحركة الأصلية التي ظهر فيها لأول مرة لن يكون (Walt Disney)⁽²⁾.

ولفصل الشخصيات عن عملهم، ينظر إلى الشخصيات الخيالية -عموماً- على أنها مكونات الأعمال التي تظهر فيها، ويترك هذا الرأي فجوة كبيرة في حماية الشخصيات خارج عملها الأصلي؛ إذ قد تظهر أي شخصية في العديد من الأعمال، وقد تظهر -أيضاً- قبل تضمينها في عملها المحمي بحقوق الطبع والنشر⁽³⁾.

ويصعب حماية الشخصيات الأدبية بشكل خاص؛ لأن لها «وجوداً ملموساً فقط- في الكلمات، والصور المحددة، والأصوات التي أنشأها مؤلفوها، كل قارئ يستخدم هذه الأوصاف للتوصل إلى صورتهم الذهنية الخاصة عن حرف، ويفسر القراء المختلفون وصف المؤلف لشخصية بطرق فريدة؛ ويملؤون الفجوات التي تركها المؤلف، وإصدار أحكام وافتراضات بشأن الشخصية، باستخدام مجموعات فريدة من القيم⁽⁴⁾.

- (1) Foley Kathryn M, Protecting Fictional Characters: Defining the Elusive Trademark-Copyright Divide Note, Connecticut Law Review, 2009, V20: P:924.
- (2) Foley Kathryn M, Protecting Fictional Characters: Defining the Elusive Trademark-Copyright Divide Note, Connecticut Law Review, 2009, V20: P:925.
- (3) Spahn Kenneth E, The Legal Protection of Fictional Characters, U. Miami Ent. & Sports L. Rev, 1992, V9, Issue 2, P:336.
- (4) Jasmina Zecevic, Distinctly Delineated Fictional Characters That Constitute the Story Being Told: Who Are They and Do They Deserve Independent Copyright

ومن ثم، فإنّ الطابع المستقل من الصعب تعريفه، أو فهمه بوضوح؛ إذ لا يتصور تعريف شخصية معينة بالضبط؛ لأنّ المؤلفين الجيدين، على الأقل لا يسردون جميع الخصائص من شخصياتهم الخيالية في بداية العمل، وتتطور الشخصية في جميع أنحاء الكتاب، من خلال تفاعلاتها مع الآخرين، وكذلك من خلال إنجازاتها، وإخفاقاتها، وردود أفعالها

ولا بد أن تكون الشخصية محددة بما فيه الكفاية لتوفير حماية حقوق الطبع والنشر. و« يجب ألا تنتقل الشخصية إلى المستوى التالي، إلا إذا تم تطويرها بما يكفي لتصبح أكثر من مجرد فكرة، ومن ثمّ يحق لها حماية حقوق النشر إذا ما كان «المتعدي المزعم قد نسخ مثل هذا التطور، ويجب أن يكون هناك نسخ فعلي للتعبير من أجل إثبات الانتهاك⁽¹⁾.

ويحق للعمل الأدبي الحماية لأغراض الملكية الفكرية، ويظل من غير المؤكد ما إذا كان ينبغي توسيع هذه الحماية لتشمل الشخصيات الخيالية داخل العمل، ومنفصلة عنه، وإذا مُنحت الحماية، فلن يُسمح حتى للعمل الأدبي الأصلي باستخدام نفس الشخصية في قصته، والسؤال الذي أثاره العديد من المعلقين هو: «ما الذي يشكل شخصية خيالية يمكن حمايتها؟ و «تتكون الشخصية الخيالية من ثلاث مكونات، «اسمها، ومظهرها الجسدي أو البصري، وسماتها الجسدية وسماتها أو خصائصها الشخصية التوصيف»

ويتم تطبيق الاختبار الذي تم تطويره في (Pictures Universal v Nichols) إذا تم تحديد حقوق الطبع والنشر للشخصيات الخيالية، ومع ذلك كانت القرارات في هذه القضايا غير متسقة، بالرغم من أنّ الرأي السائد مَنَح حماية حق المؤلف بشكل عام في تلك الحالات التي يتبيّن فيها أنّ الشخصية الخيالية محمية؛ فإنّ الشخصية التي يتم نسخها «تم تحديدها بشكل مميز» (أو تم تطويرها بالكامل) في العمل الأصلي، وقد تم اختلاس تعريف الشخصية في عمل الناسخ⁽²⁾.

ويصبح بعض الأشخاص مشهورين؛ بسبب الشخصيات التي يصورونها، أو الشخصيات التي يتبنونها، ويمكن أن يكون لاسم تلك الشخصية ومثالها قيمة كبيرة، على عكس قانون

Protection?, Vanderbilt Journal of Entertainment and Technology Law, 2020, V8, P:368.

- (1) Jasmina Zecevic, Distinctly Delineated Fictional Characters That Constitute the Story Being Told: Who Are They and Do They Deserve Independent Copyright Protection? Vanderbilt Journal of Entertainment and Technology Law, 2020, V8: P:369.
- (2) Amanda Schreyer, Overview of Legal Protection for Fictional Characters: Balancing Public and Private Interests, 2015, P:54.

حقوق النشر والعلامات التجارية، فإنَّ حقوق الدعاية تعتمد على الدولة (سواء كان في القانون الخاص أو العام)، ومن ثمَّ فهي ليست موحدة في جميع أنحاء البلاد بشكل عام، وتحظر القوانين الاستخدام غير المصرح به لاسم الشخص، أو صورته لأغراض تجارية، ويمنح حق الدعاية الشخص الحق الحصري في التحكم في الاستغلال التجاري لاسمه ومثاله، وقد استخدم الأفراد قوانين حق الدعاية لمنع الآخرين من الاستغلال التجاري للشخصيات، أو الشخصيات التي يصورونها، علاوة على ذلك، لن يتم منع مطالبات حق الدعاية بموجب قوانين حقوق الطبع والنشر، أو العلامات التجارية، إذا كانت هذه المطالبات تتناول حقوقاً مختلفة عن تلك المحمية بموجب حقوق الطبع والنشر والعلامات التجارية، مثل: الشخصية، أو الشبه⁽¹⁾.

وتتوفر حقوق ملكية فكرية مختلفة لحماية الشخصيات الخيالية، وفيما يتعلق بحق المؤلف، قد تسود الشكوك بشأن تصنيف الشخصيات على أنها مصنوعات قائمة بذاتها، تتمتع بحماية حق المؤلف بمعزل عن المصنفات التي ترد فيها، بالإضافة إلى ذلك، فإنَّ حماية حقوق الطبع والنشر محدودة بوقت، وتشمل المظهر الخارجي لهذه الشخصيات، ومن ثمَّ، قد تُقدم حماية العلامة التجارية جاذبية معينة؛ نظراً لحقيقة أنها يمكن أن تكون دائمة تقريباً، وتعلق بعناصر لا ترتبط بالضرورة بالمظهر الخارجي للشخصية⁽²⁾.

كما أنَّ من المفاجئ أن تجد المحاكم أنَّ الشخصيات الخيالية تتمتع بحقوق الطبع والنشر، وتمارس هذا الحق عادة، بينما لا تذكر قوانين حقوق الطبع والنشر الشخصيات الخيالية، بل تتحدث عن حماية المصنفات؛ فعلى سبيل المثال، ينص قانون حقوق الطبع والنشر في الاتحاد الأوروبي في المادة 101/1990م⁽³⁾ على أنه: «تنص الدول الأعضاء على الحق الحصري في السماح، أو حظر النسخ المباشر، أو غير المباشر، المؤقت أو الدائم، بأي وسيلة، وبأي شكل، كلياً أو جزئياً، من الأعمال، ولم يتم ذكر الشخصيات الخيالية». وفي الناحية الأخرى ينص قانون حقوق الطبع والنشر في الولايات المتحدة في المواد 102-104 على أنَّ: «أعمال التأليف الأصلية المثبتة في أي وسيلة تعبير ملموسة» قد تكون محمية بحقوق الطبع والنشر، ويضيف أنه: «لا تمتد حماية حقوق الطبع والنشر للعمل الأصلي للتأليف بأيِّ حالٍ من الأحوال إلى أي فكرة، أو إجراء، أو عملية، أو نظام، أو طريقة تشغيل، أو مفهوم، أو مبدأ، أو اكتشاف، بغض النظر عن الشكل الذي يتم وصفه، أو

(1) James O. Young, Appropriating Fictional Characters, P:129.

