

بررسی فقهی و حقوقی مالیت و مالکیت داده‌های دیجیتال در فضای سایبری

سید علیرضا فروغی^۱

اسماء حسین زاده سرشکی^۲

چکیده: در این نوشتار ضمن بررسی دقیق مالیت و مالکیت داده‌های دیجیتال، این داده‌ها به سه دسته تقسیم شده‌اند: (۱) داده‌های دیجیتالی که مصداق خارجی برای آنها وجود دارد. در واقع در این دسته فضای سایبری بستری برای اموال فکری مانند نرم‌افزارهای رایانه‌ای است که در قالب داده‌های دیجیتال موجودند. (۲) داده‌های حجیمی که ذاتاً قابل تحقق در خارج هستند اما به دلیل حجم زیاد و زمان‌بر بودن، تاکنون به دلیل مختصات فضای سایبری تنها در این فضا وجود پیدا کرده‌اند. (۳) داده‌هایی مانند دامنه و میزبانی که لوازم فضای سایبری محسوب می‌شوند و معادل خارجی برای آنها وجود ندارد بلکه به فراخور فضای سایبری موجودیت پیدا کرده‌اند. مالیت داده‌های دیجیتال از یک سو با دارا بودن ارزش اقتصادی و از سوی دیگر با رجوع به اقسام مال در فقه و حقوق شناخته می‌شوند. مالکیت نیز به معنای استیلاپذیری و تسلط برای داده‌های دیجیتال به دلیل وجود امتیاز تصرف در آنها (مالیت) قابل پذیرش است.

در این نوشتار با توجه به خصوصیات هر دسته از داده‌های دیجیتال، و ویژگی‌های اموال در فقه و حقوق، هر کدام ذیل یک نظام حقوقی قرار می‌گیرد: دسته اول و دوم داده‌ها به‌عنوان حقوق معنوی، ذیل نظام اموال فکری و نحوه مالکیت آنها قرار می‌گیرند. لوازم فضای سایبری به‌عنوان متعلقات زیرساخت آن شامل سخت‌افزارها (عین) می‌شوند و منافع حاصل از آنها و هم‌چنین مالکیت این داده‌ها ذیل نظام اموال مدنی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

کلیدواژه‌ها: مالیت، مالکیت، داده دیجیتال، فضای سایبری، حقوق معنوی، منافع اعیان.

E-mail: nomune24@gmail.com

۱. استادیار دانشگاه شهید مطهری

۲. دانش‌آموخته مقطع کارشناسی ارشد فقه و حقوق خصوصی دانشگاه شهید مطهری

E-mail: ahs312@gmail.com.com

دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۸/۲۵ تأیید مقاله: ۱۳۹۷/۱۰/۱۵

مقدمه

با وجود سرعت رشد تکنولوژی در فضای سایبری، این فضا به تمامی جنبه‌های زندگی بشر ورود کرده است، تا آنجا که عده‌ای از اندیشمندان با وجود این فضا، به پارادایم دوجہانی شدن، قائل شده‌اند و جهان مجازی را در موازات جهان واقعی و گاه مسلط بر آن دانسته‌اند. به همین دلیل در تمدن امروز، فضای سایبری بستری مناسب برای تعاملات اجتماعی و اقتصادی قرار گرفته است. به‌عنوان اولین گام برای ورود به فضای سایبری باید ماهیت داده‌های دیجیتال به‌عنوان اجزای تشکیل‌دهنده این فضا شناخته و موضوعات فقهی و حقوقی درگیر با این داده‌ها پاسخ داده شود. بدین منظور در این تحقیق مالیت و مالکیت اقسام مختلف داده‌های دیجیتال مورد مطالعه قرار می‌گیرد. چنان‌که با روشن شدن این بحث می‌توان آثار فقهی و حقوقی مالیت و مالکیت این داده‌ها را در فضای سایبری بررسی کرد. در این تحقیق با ماهیت شناسی دقیق داده‌های دیجیتال به بیان دلایل مالیت و مالکیت آنها، به‌عنوان یکی از چالش‌های موجود در فضای سایبری پرداخته شده است.