(2) Ibid, P:129.

(3) 17 U.S. Code § 101 – Definitions, <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/17/101>.

شرحه، مصور، أو مجسد في مثل هذا العمل»⁽¹⁾.

وتم التأكيد مجدداً على وجهة النظر القائلة بأن الشخصيات محمية بحقوق الطبع والنشر من قِبَلِ القاضي (ليرند هاند)، وتكون حماية حقوق الطبع والنشر «مستقلة تماماً عن «الحبكة» الصحيحة، طالما تم تطوير الشخصيات بشكل كافٍ»، فمن وجهة نظر (هاند)، فإن الأحرف الأصلية ليست محمية بموجب حقوق الطبع والنشر، وقد رفضت المحاكم الأمريكية اللاحقة هذا الرأي، ورفضت قضية ((Disney ضد Air Pirates))، إذ كانت مجموعة قرصنة الهواء ذات أهمية خاصة في السبعينيات؛ إذ كانت مجموعة من رسامي (الكاريكاتير) الذين أنتجوا رسوماً هزلية مضادة للثقافة شاركت فيها شخصيات ((Disney))، بما في ذلك (Mickey Mouse)، في أنشطة جنسية، وتعاطي المخدرات، وبالإشارة إلى قضية (هاميت)، ذكرت محكمة قرصنة الهواء أنه: «في حين أن العديد من الشخصيات الأدبية قد لا تجسد أكثر من مجرد فكرة غير محمية، فمن المرجح أن تحتوي شخصية الكتاب الهزلي، التي تتمتع بسمات جسدية ومفاهيمية على بعض عناصر التعبير الفريدة؛ ونظراً لأن شخصيات الكتاب الهزلي يمكن تمييزها عن الشخصيات الأدبية، فإن لغة (Warner Bros) لا تمنع حماية شخصيات ((Disney⁽²⁾)).

يقودنا هذا إلى السؤال الأهم وهو: «في أي وقت تصبح الفكرة تعبيراً؟ يُعرف هذا أيضاً باسم ثنائية التعبير عن الفكرة، وبالرغم من أن معظم الشخصيات الأدبية لا تجسد أكثر من مجرد فكرة محمية، فمن المرجح أن تحتوي شخصية الكتاب الهزلي، التي تتمتع بسمات جسدية ومفاهيمية، على بعض عناصر التعبير الفريدة، مثل: ما تفكر فيه الشخصية، وتشعر به، وتقلبه، والأوصاف التي ينقلها المؤلف من خلال تعليقات الشخصيات الأخرى في العمل، وكذلك الإدراك البصري الذي يميل إلى خلق انطباع سائد لذلك، وعندما تلبس الفكرة مثل هذه السمات، والصفات الفريدة، ومزيج معين من العناصر المختلفة التي تمت مناقشتها أعلاه، فإنها لا تعد فكرة، بل تصبح تعبيراً عن الفكرة. وتعتبر المحاكم الشخصية تعبيراً، ومن ثم فهي قابلة لحقوق الطبع والنشر، فقط عندما يتم تعريفها بشكل كافٍ؛ ولذلك يمكن القول: إن اختبار «تحديد الشخصية» هو النقطة التي تتحول عندها الفكرة إلى تعبير، ومن ثم تصبح قابلة للحماية، ولكن هذا سيبقى دائماً مفهوماً ذاتياً يجب على المحكمة أن تقرر ما إذا كانت الشخصية محددة بشكل كافٍ، ومن ثم، يجب التعامل مع كل نزاع بشأن حماية الشخصية على أساس كل حالة على حدة، ولا يمكن تحديد

(1) Eleonora Rosati, Pranderella: Brands and fictional characters (LexisNexis, coll. IRPI, 2020), P:13.

(2) Warner Bros. Pictures, Inc. v. Columbia Broadcasting System, Inc. 216 F.2d 945, 9th Cir. 1954.

أي معيار موضوعي لتحديد ذلك⁽¹⁾.

إنّ هذه التأمّلات الوجودية بشأن الأعمال والشخصيات لها آثارٌ عملية، وتنصّ قوانين حقوق الطبع والنشر وبخاصة قوانين حقوق الطبع والنشر الأمريكية في المادة رقم 102 صراحةً على أنّ الأعمال -فقط- هي التي يجوز أن تخضع لحقوق الطبع والنشر؛ نظراً لأن الشخصيات الخيالية ليست أعمالاً، فهي لا تنتمي إلى نوع الأشياء التي قد تكون محمية بموجب حقوق الطبع والنشر، وقد يعترض البعض على هذا الاستنتاج بالقول: إنّ «العمل» ليس له في القانون نفس المعنى الذي له في فلسفة الفن، بينما في فلسفة الفن الشخصية الخيالية ليست عملاً، قد يظن البعض، أنها عمل داخلي، وبمعنى قوانين حق المؤلف يتم تقييد هذا الاعتراض من خلال حقيقة أن قوانين حقوق الطبع والنشر، مثل: قانون حقوق الطبع والنشر الأمريكي، لا تقدم تعريفاً لـ «العمل»، ومع ذلك، يوفر قانون حقوق الطبع والنشر الأمريكي في المادة 102 قائمة بالفئات، بما في ذلك «الأعمال الأدبية»، و«الموسيقية»، «الأعمال»، و«الأعمال التصويرية والرسومية والنحتية»، وأنواع أخرى من أعمال الإبداع، كلها تقع ضمن فهمنا الفني القياسي للمصطلح، ولا يوجد في القانون ما يشير إلى أنّ الشخصية هي عمل، وأخطأت المحاكم عندما قامت بتوسيع حماية حقوق النشر لتشمل الشخصيات الخيالية⁽²⁾.

المطلب الثاني: شروط حقوق الطبع والنشر والملك العام

حقوق الطبع والنشر هي أداة قانونية تمنح الكُتّاب التحكم في كيفية استخدام أعمالهم الفكرية، وهدفها الرئيس هو تعزيز الإبداع، وتبادل الأعمال الإبداعية؛ حتى يتمكن عامة الناس من الاستفادة من العمل الشاق للمؤلفين. وقد لخص (أنتوني ترولوا) -بايجاز- أنّ منح مالكي حقوق الطبع والنشر الحق الوحيد في الاستفادة من استخدامات معينة للعمل المحمي بحقوق الطبع والنشر، مثل: النسخ، والأداء، وإنشاء أعمال مشتقة، يشجع الإبداع بمجرد أن يتم تثبيت قطعة من العمل في شكل ملموس، وتستمر لمدة محددة من الوقت، على النحو المنصوص عليه من قِبَل كل من الولايات المتحدة، وقانون حقوق النشر⁽³⁾.

إنّ الغرض من الحماية هو تعزيز التقدم والابتكار في المساعي الفنية من خلال تمكين الكُتّاب، أو المبدعين من السيطرة على أعمالهم دون أن يفقدوا حقوقهم ومساعدتهم الفنية، (مع

(1) James O. Young, Appropriating Fictional Characters, P:158.

(2) وهذا هو الموقف الذي نادى به، ودافع عنه فيلدمان 1999.

(3) LESLIE A. KURT, ARTICLES THE INDEPENDENT LEGAL LIVES OF FICTIONAL CHARACTERS, 1986, P: 439.

بعض الاستثناءات لبعض الأعمال التي يمكن نسخها من قِبَلِ الآخرين؛ وهذا يعني: أنه يمكن إنشاء عناصر لن يكون لها أي قيمة⁽¹⁾.

وتبدأ حماية الملكية الفكرية للشخصية الخيالية عند انتهاء مدة حقوق النشر، واستمرار حماية العلامة التجارية، وتعرض هذه المرحلة مجموعة متنوعة من القضايا المهمة، مثل: استخدام الشخصية الخيالية في الملك العام بموجب قانون حقوق الطبع والنشر مقيد إلى أجل غير مسمى بحماية العلامة التجارية، وغالبًا ما يتم وصف حقوق الطبع والنشر المقايضة على أنها الحق في نسخ تلك الأعمال التي تمّ تحفيز إبداعها من خلال منح احتكارٍ محدودٍ لحقوق الطبع والنشر⁽²⁾.