۱. تعاریف

۱-۱. مالیت

برای شناخت مفهوم مالیت به روش و ابزار علمی نیاز است. بنابراین به علت آنکه علم اقتصاد بر پایه معنای مال شکل گرفته است، معنای اصطلاحی این واژه در علم اقتصاد بیان می‌شود. سپس معنای آن در علم فقه و علم حقوق به‌عنوان علوم مورد بحث در این نوشتار مطرح می‌شود.

۱-۱-۱. مالیت در علم اقتصاد

در علم اقتصاد درازای مال و مالیت، اصطلاح ارزش مطرح می‌شود. ارزش اقتصادی سنج‌های از منفعت ناشی از کالاها یا خدمات فراهم آورده شده از سوی یک عامل اقتصادی است. هر چیزی که نیازی را از شخص برطرف کند ارزش استفاده دارد و از این میان آنچه برای بیش از یک فرد چنین خاصیتی داشته باشد، ارزش مبادله خواهد داشت؛ اما کیفیت این ارزش جدا از اندازه و کمیت آن نیست و در حقیقت این مطلوب نهایی است که ارزش و اندازه آن را در هر شیء تعیین

می‌کند؛ ولی در بحث اقتصادی، هیچ محدودیتی از این نظر نیست که آنچه دارای ارزش است ضرورتاً مادی باشد، موضوعات غیرمادی نیز ممکن است همانند اشیاء مادی دارای ارزش باشند. منتهی تفاوتی ظریف و دقیق در این میان هست و آن اینکه اشیاء مادی وجودشان مستقل و عینی است، درحالی‌که موضوعات غیرمادی که دارای ارزش اقتصادی‌اند، وجودشان منوط به اعتبار قانون است. به نظر برخی از حقوق‌دانان، ارزش موضوعات اخیر، نه تنها در وجود، بلکه در اندازه خود نیز محدودیت قانونی دارند به طوری که عمر آنها گاه در مهلت قانونی سپری می‌شود و ارزش آنها به سمت صفر میل می‌کند (مانند حق مخترع) و گاه (مانند سرقتی به معنای عام) در طول زمان افزایش پیدا می‌کند (زندی حقیقی، ۱۳۶۸: ۲).

۲-۱-۱. مالیت در علم فقه

در شرع (کتاب و سنت) از مال تعریفی نشده و بدین ترتیب آن را امری عرفی تلقی کرده، تعیین آن را به مردم واگذار نموده و صرفاً احکام آن را از حیث تملک و تصرف بیان داشته است؛ اما فقها برای رفع نیاز در مباحث خود از آن تعریفی ارائه داده، ولی باز از حوزه مفهوم عرفی آن خارج نشده‌اند: مال عبارت است از آنچه مورد رغبت عقلا و تقاضای آنان است و درازای آن بهایی پرداخت می‌کنند (خمینی، ۱۴۱۵، ج ۱: ۲۰).

برخی از فقها نیز معتقدند مال، آن چیزی است که مردم عموماً رغبت دارند که درازای چیز دیگری مالک آن باشند. این مالکیت ذاتی است و حرام نمی‌باشد. در این رغبت، عقلانیت عامه شرط نیست، بدین معنا که رغبت عمومی مورد نظر باشد، بلکه با رغبت فرد هم مال محسوب می‌شود. هم‌چنین ممکن است کثرت باعث شود که ارزش مال به شیءای مانند هوا تعلق نگیرد (حسینی حائری، ۱۴۲۱، ج ۱: ۱۰۷). هم‌چنین با استفاده از مواردی که شیخ انصاری در کتاب مکاسب آورده‌اند نیز می‌توان مال را - خواه فراوان باشد یا نه - به آنچه منفعت محله مقصوده داشته باشد تعبیر کرد (انصاری، ۱۴۱۰، ج ۱، ۲۱۵). این تعبیر همان داشتن ارزش اقتصادی و سودمندی است.

۳-۱-۱. مالیت در علم حقوق

در علم حقوق مالیت را قابلیت تقویم به پول (ماده ۳۴۸ قانون مدنی) تعریف کرده‌اند (جعفری لنگرودی، ۱۳۷۸، ج ۴: ۳۱۶۹). هم‌چنین برای تعریف حقوقی از مال، عناصر آن را ذکر کرده‌اند.