وتوفر حماية حقوق التأليف والنشر للمؤلفين آلية قانونية للتحكم في استخدام واستغلال إبداعاتهم، وتسمح قوانين حقوق الطبع والنشر للمؤلفين بصياغة مستقبل إبداعاتهم، ومنع الانتهاكات، وجني الفوائد المالية، ومع ذلك، فإنّ إضافة حماية العلامة التجارية يجعل نطاق التشغيل العام هذا غير متاح، ويرى العديد من الفقهاء أنه: «عندما يُحول قانون حقوق الطبع والنشر شخصية تعمل باعتبارها علامة تجارية إلى الملك العام، يجب أن يكون الجمهور قادرًا على استخدام الشخصية». ويشير آخرون إلى قيمة الشخصيات الخيالية التي تتمتع بالقدرة على العمل بوصفها علامات تجارية، والضرر المحتمل الذي قد ينجم إذا سمح باستخدام الحروف بشكل مربك⁽³⁾.

وقد وُقِرَ قانون حقوق الطبع والنشر الأمريكي لسنة 1909م حماية واسعة لحقوق الطبع والنشر لجميع الكتابات المنشورة؛ إذ «حدد القسم 5 من قانون 1909م ثلاثة عشر مجالاً محددًا من الأعمال المحمية»، في حين أنّ القانون لا ينص على أحكام محددة للشخصيات الخيالية، لكنه يحمي الجزء المكون من العمل إذا اعتبرت الشخصية نفسها محمية بحقوق الطبع والنشر.

ويُلغى قانون حقوق الطبع والنشر الأمريكي لعام 1976م شرط النشر لتأمين حقوق الطبع والنشر، وينص على: أن يكتسب منشئ عمل التأليف الأصلي الثابت في وسيلة

(1) أساسيات حقوق الطبع والنشر، متاح على الرابط الإلكتروني: <https://copyrightservice.net/ar/> (1) copyright، تاريخ الزيارة: 1/8/2024م.

(2) Katherine M, Protecting Fictional Characters: Defining the Brand Dodgy – Copyright Partition Memorandum, Connecticut Law School Code Review, 2009, P:954.

(3) See: Pillsbury Co. v. Milky Way Prods., Inc., 215 U.S.P.Q. 124, 129–32, N.D. Ga. 1981.

لموسسة، وحماية حقوق التأليف والنشر الفيدرالية عند الإنشاء، ويعد القانون الجديد في المادة 701 سبع فئات من الموضوعات القابلة للحماية⁽¹⁾، لكن لا تتضمن أيًا من الفئات شخصيات خيالية بشكل صريح: فقانون 1976 لم يغير وضع الشخصيات الخيالية، وتحتوي الشخصية الخيالية على ثلاث مكونات محددة، وذات أهمية قانونية: اسمها، ومظهرها الجسدي أو المرئي، وسماتها الجسدية وسماتها الشخصية أو «التوصيف».

ويحدد الجمع بين هذه العناصر الثلاثة قابلية حقوق النشر للشخصية، ويمكن تخيل الهوية الفريدة للشخصية الخيالية على أنها تحتل موقعًا على طول سلسلة ترسيم تتراوح من فكرة غامضة إلى فريدة محددة، ويستند الموقف الذي يفترضه الطابع على هذه السلسلة المستمرة إلى الملموس، والتطور الموضوعي لهذه العناصر الثلاثة، فشخصية أدبية، مثل: (جيمس بوند)، محددة بشكل كامل أكثر من شخصية كرتونية مرسومة تقريبًا، مثل: شبح عام؛ ونظرًا لأن السمات المميزة الوحيدة للشخصية الأدبية هي: اسمها، و «كلمة بورتريه» من توصيفها، فقد منحت المحاكم -تاريخيًا- الشخصيات الأدبية أقل حماية لحقوق النشر، ومن ثم، فإن عدم فعاليتها المتصلة تحد من حماية حقوق التأليف والنشر للخصائص الأدبية.

وعند تحديد ما إذا كان قد تم انتهاك عمل محمي بحقوق الطبع والنشر، تُجري المحاكم عمومًا تحقيقًا من خطوتين: الأولى: هل تم نسخ العمل المحمي بحقوق الطبع والنشر؟ والثانية: هل كانت النسخ ذات دلالة كافية لتشكيل مصادرة غير سليمة للملكية المحمية بحقوق التأليف والنشر؟ ستجد المحكمة أن التخصيص غير سليم عندما تكون النسخة مشابهة إلى حد كبير للأصل، وبالرغم من وجود عدة صيغ لما يشكل تشابهًا جوهريًا، فإن المحاكم تستخدم الرد التلقائي للمراقب العادي لتحديد التعدي⁽²⁾.

وبموجب قانوني حق المؤلف لعامي 1909 و1976 لا يتم تصنيف الشخصيات باعتبارها فئة متميزة من الأعمال المحمية بحقوق الطبع والنشر بموجب قانوني حقوق الطبع والنشر لعامي 1909 و1976، ولكن كما يشير (Pastry)، فإن هذا لم يمنع الشخصيات من الحماية بموجب حقوق النشر، وقد بدأ الكونغرس رحلة تشريعية لتعديل قانون حقوق النشر الفيدرالي في خمسينيات وستينيات وسبعينيات القرن العشرين، طلب الكونغرس المساعدة من سجل حقوق التأليف والنشر؛ من أجل الإسهام في إنشاء قانون دائم لحقوق النشر، وتم تقديم تقرير ملحق بشأن قوانين حقوق النشر المقترحة في عام 1966 من قِبَل سجل حقوق

(1) تشمل أعمال التأليف الفئات الآتية: 1- الأعمال الأدبية. 2- المصنفات الموسيقية. 3- الأعمال الدرامية. 4- أعمال التمثيل الإيمائي وتصميم الرقصات. 5- الأعمال التصويرية والرسمية والنحتية. 6- الصور المتحركة والمصنفات السمعية والبصرية الأخرى. 7- تسجيلات صوتية.

(2) See eg: Walt Disney Prods. v. Air Pirates, 581 F.2d 751, 755, 9th Cir, 1978.

النشر، وتم تفصيل مشروع القانون المقترح الكامل في التقرير الذي كتبه سجل حقوق النشر على وجه الخصوص، وذكر سجل حقوق التأليف والنشر أنه: كانت هناك اقتراحات لتعيين الشخصيات الخيالية باعتبارها مصنفات محمية بموجب حق المؤلف⁽¹⁾.

كما أنّ تحديد الشخصيات الوهمية بوصفها فئة متميزة من الأعمال المحمية بحقوق الطبع والنشر سيكون بلا داع، ومضلاً، كما هو الحال -أيضاً- مع العروض المعقدة للقصة، أو الإعداد، أو الحركة الدرامية، وفي هذه الحال أوضح سجل حقوق الطبع والنشر أنّ بعض الشخصيات قد نضجت بما يكفي لتستحق حالة حقوق الطبع والنشر الخاصة بها، ويواصل مكتب حقوق الطبع والنشر دعم هذا الرأي اليوم (وكالة تابعة للحكومة الأمريكية تُعنى بتسجيل حقوق الطبع والنشر)، ووفقاً لبيان مكتب حقوق الطبع والنشر في خلاصة ممارسات مكتب حقوق الطبع والنشر في الولايات المتحدة لعام 2017م، يمكن تسجيل العمل الذي يتميز، أو يصف شخصية معينة بشرط أن يكون لديه قدر كافٍ من حماية حقوق الطبع والنشر، وبالرغم من أنّ الاسم أو المفهوم العام للشخصية غير محمي بموجب قانون حقوق النشر، سيركز على السرد نفسه بدلاً من الشخصية، ولكن بعد (نيكولز)، لم يعد هذا الخط من التفكير صالحاً⁽²⁾.