قابلیت اختصاص دادن به شخص، قابلیت نقل و انتقال داشتن، نفع عقلایی و ارزش ذاتی از عناصر این تعریف هستند (جعفری لنگرودی، ۱۳۷۸، ج ۴: ۳۱۲۶).

حقوق دانان در بیان اقسام مال، آن را اعم از عین، منفعت و حق می‌دانند. با توجه به این تقسیم، «عین» مالی است که در وجود خارجی در عداد اجسام است. هم‌چنین در حقوق مدنی، نفع اعیان اموال، مانند نفع عین مورد اجاره را «منفعت» گویند. منافع نیز مانند اعیان مال محسوب می‌شود (جعفری لنگرودی، ۱۳۷۸، ج ۴: ۳۵۲۰). منفعت به سود و فایده‌ای اطلاق می‌شود که به تدریج از مالی تحصیل می‌شود و ایجاد آن مانند سکونت در خانه ملازمه با از بین رفتن اصل مال ندارد (عباسی داکانی، ۱۳۸۵، ش ۶۱: ۷۹). سومین قسم از مال نیز «حق» است. حق اعتباری است که به موجب آن امتیازی از طرف شارع (قانون) یا عقلاً برای شخص یا گروه نسبت به شخص یا چیزی قرار داده می‌شود (فروغی، ۱۳۹۰: ۱۲۰).

علاوه بر تقسیم‌بندی سنتی که بر مبنای حق مالی و حق غیرمالی در علم حقوق وجود دارد، با پیشرفت تمدن، شاهد قسم سوم از حقوق در جوامع امروزی هستیم که داخل در حقوق عینی نمی‌باشد، زیرا به‌طور مستقیم به شیء مادی تعلق نمی‌گیرد. هم‌چنین داخل در حقوق دینی نیز نمی‌باشد، زیرا تکلیف خاصی را بر عهده شخص معین دیگری قرار نمی‌دهد. درواقع، این حقوق از آثار پیشرفت تمدن، ظرافت قانون‌گذاری و اجرای عدل و انصاف است که اوضاع و احوال اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دوران جدید موجب پیدایش آن شده است. این قسم از حقوق را با عنوان حق معنوی می‌شناسند (زرکلام، ۱۳۸۸: ۸۵).

بنابراین برای مالیت سخن از یک طیف مطرح می‌شود که از یک قطب کاملاً مادی، مانند زمین شروع می‌شود و به تدریج با گذر از مواردی مانند برق و خدمات به قطب کاملاً غیرمادی مانند حق مؤلف می‌رسد که در مورد اخیر صرفاً «انحصاری» که قانون برای پدیدآورنده اثر، در تکثیر و عرضه آن شناخته است، مال محسوب می‌شود. درواقع، یک‌سوی این طیف عین قرار می‌گیرد و سوی دیگر حق معنوی.

۲-۱. مالکیت

مفهوم مالکیت در این تحقیق، رابطه‌ای است اجتماعی - اعتباری و قراردادی میان اجتماع که بیانگر مشروعیت تصرف مالک در ملک خویش و جلوگیری تصرف دیگران در آن است (امامی،

۱۳۷۷، ج ۱: ۴۲). این مشروعیت در نظام‌های مختلف اجتماعی متفاوت است. مالکیت یک امر فیزیکی عینی نیست که در جهان واقعیت داشته باشد هرچند هیچ ذهنی و صاحب ذهنی در جهان نباشد، بلکه واقعیتی اعتباری است که عموم واقعیت‌های اجتماع را تشکیل می‌دهد، درحالی‌که واقعیت آنها مشروط به اعتبار کنندگان و صاحبان ذهن در جهان است. احکام وضعی و تکلیفی هم از این نوع هستند (فروغی، ۱۳۹۱: ۲۵). مالکیت امر اعتباری مستقل و عقلایی است که هم به اعیان و هم به افعال تعلق می‌گیرد. مالکیت نسبت بین مالک و مملوک است و نیازی به مملوک^۱ علیه ندارد.