ولا تمنح كل شخصية حماية حقوق الطبع والنشر، ولا يتم منحها المعاملة القانونية نفسها، وتم تحديد الأحرف التي لا تحتوي على خصائص فريدة، أو ذات مجموعة أصلية من السمات الفريدة على أنها غير محمية بحقوق الطبع والنشر بموجب أيّ معيار قانوني، وبالرغم من أنه يمكن حماية الشخصيات الأدبية فقط، إلا أنّ الشخصيات المرئية مثل: الكتاب الهزلي، أو الشخصيات الكرتونية، أسهل في الحماية؛ لأن تمثيلات المرئية محمية بغض النظر عن صفاتها الأدبية⁽³⁾.

المطلب الثالث: حماية حقوق الطبع والنشر للشخصيات والألقاب

يملك المؤلفون أداة قانونية لإدارة كيفية ومكان استخدام أعمالهم، واستغلالها؛ وبسبب حماية حقوق النشر تمنح قواعد حقوق الطبع والنشر المؤلفين القدرة على التحكم في

(1) Justin Scharff, The Copyrightability of Fictional Characters: Why Harry Potter, Arya Stark, and Matrim Cauthon Are Copyrightable, *Touro Law Review*, 2020, V35, Issue 4, P:1293-1294.

(2) *Ibid*, P:1293-1294.

(3) Amanda Schreyer, An Overview of Legal Protection for Fictional Characters: Balancing Public and Private Interests, *Cybaris*, 2015, V6, Issue1, P:60.

مستقبل أعمالهم، ووقف الانتهاك، وكسب المال منها، وتم منح جميع الأعمال المنشورة حماية شاملة لحقوق الطبع والنشر بموجب قانون حقوق الطبع والنشر لعام 1909م، وبالرغم من أن القانون لم ينص على وجه التحديد على حماية الشخصيات الخيالية، إلا أنه يحمي عنصر المصنف في حال اكتشاف أن الشخصية محمية بحقوق الطبع والنشر⁽¹⁾.

ويمكن أن تكون الشخصيات، من ناحية، محمية بحقوق الطبع والنشر بشكل فردي؛ لمنع الشخصية نفسها، أو شخصية متشابهة، بشكل ملفت للنظر، من الظهور في عمل آخر دون موافقة المؤلف، ومما لا شك فيه أن هذه الإستراتيجية ستقتل من اللبنة الأساسية المتاحة للكُتَّاب الآخرين التي من المحتمل أن تخنق أصالتها، ومع ذلك، قد لا يتم منح الشخصيات حماية حقوق الطبع والنشر، وفي هذه الحال لن يتم الاعتراف بحقوق الطبع والنشر الخاصة بهم في العمل الأصلي، وقد يقضي المؤلف شهوراً في إنشاء شخصية محبوبة من شأنها أن تُسعد القراء لسنوات قادمة

وفي حال سرقة هذه الشخصية، واستخدامها في أي رواية يرتضيها المنتحل، يمكن أن تؤدي هذه الرعاية في نهاية المطاف إلى توفير دافع غير كافٍ لبذل الجهد اللازم لإنشاء شخصيات غير عادية، ومن الواضح أنه يجب تحقيق توازن بين تزويد الكُتَّاب بالدافع الكافي لتطوير شخصيات بارزة، والحفاظ على كمية كافية من المواد غير المكتملة في المجال العام للكتاب للعمل معها، حاولت المحاكم وضع معايير معينة، ولا يزال هناك قدرٌ كبيرٌ من الالتباس المحيط بحماية الشخصيات الأدبية⁽²⁾.

هناك فئتان من الشخصيات الرسومية والخيالية، من الضروري التمييز بينها، والتعامل معها بشكل منفصل؛ لأن المحاكم نفسها منحت مستويات مختلفة من الحماية من خلال وضع معايير مختلفة لتحديد ما إذا كانت الشخصية مؤهلة لحماية حق المؤلف. ويمكن تصوير الشخصية الرسومية من خلال رسم كاريكاتوري، أو تمثيل رسومي آخر. بحيث يكون المظهر الجسدي والتصنيف مرئيان بوضوح للقراء الشخصية الخيالية⁽³⁾.

- (1) David B. Feldman, Finding a Home for Fictional Characters: A Proposal for Change in Copyright Protection, California Law Review, 1990, V78, P:689.
- (2) Jasmina Zecevic, Distinctly Delineated Fictional Characters That Constitute the Story Being Told: Who Are They and Do They Deserve Independent Copyright Protection?, Vanderbilt Journal of Entertainment and Technology Law, 2020, V8, P:367.
- (3) Ibid, P:367.

ومن ناحية أخرى، فإنَّ عقل القارئ هو المكان الذي يوجد فيه المظهر الجسدي والتوصيف، يحدث هذا الخيال من خلال قراءة صفحات عن الشخصية، وليس فقط من خلال قراءة فقرة، أو سطر واحد؛ لذلك، فإنَّ الشخصية ليست واضحة للقارئ؛ نظراً لأنَّ الصور يمكن التعرف عليها أكثر من الأوصاف الأدبية، فإنَّ الشخصيات التصويرية محمية بسهولة أكبر بشكل مستقل عن سياقها الأصلي⁽¹⁾.

المبحث الثاني: دور قانون العلامات التجارية في حماية الشخصيات الخيالية

بعد أن تحدثنا عن دور قانون الطبع والنشر في حماية الشخصيات الخيالية، سوف نتطرق إلى دور قانون العلامات التجارية لحماية الشخصيات الخيالية، وذلك من خلال المطالبين الآتيين:

المطلب الأول: حماية الشخصيات الخيالية ونطاقها.

المطلب الثاني: حماية الشخصية الخيالية من خلال العلامات التجارية.

المطلب الأول: حماية الشخصيات الخيالية ونطاقها

إنَّ الأعمال الأدبية محمية لأغراض الملكية الفكرية، ومن غير المؤكد ما إذا كان ينبغي توسيع هذه الحماية لتشمل الشخصيات الوهمية داخل العمل، ومنفصلة عنه أم لا، فإذا تم منح الحماية، فلن يسمح حتى للعمل الأدبي الأصلي باستخدام الشخصية نفسها في قصته⁽²⁾.

وكما ذكرنا سابقاً، فإنَّ المعايير المستخدمة لتحديد ما إذا كانت الشخصيات الأدبية محمية بموجب قانون حقوق النشر معقدة، وصعبة التطبيق، وغالباً ما تقدم استنتاجات غير متوقعة؛ نظراً للتطبيق الصعب لمعايير «محددة بوضوح» و «القصة التي يتم سردها»، ويفكر الأكاديميون القانونيون في الوقت الحاضر في أسس أخرى لحماية الشخصيات الأدبية، ويقترح العلماء العلامات التجارية، والمنافسة غير المشروعة، باعتبارهما بديلين رئيسيين لحق المؤلف، فعلى سبيل المثال: ذكر (جيرالد جاغوردا)، «عندما يقصد بمفهوم حق المؤلف حماية التعبير الإبداعي الموجود داخل شخصية ما، فإنَّ قوانين العلامات التجارية، والمنافسة غير المشروعة، تتعلق بقدرة الشخصية على أن ترمز إلى مصدر معين للسلع، أو الخِدْمَات». وبموجب كل من قواعد العلامات التجارية الفيدرالية، وقوانين

(1) Sourav Kanti De Biswas, Copyrightability of Characters, (Kolkata: The National University of Juridical Sciences, 2004), P:149.

(2) Ibid, P:151.

المنافسة غير المشروعة في الولاية، فإنَّ المسألة الحاسمة هي أنَّ قانون العلامات التجارية هو الأضيق الذي يحظر «أي تسمية خطأ للمنشأ، أو وصف خطأ، أو مضلل للحقيقة، أو تمثيل كاذب، أو مضلل للحقائق» التي «من المحتمل أن تسبب ارتباكاً، أو تسبب خطأ، أو خداعاً فيما يتعلق بمصدر المشكلة»، وهو ما يقصد به أن تكون مشمولة بالمنافسة غير المشروعة، أو انتماء، أو علاقة، أو ارتباط هذا الفرد بفرد آخر، أو فيما يتعلق بالمصدر⁽¹⁾.