۳-۱. داده دیجیتال

واژه «داده» در مفهوم مفرد آن datum و در جمع data می‌باشد، ولی به‌طور رایج داده را هم برای مفرد و هم برای جمع داده‌ها مورد استفاده قرار می‌دهند. داده‌ها حقایقی هستند که یک پدیده را تشریح و توصیف می‌کنند و ویژگی‌هایی از پدیده را انتقال می‌دهند (انصاری و زند، ۱۳۹۵: ۱۱۰). داده‌ها کمیت‌های عددی یا خصیصه‌ای هستند که در نتیجه مشاهده، آزمایش یا محاسبه حاصل شده‌اند. داده به‌خودی‌خود مفهوم دارد، ولی کاربردی برای آن متصور نیست. در قلمرو ذهنی داده‌ها محرک‌های ذهنی هستند که از راه حواس دریافت یا درک می‌شوند.

داده، اطلاعات و دانش مفاهیم نزدیک به هم هستند ولی هر کدام قواعد خاص خود را در ارتباط با مفاهیم دیگر دارد. داده‌ها، جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل می‌شوند تا اطلاعات به‌طور مناسبی برای تصمیم‌گیری ساخته شوند. دانش مقدار گسترده‌ای از تجربه برخورد با اطلاعات در مورد یک موضوع است. داده، در حداقل انتزاع است سپس اطلاعات و در بیش‌ترین حالت دانش قرار دارد.

داده‌های دیجیتال در نظریه اطلاعات و سیستم‌های اطلاعاتی به نمایش گسسته اطلاعات با استفاده از ارقام گفته می‌شود. این تعریف در مقابل سیگنال‌های پیوسته‌ای قرار دارد که ماهیت آنها پیوسته است و به آنها داده‌های آنالوگ گفته می‌شود. از آنجا که در سخت‌افزار فضای سایبری از حافظه (RAM) و پردازشگر (CPU) الکترونیکی استفاده شده است که تنها با سیستم دودویی فعالیت می‌کنند، بنابراین همه اطلاعات و برنامه‌ها باید به‌صورت داده‌های دیجیتال در این سیستم ذخیره شوند.

کامپیوتر متشکل از حافظه RAM و پردازشگر CPU الکترونیکی است که صفر و یک‌ها را در خود جای می‌دهند و تنها با سیستم دودویی فعالیت می‌کنند. حافظه، واحد نگهداری صفر و یک‌ها است و به هر خانه آن یک بیت (Bit) گفته می‌شود که بنا بر حجمی که دارد می‌تواند میلیون‌ها صفر و یک را در خود جای دهد. پردازنده نیز شامل یک واحد پردازشی به نام ALU است که از ترکیب گیت‌های منطقی تشکیل شده و شبیه‌ساز عملیات اصلی ریاضی شامل جمع، تفریق، ضرب و تقسیم است. گیت‌هایی که با منطق ریاضی محاسبات را انجام می‌دهند شامل and و or و xor هستند. پردازشگر خود دارای واحدهای حافظه‌ای بسیار کم حجمی به نام ریجستر (Register) است که قسمت‌های ۳۲ بیتی از داده‌ها را از حافظه گرفته و برای دسترسی سریع در خود ذخیره می‌کند. سپس محتوای هر دو ریجستر وارد ALU می‌شوند و عملیات پردازشی بر روی آنها انجام می‌گیرد. خروجی این عملیات‌ها نیز دوباره به حافظه فرستاده شده و در آنجا ذخیره می‌شوند. بنابراین همه اطلاعات و برنامه‌ها باید به صورت داده‌های دیجیتال (صفر و یک) در این سیستم بر مبنای منطق ریاضی ذخیره شوند.

داده‌های دیجیتال مقادیر، شخصیت‌ها و یا علامت‌ها را نشان می‌دهد. علامت، عملیاتی توسط یک کامپیوتر است که انجام، ذخیره و ضبط داده‌ها بر روی رسانه‌های ضبط مغناطیسی، نوری و یا مکانیکی و انتقال در قالب سیگنال‌های الکتریکی دیجیتال را بر عهده دارد. برنامه، مجموعه‌ای از داده است که متشکل از یک سری دستورالعمل نرم‌افزار (کد) برای کنترل و بهره‌برداری از یک کامپیوتر و یا دستگاه‌های دیگر است.

اطلاعات دیجیتال نیز مدلی از اطلاعات است که به وسیله سلسله‌ای از صفر و یک‌ها که همان داده‌های دیجیتال هستند، ذخیره می‌شود، به طوری که می‌توان آنها را اصلاح یا جابه‌جا کرد. داده‌های دیجیتال آن چیزی است که کامپیوترها مدیریت آنها را بر عهده دارند و در واقع کاربران معمولی به داده‌ها دسترسی ندارند.

۴-۱. فضای سایبری

فضای سایبری مفهوم محیطی است که در آن ارتباطات از طریق شبکه‌های کامپیوتری رخ می‌دهد. این واژه از سال ۱۹۹۰ و با رشد استفاده از اینترنت، شبکه و ارتباطات دیجیتالی مشهور شد. سایبر در مباحث حقوق به معنای کامپیوتر، مودم، مخابرات و ماهواره با ویژگی شبیه‌سازی و

مجازی‌سازی است. فضای سایبر به‌طور هم‌زمان دارای دو ویژگی ارتباطی و اطلاعاتی است، لذا می‌توان آن را چنین تعریف کرد: فضای سایبر تمامیت الکترونیکی پدید آمده از طریق ارتباط الکترونیکی مجموع وسایل ایجاد، ذخیره، پردازش و انتقال داده‌های الکترونیکی با ویژگی شبیه‌سازی و مجازی‌سازی است و ویژگی و عملکرد عمده فضای سایبری ارتباطات جهانی و انتقال داده است. بنابراین در این قلمرو همه‌چیز از جنس داده است.

در فارسی از واژه فضای مجازی برای این محیط استفاده می‌شود. مجازی به معنای ترتب آثار و احکام امر جسمانی در نظر گرفته می‌شود (معادل کلمه virtual) نه در معنای استعمال لفظ در معنای غیر موضوع له (معادل کلمه metaphorical). در نتیجه، تعریف فضای مجازی عبارت است از «بستری الکترونیکی که در آن آثار و احکام امور جسمانی تحقق می‌یابد».

در این تحقیق از واژه سایبر استفاده شده است به دلیل آنکه سایبری نسبت به مجازی خاص‌تر است و منظور از سایبر، صرفاً فضای تبادلات دیجیتالی و بین رایانه‌هاست که به‌طور معمول از طریق اینترنت رخ می‌دهد. در حالی که مجازی در مقابل فیزیکی است و شامل ماهواره‌ها، ذهنی و سایر فضاهای غیر فیزیکی می‌شود که در اینجا محل بحث نیست.

۲. اقسام داده‌های دیجیتال

دسته اول داده‌های دیجیتالی هستند که مصداق خارجی برای آنها وجود دارد. می‌توان گفت در این صورت، فضای سایبری بستری است برای اموال فکری که در قالب داده‌های دیجیتال موجود هستند. در واقع، اموال فکری قابلیت تبدیل به داده‌های دیجیتال را دارند و هنگامی که این اموال به‌صورت داده‌های دیجیتال موجودیت پیدا کردند، حکم مظلوف برای ظرف فضای سایبری پیدا می‌کنند. برای مثال یک کتاب جزء اموال فکری برای نویسنده آن محسوب می‌شود. حال اگر به‌صورت فایل درآمده و بخواهد وارد فضای سایبری شود، باید کتاب تبدیل به داده‌های دیجیتال شده تا در فضای سایبری در دسترس کاربران قرار گیرد.

دسته دوم از داده‌های دیجیتال به دلیل حجم بسیار زیاد، زمان‌بر بودن یا عوامل دیگر قابلیت تحقق در فضای خارج را نداشته‌اند و گرنه ذاتاً امکان وجود در خارج را دارند. ویژگی‌های فضای سایبری مانند سرعت بالا، عدم محدودیت مکان و زمان باعث شده است تا این جنس داده‌ها در فضای سایبری و در قالب داده‌های دیجیتال قابلیت تحقق پیدا کنند. داده‌های حجیم تحلیلی مانند

تحلیل جهت‌گیری‌های سیاسی در انتخابات ریاست جمهوری ایران در شبکه‌های اجتماعی، در این دسته قرار می‌گیرند. شایان ذکر است که آنچه موجب شد تا این قسم را ذیل دسته اول قرار ندهیم عدم قابلیت تحقق آن تا به امروز در فضای خارج است.