وتتمتع حماية العلامات التجارية والمنافسة غير المشروعة بمزايا كبيرة على حماية حقوق الطبع والنشر للشخصيات الخيالية، أولاً: إنَّ اسم الشخصية، ومظهرها، وأزياءها، وعباراتها، محمية بالعلامات التجارية والمنافسة غير العادلة، وقد تمتد حماية المنافسة إلى ما هو أبعد من مدة حق المؤلف، طالما أنَّ الشخصية تحتفظ بمعناها الثانوي، ويحتمل أنه سيكون هناك ارتباك عام إذا قام مؤلف آخر بإنشاء، أو استخدام الحرف نفسه، أو شخصية مشابهة⁽²⁾.

وتشمل حماية العلامات التجارية أي «كلمة، أو اسم، أو رمز أو جهاز يستخدمها الصانع، أو التاجر؛ لتحديد بضائعه، وتمييزها عن تلك المُصنَّعة، أو المُباعَة من قِبَل الآخرين، وتتطلب غالبية حالات انتهاك العلامات التجارية دليلاً على كل من المعنى الثانوي المنسوب إلى العلامة، واحتمال سوء فهم العميل العلامة التجارية التي يتم تجديدها، واستخدامها باستمرار، على عكس حقوق الطبع والنشر، علاوة على ذلك، يعتمد مدى حماية العلامة التجارية على متغيرات أخرى، بما في ذلك تفرّد العلامة، ونوع المنتج الذي تمثله، والنفقات المالية المرتبطة بها، ودرجة إدراك عامة الناس للعلاقة بين المنتج وصانعه، ويؤثر كل عنصر من هذه العناصر على الاستعلام المركزي لانتهاك العلامة التجارية. هل من الممكن ألا يعرف الناس من أين جاءت العلامة؟ كما توفر العلامة التجارية موطناً قانونياً فقط لتلك الشخصيات الخيالية المعروفة التي تُحدّد أسماؤها أو صورها المرئية بسهولة- مصدراً واحداً للتأليف⁽³⁾.

(1) Jasmina Zecevic, Zecevic Jasmina, Distinctly Delineated Fictional Characters That Constitute the Story Being Told: Who Are They and Do They Deserve Independent Copyright Protection?, Vanderbilt Journal of Entertainment and Technology Law, 2020, V8, P:377.

(2) Jasmina Zecevic, Zecevic Jasmina, Distinctly Delineated Fictional Characters That Constitute the Story Being Told: Who Are They and Do They Deserve Independent Copyright Protection?, Vanderbilt Journal of Entertainment and Technology Law, 2020, V8: P:378.

(3) David B. Feldman, Finding a Home for Fictional Characters: A Proposal for

إنَّ عالم الخيال واسعٌ، وفي حالة نمو مستمر؛ إذ جعلت التكنولوجيا اليوم من الممكن توزيع الآلاف من الأعمال الخيالية الفريدة؛ إذ يتم تقديم عوالم روائية تحتوي على أنظمة سياسية ودينية وسحرية فريدة للقراء، وتجد الشخصيات -في هذه العوالم- نفسها في ظروف غريبة، وسخيفة، وغالباً ما ينخرط القراء في معارك، وانتصارات، ونكسات تلك الشخصيات المحددة، ومن الأهمية بمكان أن تكون الشخصية مشمولة بحقوق الطبع والنشر عندما يكون المؤلف قد أنتج شخصية فريدة بما فيه الكفاية، وهذا لا يضمن -فقط- الحماية الكافية للمؤلف، ولكنه يسمح -أيضاً- لصاحب حقوق الطبع والنشر بمواصلة تطوير الأعمال لتلك الشخصيات، ويتم تحقيق هذا الهدف من خلال اختبار ترسيم الحدود الفريدة التي اقترحها القاضي (ليرن هاند) قبل تسعة وثمانين عاماً⁽¹⁾.

ولم تكن هناك حالة واحدة رفضت فيها المحكمة -على وجه التحديد- فكرة الاختلاف الجوهري في سياق الشخصيات الوهمية، لكن لم تقرر أيُّ محكمة على الإطلاق أنَّ شخصية وهمية فريدة من نوعها بشكل أساسي، وبدلاً من ذلك اقتصر حماية العلامات التجارية على الشخصيات الخيالية التي حققت قدراً معيناً من الإلمام العام، ودرجة معقولة من التداول؛ إذ طالبت المحاكم -باستمرار- بإظهار المعنى الثانوي في قضية (فيشر) ضد (ستاركو)، وقررت محكمة الاستئناف في (نيويورك) أنَّ الشخصيات الكرتونية (موت) و(جيف) «نشرت وكتسبت اعترافاً واسع النطاق باعتبارها شخصيات فريدة»⁽²⁾.

إنَّ الشخصية بمثابة رمز مميز في قضية (فرانسيس فيتزباتريك) ضد شركات (ديزني)⁽³⁾، وقد حكم مكتب الاتحاد الأوروبي للملكية الفكرية بأنه يمكن إدراك الشخصيات التي ظهرت في الأفلام، أو البرامج التلفزيونية الجديدة، وتعد رمزاً للتعريف، أو تستخدم بوصفها علامة تجارية، وذكر مكتب الاتحاد الأوروبي للملكية الفكرية أنه يمكن استخدام الشخصيات الخيالية في التجارة، وتصبح العلامات علامات تجارية من خلال التسجيل، أو من خلال كونها شخصيات مميزة، وتستخدم بطريقة تجعل عامة الناس ينظرون إليها على أنها علامات تجارية، ومن ثمَّ يجب على عامة السكان أن يتعرفوا على الشخصيات باعتبارها علامات للتراث، بدلاً من مجرد النظر إليها على أنها الشخصيات، أو العناوين،

Change in Copyright Protection, California Law Review, 1990, V78: P:705.

- (1) Justin Scharff, The Copyrightability of Fictional Characters: Why Harry Potter, Arya Stark, and Matrim Cauthon Are Copyrightable, Touro Law Review, 2020, V35, Issue 4, Article 9, P:1314.
- (2) Kathryn M. Foley, Protecting Fictional Characters: Defining the Elusive Trademark-Copyright Divide Note, Connecticut Law Review, 2009, V20, P:941.
- (3) Decision O-392-03 Animated Music Ltd [2004] ETMR 79, para: 18.

وترى الباحثة أنه لاكتساب التميز لا بد من حماية الشخصيات الخيالية بشيء ما، مثل: قانون براءات الاختراع، وهذا الاقتراح يحقق التوازن الصحيح والعادل؛ إذ يتمتع الفنانون بفرصة حصريّة لتطوير شخصية خيالية لمدة زمنية محدودة، وتنتهي صلاحية براءات الاختراع -بشكل عام- بعد حوالي عشرين عامًا، وهذه مدة زمنية كافية للفنان لتطوير أي شخصية، ويجب أن تدخل الشخصية المجال العام؛ إذ قد يتم تخصيصها بشكل شرعي من قِبَلِ فنانين آخرين، ومن ثمّ يتم منح الفنانين بعض الحماية.

المطلب الثاني: حماية الشخصية الخيالية من خلال العلامات التجارية

تتمتع الشخصية الخيالية بالقدرة على العمل باعتبارها وسيلة لتحديد الهوية، وتحظى بقبول شعبي في السوق، بالإضافة إلى وجود مكونات للتعبير الإبداعي، محمية بموجب حقوق النشر، ويمكن للجمهور التعرف على رسم كاريكاتوري جديد، أو واحدة من الشخصيات على كوب قهوة، وهناك -أيضاً- مبادئ قانونية بديلة أكثر ملاءمة يمكن الوصول إليها، إذا ظهر (ميكي ماوس) في منتج، أو مشروب (ديزني)، ويفترض أنّ (ديزني) هي المصدر من العلامات التجارية والمنافسة غير المشروعة، وتهتم بقدرة الشخصية على تمثيل مورد معين للسلع، أو الخدّمات، أكثر من اهتمامها بتفردّها، وعمق تطورها⁽²⁾.

وتأتي الشخصيات التجارية في سبعة أنواع مختلفة: الرسوم المتحركة، والجماد، والخيالية، والحقيقية، والعلامات التجارية، وغير المسجلة باعتبارها علامة تجارية، والمشاهير.