دسته سوم داده‌هایی هستند که معادل خارجی برای آنها وجود ندارد بلکه به فراخور فضای سایبری موجودیت پیدا کرده‌اند. در واقع، این داده‌ها از لوازم فضای سایبری محسوب می‌شوند. آی‌پی، دامین، هاست و غیره نمونه‌هایی از این دسته هستند.

۳. دلایل مالیت داده‌های دیجیتال

دلایل مالیت داده‌های دیجیتال در دو بخش مطرح می‌گردد: ابتدا، بر اساس تعریف مالیت و بنابر نظر کارشناس اقتصادی به‌عنوان یک منبع معتبر در فقه و حقوق به آن نگاه می‌شود. سپس، مالیت این داده‌ها، با توجه به نظام‌های حقوقی که اقسام داده‌های دیجیتال در آن قرار می‌گیرند، بیان می‌شود.

۳-۱. مالیت داده‌های دیجیتال به‌عنوان ارزش اقتصادی

در علم اقتصاد، ارزش هر چیزی را طالب آن و نه عرضه‌کننده آن تعیین می‌کند. قیمت، همان ارزش مبادلاتی است که در واقع کم‌ترین مقداری است که خریدار در بازار برای کالایی می‌پردازد و ارزش اقتصادی را آن‌کس که طالب شدید کالا باشد، تعیین می‌کند. ارزش داده‌های دیجیتال، یک ارزش ذهنی (سوبجکتیو) است، زیرا ارزش آن را عینیت جامعه تعیین نمی‌کند. به دلیل آنکه تولید عینی در بازار از داده‌های دیجیتال وجود ندارد و هیچ دو داده دیجیتال در بازار عین هم نیست، ذهن جامعه تعیین‌کننده ارزش داده‌های دیجیتال است. بنابراین نیاز و تقاضای بازار، ارزش داده‌های دیجیتال را به‌عنوان یک ارزش ذهنی تعیین می‌کند. با توجه به این مطلب، ارزش مبادلاتی داده‌های دیجیتال همان ارزش اقتصادی آنهاست. در اینجا برای روشن شدن ارزش اقتصادی داده‌های دیجیتال، نگاهی به جایگاه آن در مبادلات دنیای امروز می‌اندازیم و نمونه‌هایی را برای اقسام مختلف این داده‌ها ذکر می‌کنیم.

بخشی از اموال فکری، مانند علائم و اسامی تجاری، از لحاظ اقتصادی تحت عنوان سرمایه به‌عنوان عوامل تولید محسوب می‌شوند. وقتی شرکتی در طول زمان با خطرپذیری فراوان و

هزینه‌های کلان وارد بازار می‌شود و در رقابت با دیگران، محصولاتی ارائه می‌دهد و روزبه‌روز به حسن شهرت و مشتریان خود می‌افزاید، نام و علامت تجاری آن شرکت و محصولات آن موقعیت ویژه‌ای در بازار پیدا می‌کند. به این ترتیب، نام و علامت تجاری شرکت یادشده ارزش و اعتبار پیدا می‌کند. علائم و اسامی تجاری می‌توانند در بستر فضای سایبری قرار گیرند و به‌عنوان داده‌های دیجیتال ذخیره شوند. سامانه‌های ثبت این علائم به‌صورت دیجیتال است و در واقع در بستر فضای سایبری هم مورد معامله قرار می‌گیرند. به‌عنوان نمونه، آمار منتشره از سوی کمپانی انگلیسی Happier نشان می‌دهد سامسونگ با ۶/۶۴۸ دلار در هر ثانیه رتبه اول کسب درآمد را بین کمپانی‌های دنیای آی. تی. به خود اختصاص داده است. Happier در حالت مقایسه‌ای کمپانی‌های موفق را باهم مورد مقایسه قرار داده است. نتایج بر اساس میزان درآمد هر کمپانی در پایان فصل مالی اعلام شده اخذ شده و اپل با درآمد هر ثانیه ۴/۵۴۰ دلار مقام دوم را در اختیار دارد. کمپانی فاکسکان با درآمد ثانیه‌ای ۳/۸۱۵ دلار، اچ پی با ۳/۴۵۹ دلار، آی. بی. ام. با ۳/۱۶۶ دلار، مایکروسافت با ۲/۳۳۱ دلار، آمازون با ۱/۹۹۶ دلار، گوگل با ۱/۸۷۳ دلار، دل با ۱/۸۶۵ دلار، اینتل با ۱/۶۲۸ دلار، سیسکو با ۱/۵۹۴ دلار، اوراکل با ۱/۰۶۸ دلار و نوکیا با ۹۴۱ دلار، در هر ثانیه، در رده‌های بعدی دنیای آی. تی. جای گرفته‌اند. هم‌چنین فیس بوک با درآمد ثانیه‌ای ۲۳۰ دلار و بلک بری با درآمد ثانیه‌ای ۲۰۵ دلار در رده کم‌ترین‌ها جای گرفته‌اند.

از نمونه‌های تجارت داده‌های دیجیتال که از لوازم فضای سایبری هستند نیز می‌توان به درآمدهای شرکت‌های اجاره آی. پی، دامین و هاست اشاره کرد. در جهان، شرکت‌های بزرگی وجود دارد (مانند شرکت‌های Right و Orien). که آی. پی‌های هر منطقه جغرافیایی در دست آنها می‌باشد و بنابر درخواست کاربران به مدت معینی به آنها اجاره داده می‌شود. هم‌چنین شرکت‌هایی برای ثبت و اجاره دامین هم وجود دارد (مانند GoDaddy) که برای دامنه دات کام است.

در سیستم ارزش اقتصادی، تمامی انواع داده‌های دیجیتال حضور دارند و به‌عنوان دارایی نامشهود تأثیر بسزایی بر اقتصاد می‌گذارند. یک وجه از این دارایی نامشهود طراحی، خلق و حفظ برند است. وجه دیگر دارایی نامشهود، حجم بزرگی از اطلاعات افراد است، که نگهداری و استفاده‌های متعدد و کلان از آن می‌شود. عمده دارایی شرکت گوگل همین اطلاعات است و با توجه به اینکه پیش‌بینی در دنیا بسیار مهم است و وابسته به همین اطلاعات است، هرچقدر دامنه

این اطلاعات وسیع تر باشد امکان پیش‌بینی بیش‌تر برای شرکت‌های اقتصادی فراهم می‌آورد. بنابراین اگر ما این امر مهم را نادیده بگیریم، بخشی از دارایی‌های خودمان را نادیده گرفته‌ایم. تجارت اطلاعات در دنیا نقش عمده‌ای در تولید ثروت شرکت‌های بزرگ اقتصادی دارد، ولی اگر قواعد کپی‌رایت و نظام مالکیت فکری را در سطح جهانی نپذیریم نقش خود را در این تجارت حذف کرده‌ایم.

۲-۳. مالیت داده‌های دیجیتال در نظام اموال فکری

از میان سه قسم ذکر شده برای داده‌های دیجیتال، دسته اول همان اموال فکری هستند که در بستر فضای سایبری قرار گرفته، ولی ماهیت آنها تغییری نکرده است. بنابراین می‌توان داده‌های دیجیتال از این نوع را مصداق اموال فکری دانست، زیرا خصوصیات ذکر شده برای نظام اموال فکری در این نوع از داده‌ها وجود دارد.

به نظر می‌رسد، دسته دوم نیز که به‌عنوان داده‌های تحلیلی معرفی شدند هم در نظام اموال فکری قرار می‌گیرند، چراکه خصوصیات همان اموال را دارند و تنها فرقی که در تحقق آنها در خارج تا به امروز است. آنچه واضح است مشخصات ذاتی این دو قسم از داده‌های دیجیتال است که با مشخصات ذاتی اموال فکری برابر است.