وسنركز في هذا المطلب على الشخصيات التجارية الخيالية؛ فعندما يتم توظيف الشخصية الأدبية الخيالية من أجل تأييد منتج ما، يجب الترويج لهذا المنتج أو هذه السلعة، أو الترويج لخدمة يربغون في استخدامها، أو شرائها، فالشخصية هي أكثر من مجرد متحدث رسمي، بخلاف المنتج، فعلى سبيل المثال: رعاة البقر (مارلبورو)، لا يعد الواحد منهم رجلاً حقيقياً غير خيالي، بل هو شخصية خيالية، ومع ذلك، فإن شخصيته تتجاوز المستهلك الذكر النموذجي، وأظهرت الدراسات بشأن الإعلانات أنه يجذب النساء،

(1) Viktor Johnsson, The protection of fictional characters A study on how fictional characters can be protected under copyright and trade mark law, Master Thesis European Business Law,(Lund University: 2020), P:40.

(2) LESLIE A. KURT, ARTICLES THE INDEPENDENT LEGAL LIVES OF FICTIONAL CHARACTERS, 1986, P: 474.

والأشخاص⁽¹⁾.

ويجب أن تتمتع الشخصية بجودة ذات صلة، تماماً كما لو كانت حقيقية، تستخدم الشخصية التجارية شخصيتها للتواصل، بالإضافة إلى زيادة الجاذبية العاطفية للشركة⁽²⁾.

وقد أقرت محكمة العدل الأوروبية (ECJ) بأن العلامات التجارية يمكن أن تؤدي أربع وظائف ثانوية إضافية على الأقل، لكل منها غرضها المحدد، وحالة الاستخدام الخاصة بها. وينبغي إعلام المستهلكين في السوق بأصل المنتج، أو الخدمة، بطريقة تمكن المستهلكين من اتخاذ قرارات مستنيرة، والمساعدة في تمييز المنتجات عن جهة فاعلة في السوق. ومن جهة أخرى إذا وجد أن أكثر من متعهد واحد يستخدم نفس العلامة التجارية، سيؤثر ذلك سلباً على وظيفة المنشأ، فلم يعد مضموناً أن المنتجات قد تم إنتاجها من قبل متعهد واحد⁽³⁾.

كما أن العلامات التجارية هي وسيلة لحماية الشخصية، ولا تُذكر قاعدة إمكانية تسجيل الأعمال المحمية بحقوق الطبع والنشر بشكل فعال داخل الاتحاد الأوروبي؛ لأن العلامة التجارية المسجلة قد تعد غير صالحة عند طلب صاحب الحقوق الحصول على حقوق الملكية الصناعية السابقة، مثل: حقوق التأليف والنشر، ما لم يكن صاحب الحقوق قد أعطى موافقته الصريحة على هذا الاستخدام قبل تسجيل العلامة التجارية داخل الاتحاد الأوروبي؛ ومن أجل الحصول على تسجيل ناجح، يجب أن تتغلب المصنفات المحمية بحقوق الطبع والنشر على العقبات مثل: العلامات الأخرى، شريطة أن يطلب مالكو حقوق الطبع والنشر التسجيل⁽⁴⁾.

علاوة على ذلك، ذكر مكتب الاتحاد الأوروبي للملكية الفكرية أن الشخصيات الأدبية، والكرتونية على وجه التحديد، يمكن أن تخضع للحماية بموجب حماية العلامة التجارية الممنوحة، ويمكن أن تغطي الأحرف كلاً من اسم الحرف باعتباره علامة نصية، وتصميم حرف باعتباره علامة تصويرية أو شكل، عن طريق إعادة إنتاج الحرف إما في 2D ، أو

(1) Ibid, P:474.

(2) Annie Provenzano· How to Protect a Literary Character Through Copyright and Trademark, (California: Polytechnic State University, 2014), P:23.

(3) Viktor Johnsson, The protection of fictional characters A study on how fictional characters can be protected under copyright and trademark Law, Master Thesis European Business,(Lund University:2020), P:26.

(4) Ibid, Viktor Johnsson, P:33.

3D ، أو باعتباره علامة الحركة⁽¹⁾.

الفرع الأول: الاستخدام غير المصرح به

بالرغم من أنّ الشخصيات الخيالية أصبحت سمة أكثر شيوعاً في الثقافة الأمريكية، إلا أنها لا تزال تفتقر إلى ضمانات قانونية واضحة ضد الاستخدام غير المصرح به؛ نظراً لأن قانون حقوق الطبع والنشر قد لا يوفر حماية كافية لهذه الشخصيات، فغالباً ما يلجأ الأفراد والمحاكم إلى مبادئ قانونية أخرى، مثل: حقوق العلامات التجارية، أو الدعاية؛ لضمان حمايتها، وفي حين أنّ هذه المبادئ القانونية البديلة قد تعوض جزئياً عن الثغرات التي خلفها قانون حق المؤلف، فإنها كثيراً ما يُساء فهمها، وتطبق بشكل غير متنسق في الواقع، حتى عند تطبيقها بشكل صحيح، فإنّ هذه المبادئ البديلة -غالباً- لا تحمي الشخصيات بشكل كامل⁽²⁾.

لا يتم إرفاق الحماية الفيدرالية للعلامة التجارية تلقائياً عند إنشاء حرف، ويتوقف ذلك على استخدام المسجل، ويعتمد نطاق حماية العلامة التجارية على عوامل مثل: تمييز العلامة، ونوع السلعة المحددة، والاستثمار المالي المعني، والوعي العام بالعلاقة بين السلعة والشركة المصنعة لها، كل هذه العوامل تؤثر على السؤال الرئيس لانتهاك العلامة التجارية وهو: هل هناك احتمال للالتباس⁽³⁾.

وتعمل العلامات التجارية والمنافسة غير المشروعة بوصفها بدائل رئيسة لقانون حقوق النشر في تأمين حقوق الشخصيات الخيالية، وينطبق قانون (لانهام) الفيدرالي، الذي يشرف على قانون العلامات التجارية، على أي «كلمة، أو اسم، أو رمز، أو جهاز» يستخدمه المصنّع، أو التاجر؛ لتحديد منتجاتهم، وتمييزها عن الآخرين، وينص القانون في المادة 2 على استخدام العلامة التجارية في الأنشطة التجارية، لكنه لا ينطبق تلقائياً على إنشاء شخصية، ويحمي قانون العلامات التجارية بشكل أساسي من استخدام «ادعاءات المنشأ الكاذبة»، أو أي أوصاف، أو إقرارات مضللة، وفي سياق حماية الشخصية، يركز قانون العلامات التجارية على مدى ارتباط الشخصية بمنشئها، بدلا من تطور الشخصية، كما هو موضح في حق المؤلف. وتضع العلامة التجارية -أيضاً- اختباراً من خطوتين أو سؤالين مهمين لتحديد الانتهاك. الأول: هل يجب أن تحصل الشخصية على «معنى

(1) Ibid, Viktor Johnsson, P:33.

(2) Kenneth E. Spahn, The Legal Protection of Fictional Characters, U. Miami Entertainment & Sports Law Review, 1992, V9, P:331.

(3) David B. Feldman, Finding a Home for Fictional Characters: A Proposal for Change in Copyright Protection, 1990, P:705.

ثانوي»؟، والثاني: «هل يربط الجمهور اسم الشخصية بالمنتج المحدد الذي يتم بيعه»؟، وإذا كان الأمر كذلك، يجب على المبدع إثبات خطر ارتباك المستهلك»، وهل من المحتمل أن يؤدي استخدام اسم الشخصية من قِبَل شخص آخر إلى تضليل الجمهور وإرباكه بشأن أصل المنتج؟⁽¹⁾.

الفرع الثاني: التعدي

عندما لا يتم تطبيق قانون العلامات التجارية والمنافسة غير المشروعة، قد يلجأ المؤلفون إلى مبدأ حق الدعاية، الذي يحمي شخصياتهم الخيالية، والحق في الدعاية هو ثمرة لحق الخصوصية بموجب القانون العام، الذي يوفر الحماية من الاستغلال التجاري لأسماء الفرد، وصورته، ويمنع الاستغلال غير المقبول من قِبَل الآخرين، وقد طبق حق الدعاية على الشخصيات الخيالية⁽²⁾.

وبالرغم من أنه كان يهدف في الأصل إلى حماية الشخصيات العامة من الاستغلال التجاري غير المصرح به لأسمائها، وصورها، فإنه قد تم الاعتماد على حق الدعاية لحماية شخصيات الأخوة ماركس (Marx Brothers) من إعادة تشكيلها في مسرحية موسيقية، لن تكون الخصائص البشرية محمية بصرف النظر عن بعض المؤيدين⁽³⁾.

وأدت المناقشات السابقة بشأن حماية الشخصيات الخيالية من خلال حقوق النشر والعلامات التجارية إلى استنتاج مفاده: أن لكل من هذه الضمانات مزاياها وعيوبها، في حين أن حماية حق المؤلف قد تسمح بحماية الشخصية بأكملها، سواء كانت مرئية، أو فكرية، إلا أنها تستمر لفترة محدودة مدتها 70 عاماً بعد وفاة المبدع، أما بالنسبة لحماية العلامات التجارية، فلا يمكن حماية سوى الاسم، والمظهر المرئي، حماية حقيقية، ومع ذلك، فإن في بعض الحالات، لا تتوفر الحماية إلا للسلع والخدمات المحددة مسبقاً، وأثناء التجارة يمكن تجديد الحماية كل عشر سنوات إلى أجل غير مسمى، ومن ناحية أخرى ولذلك، يبدو من المعقول التفكير في إمكانية الجمع بين الضمانين؛ من أجل تأمين ضمان أقوى وأكثر دواماً لشخصية خيالية⁽⁴⁾.

(1) Kenneth E. Spahn, The Legal Protection of Fictional Characters, U. Miami Entertainment & Sports Law Review, 1992, V9, P:342.

(2) Ibid Kenneth E. Spahn, The Legal Protection of Fictional Characters, P:344.

(3) Ibid Kenneth E. Spahn, The Legal Protection of Fictional Characters, P:344.

(4) Valentine Labaume, The protection of fictional characters under EU intellectual property law, Stocholm Intellectual Property Law Review, 2021, V4, Issue 2, P:46.

كما تتمتع العديد من الشخصيات الخيالية -حاليًا- بحماية العلامة التجارية، وبالإضافة إلى حماية قانون حقوق النشر، تم تصميم العلامات التجارية للإشارة إلى أصل بعض المنتجات، أو الخدّات، ويمكن للجمهور عند رؤية علامة تجارية، أن يطمئن إلى أنّ السلعة، أو الخدمة، ستكون ذات جودة معينة، ومن ثمّ فإنّ قوانين العلامات التجارية تخدم مصالح الجمهور، ومالك العلامة التجارية، بصفته هذه، فلا يجوز لأي منافس أن يمثل سلعة أو خدمة على أنها صالحة لمالك العلامة التجارية، وقد جادل بعض علماء القانون بأن الشخصيات الخيالية محمية بشكل مناسب بقوانين العلامات التجارية في الواقع، ورأى البعض أنّ حماية العلامة التجارية هي الشخصيات الخيالية الوحيدة التي تحتاج إلى الحماية⁽¹⁾.

إنّ العلامة التجارية لأسماء الشخصيات الخيالية وأشكالها تخنق الابتكار الفني لكنه يجب احترام حقوق الملكية للشخصيات

ولنضرب بعض الأمثلة في كيفية إنشاء شخصيات خيالية من عناصر في المجال العام؛ إذ يمكن إنشاؤها من عناصر أنشأها مؤلفون آخرون أيضًا، وحتى من خلال عناصر الأعمال المحمية بحقوق الطبع والنشر، وفي بعض الأحيان يكون من السهل تحديد التخصيص من المجال العام، فمثلاً: ترسم شخصية (Wonder Woman) في العاصمة بحرية على الأساطير اليونانية بشأن الأمازون، لطالما كانت هذه الأساطير في المجال العام، وبالرغم من أنّ حقيقة هذه الشخصية تم إنتاجها من عناصر تم تخصيصها من المجال العام، تمتلك (DC) علامة تجارية شاملة على اسم (Wonder Woman) شخصيات ((Marvel من (Thor) و (Loki) مأخوذة من الأساطير الإسكندنافية، ومع ذلك تمتلك (Marvel) علامة تجارية على اسم وشبهه (Mighty Thor). ومثال آخر: (بياض الثلج)، نشأت هذه الشخصية في الحكاية الخيالية الألمانية المألوفة، كانت القصة قديمة بالفعل عندما تم نشرها في الطبعة الأولى من حكايات جريم الخيالية (1812م)، وبالرغم من ذلك، في عام 2013، منح مكتب براءات الاختراع والعلامات التجارية الأمريكي (ديزني) علامة تجارية على اسم (سنو وايت) شخصيات أخرى، من بينها (جيمس بوند)، تستند إلى أشخاص حقيقيين، فقد استند (بوند) إلى العديد من (الكوماندوز) المعروفين (إليان فليمنج)⁽²⁾.

وأخيراً، فإنّ قوانين العلامات التجارية هي أدوات تستخدم بشكل غير صحيح للدفاع عن حقوق الفنان، ومع ذلك فبعض الشخصيات الخيالية تستحق بعض الحماية الملكية، وسأشير في الفرع التالي إلى الشكل الذي ينبغي أن تتخذه هذه الحماية⁽³⁾.

(1) James O. Young, Appropriating Fictional Characters, P:161-162.

(2) Ibid, James O. Young, P:163.

(3) Ibid, James O. Young, P:162-165.

الفرع الثالث: الاستخدامات غير المصرح بها في العلامات التجارية:

لا تتوفر حماية حقوق الطبع والنشر لحرف رسومي للعمل الفني، ويشمل العمل الفني الرسم، والتصوير، الفوتوغرافي، والنحت، وما إلى ذلك، ومن الممكن حماية التعبير البصري الخاص للمخلوق الذي تصوره الرسومات، لكن شخصيته تتطور من الحلقات المختلفة التي أنشأها الفنان، والعقل البشري هو الوحيد القادر على رؤيته، مما يعني أنه لا يمكن رؤيته؛ لذا لا يمكن حماية الحالة المزاجية بموجب قانون حقوق النشر باعتبارها «عملاً فنياً»⁽¹⁾.

ويجب التأكيد على شرعية أي قرارات تتعلق بالعلامات التجارية على مستوى الاتحاد، ويتم تحديده في النهاية بناءً على لوائح العلامات التجارية، والقرارات المتخذة من قِبَل محكمة العدل الأوروبية، ولا يتمتع مكتب الاتحاد الأوروبي للملكية الفكرية بأي سلطة تقديرية خاصة به عندما يتعلق الأمر بالترجمة الشفوية، ومن المحتمل ألا تستند النتيجة إلى قرارات الوكالة، وينطبق الشيء نفسه على المحاكم الوطنية، والهيئات الإدارية، داخل الاتحاد الأوروبي، وغالباً ما تترك أحكام محكمة العدل الأوروبية مجالاً للتفسير، على عكس الأحكام السابقة⁽²⁾.

وتتطلب العلامة التجارية والمنافسة غير المشروعة أن يكتسب الطابع معنىً ثانوياً مع مصدر معترف به على نطاق واسع من أجل الحصول على الحماية، ويتطلب أيضاً- إظهار احتمال حدوث ارتباك عام، وقد يوفر حق الدعاية الحماية ضد الاستخدام التجاري لاسم الممثل، أو صورته، أو صوته، لكنه ليس عملية مباشرة، ولا يضمن الحماية الكافية للشخصيات الخيالية، ولا يجوز اعتبار حق الدعاية قابلاً للتنازل، حتى عندما يعترف به، ويمكن أن ينتهي الحق عند وفاة المبدع، وكثيراً ما يتم الخلط بينه وبين المذاهب الأخرى؛ لأن التملك غير المشروع مفتوح المدة⁽³⁾.

- (1) Sourav Kanti De Biswas, Copyrightability of Characters, (Kolkata: The National University of Juridical Sciences, 2004), P:149.
- (2) Viktor Johnsson The protection of fictional characters A study on how fictional characters can be protected under copyright and trade mark law, Master Thesis European Business (Lund University: 2020), P:41.
- (3) Kenneth E. Spahn, The Legal Protection of Fictional Characters, U. Miami Entertainment & Sports Law Review, 1992, V9, P:347.

الخاتمة:

وفي نهاية هذا البحث، ندون أهم نتائجه وتوصياته:

1. يتيح قانون حقوق الطبع والنشر الأمريكي لعام 2014 للمبدعين حماية قانونية متكاملة وتتمثل بحماية الشخصيات الخيالية؛ إذ يُمنحوا حقوقاً حصرياً لاستغلال أعمالهم.
2. يتعين أن تكون الشخصية الخيالية محددة ومطورة بصورة كافية؛ حتى تعد محمية قانوناً، لتُعتبر تعبيراً محمياً قانونياً، وليس مجرد فكرة عامة أو غير محددة.
3. يجب أن تتمثل الحماية في منح للمبدعين الحق في الاستفادة التجارية من الشخصيات الخيالية ومن ثم منع الاستخدام غير المصرح به، كما يجب مراعاة مبدأ الاستخدام العادل.
4. بالنسبة للشخصيات الخيالية التي تدخل ضمن الملكية العامة فإنها لا تتمتع بالحماية القانونية، مما يسمح للجميع استخدام هذه الشخصيات دون قيود قانونية.
5. يوفر قانون العلامات التجارية الأمريكي حماية للشخصيات الخيالية من خلال تسجيل الأسماء والمظاهر المميزة لهذه الشخصيات.

التوصيات:

من خلال دراسة حماية الشخصيات الخيالية في التشريع الأمريكي، يمكننا تقديم بعض التوصيات للمشرع في الدول العربية للاستفادة منها في تطوير تشريعات حقوق الملكية الفكرية، وذلك على النحو الآتي:

1. نوصي المشرع في الدول العربية بوضع تشريع متكامل مشابه للقانون الأمريكي لإبراز نطاق الحماية للشخصيات الخيالية؛ إذ تشمل الحماية الأدبية أو البصرية. كما يجب أن يوضح التشريع المعايير التي يجب أن تتوافر في الشخصيات الخيالية حتى تكون قابلة للحماية القانونية، منها على سبيل المثال أن تكون فريدة ومطورة بطريقة يجعلها تعبيراً محددًا وليست فقط مجرد فكرة.
2. نوصي المشرع في الدول العربية بتطوير وتحديث قوانين الملكية الفكرية لنتضمن نصوص قانونية صريحة وواضحة لحماية الشخصيات الخيالية من التعدي غير المصرح به. بحيث تشمل حماية قانونية طويلة الأمد مما يمنح المبدعين التحكم في كيفية الاستخدام الأمثل لشخصياتهم، والسماح لهم باستغلالها تجارياً. وتطوير قوانين حقوق الطبع والنشر.

3. نوصي المشرع في الدول العربية تضمين قانون العلامات التجارية نصوصاً قانونية تتضمن تسجيل الشخصيات الخيالية كعلامة تجارية؛ إذ تتوفر لهذه الشخصيات حماية دائمة لأسمائهم ومظاهرها المميزة. تساعد هذه الحماية على منع التعدي التجاري كما يوفر الحماية للمبدعين ويعزز حقوقهم.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً- المراجع الأجنبية:

- Biswas, Sourav Kanti De (2004). *Copyrightability of Characters*. The National University of Juridical Sciences.
- Davidow, Lawrence L (1984). Copyright Protection of Fictional Characters: A Trademark-Based Approach to Replacing Nichols. *Columbia Journal of Law and the Arts*. 8(4).
- Decision O-392-03 *Animated Music Ltd*. 2004. ETMR 79.
- Detective Comics v. Bruns Publications*, 111 F.2d 432. 2d Cir. 1940.
- Feldman, David B (1990). Finding a Home for Fictional Characters: A Proposal for Change in Copyright Protection. *Calif. L. Rev.* 78(4).
- Foley, Kathryn M (2009). Protecting Fictional Characters: Defining the Elusive Trademark-Copyright Divide Note. *Connecticut Law Review*. 20.
- Hill v. Whalen & Martell Inc. 220 F. 359, 359. S.D.N.Y. 1914. <https://doi.org/10.1093/oxfordjournals.aob.a089511>
- Johnsson, Viktor (2020). *The protection of fictional characters: A study on how fictional characters can be protected under copyright and trademark law*. [Master Thesis, European Business Law. Lund University].
- Katherine, M (2009). Protecting Fictional Characters: Defining the Brand Dodgy – Copyright Partition Memorandum. *Koniticut Law School Code Review*.
- Klinger, v. Conan Doyle Estate. Ltd. 755 F.3d 496. 7th Cir. 2014.
- Labaume, Valentine (2021). The protection of fictional characters under EU intellectual property law. *Stocholm Intellectual Property Law Review*. 4(2)..
- LESLIE A. KURT (1986). ARTICLES THE INDEPENDENT LEGAL LIVES OF FICTIONAL CHARACTERS

- Levola, Hengelo. BV v Smilde Foods BV. Case C-310/17. ECLI:EU:C.
- Pillsbury, Co. v. Milky Way Prods. Inc. 215 U.S.P.Q. 124. 129-32. N.D. Ga.
- Provenzano, Annie (2014). *How to Protect a Literary Character Through Copyright and Trademark*. Polytechnic State University.
- Rosati, Eleonora (2020). *Pranderella: Brands and fictional characters*. LexisNexis.
- Scharff, Justin. (2020). The Copyrightability of Fictional Characters: Why Harry Potter. Arya Stark, and Matrim Cauthon Are Copyrightable. *Touro Law Review*. 35(4).
- Schreyer, Amanda (2015). Overview of Legal Protection for Fictional Characters: Balancing Public and Private Interests. 6 (1).
- U.S. CONST. art. I. § 8. cl. 8. U.S. CONST. amend. I.
- Walt Disney Prods. v. Air Pirates. 581 F.2d 751. 755. 9th Cir.
- Warner Bros. Pictures, Inc. v. Columbia Broadcasting System. Inc. 216 F.2d 945. 950. 9th Cir.
- Zecevic, Jasmina (2020). Distinctly Delineated Fictional Characters That Constitute the Story Being Told: Who Are They and Do They Deserve Independent Copyright Protection? *Vanderbilt Journal of Entertainment and Technology Law*. 8(4).

ثانياً: المواقع الإلكترونية:

<https://copyrightservice.net/ar/copyright>: أساسيات حقوق الطبع والنشر:

- Spahn, Kenneth E(1992). The Legal Protection of Fictional Characters, 9 U. Miami Ent. & Sports L. Rev. 331 Available at: <http://repository.law.miami.edu/umeslr/vol9/iss2/6>.

The Protection of Fictional Characters in Light of U.S. Legislation

Halima Mohamed Alnaqbi⁽¹⁾

Nazzal Kisswani⁽²⁾

Abstract:

With the advancement of technology in our modern era, particularly digital technology, various creative industries have emerged, including the creation of fictional characters. These characters hold significant moral and economic value and play an important role in films, novels, video games, and other literary works and entertainment products. This underscores the necessity of their legal protection. The United States has enacted copyright laws to protect these characters, safeguard creators' rights, and encourage innovation. This research is divided into two sections and a conclusion. The first section discusses the role of copyright law in protecting fictional characters, while the second section examines the role of trademark law in this protection. The research follows an analytical and descriptive approach, leading to several key findings, including:

1. The U.S. Copyright Law is designed to protect the rights of creators and authors of original works, which grants them exclusive rights to use, distribute, and modify their creations, thereby encouraging innovation and creativity.
2. The U.S. Copyright Law addresses the protection of fictional characters by granting authors certain exclusive rights to protect their works, including the original characters they contain, so that authors may receive fair compensation for their creative efforts.

Keywords: Protection of fictional characters, copyright law, trademark law.

(1) College of Law - University of Sharjah (Sharjah - U.A.E.)
u20105098@sharjah.ac.ae

(2) College of Law - University of Sharjah (Sharjah - U.A.E.)