هر دو دسته فوق در تعاملاتشان مقید به زمان هستند. هم‌چنین، علاوه بر جنبه‌های اقتصادی که در بحث بعد به تفصیل بیان می‌شود، جنبه اخلاقی این داده‌ها نیز مطرح می‌باشد؛ چراکه این داده‌ها حاصل فکر و تلاش افراد است و جزء حقوق معنوی قرار می‌گیرند. برای مثال می‌توان از طراحی یک نرم‌افزار نام برد که برای بازه زمانی معینی، حق مؤلف برای آن به رسمیت شناخته می‌شود و یا تلاشی که فردی برای جمع‌آوری داده‌ها انجام می‌دهد و منجر به وجود داده‌های تحلیلی و یا جریانی از داده‌ها که بر اساس ملاکی مرتب شده‌اند، می‌شود. در این موارد منفعت عمومی و ویژگی استثنایپذیری نیز به‌وضوح دیده می‌شود، چراکه هرگاه انتشار این داده‌ها در فضای سایبر منفعت عمومی را خدشه‌دار کند، جلوی آن گرفته می‌شود. این داده‌ها تخصیص ناپذیر، و هم‌زمان برای همه قابل استفاده است. وجود فضای سایبری به علت سرعت بالای انتشار، بر شدت این ویژگی‌ها افزوده است. می‌توان قسمتی از حقوق یا همه حقوق این داده‌ها، برای مثال حق ذخیره‌سازی فایل‌های داده‌ها و یا ذخیره و نشر آنها، را منتقل کرد.

۳-۳. مالیت داده‌های دیجیتال در نظام اموال سنتی

از میان اقسام داده‌های دیجیتال، لوازم فضای سایبری با توجه به تعریف و خصوصیات آنها در ذیل نظام اموال فکری قرار نمی‌گیرند. این داده‌ها در واقع محصول زیرساخت‌های فضای سایبری، محسوب می‌گردند. زیرساخت فضای سایبری در واقع لوازمی است که برای به وجود آمدن اینترنت به آنها نیاز است. قسمت عمده‌ای از این زیرساخت‌ها، سخت‌افزاری می‌باشند که می‌توان آنها را از اعیان به حساب آورد.

این قسم از داده‌های دیجیتال، مقید به زمان نیستند و تنها جنبه اقتصادی آنها در بازار مورد نظر است که البته به علت سرعت گسترش فضای سایبری این لوازم نیز از اهمیت بالایی در بازار برخوردارند. این نوع از داده‌ها را نمی‌توان به عنوان حق مالی در نظر گرفت، چراکه ویژگی‌های حقوق مالی را دارا نیستند و امتیاز محسوب نمی‌شوند تا در شمار حقوق باشند. در واقع، این قسم از داده‌ها جنبه حقوقی ندارند و صرفاً اقتصادی هستند. هم‌چنین به دلیل ویژگی‌های خاص فضای سایبری عین نیستند، بلکه محصولی از این عین هستند که می‌توان از آنها با عنوان «متعلقات عین» یاد کرد. در نتیجه از حيازت آنها منافع حاصل می‌شود. برای نمونه، آی‌پی، دامین و هاست جزء این دسته از داده‌های دیجیتال محسوب می‌شوند.

زیرساخت‌های فضای سایبری متمرکز نیستند، بلکه از قسمت‌های مختلفی تشکیل شده‌اند و این امر تحلیل آن را دشوار می‌کند. لوازم فضای سایبری متعلقات زیرساخت‌های سخت‌افزاری هستند که در قالب داده‌های دیجیتال در این فضا قرار دارند. در واقع، داده‌های دیجیتال با عنوان آی‌پی، دامین و هاست فضایی را ایجاد می‌کنند که استفاده از آنها منافع زیادی برای بشر در دنیای امروز دارد. با توجه به تحقیقات انجام شده برای این قسم از داده‌ها نمی‌توان مختصات حقوقی خاصی در نظر گرفت؛ چراکه خود، عین و منفعت و حق نیستند ولی آنچه در دنیای امروز از این لوازم قابل رویت است، منافع حاصل از آن است. بنابراین، در این پژوهش جنبه منفعتی این قسم از داده‌های دیجیتال مورد توجه قرار می‌گیرد.

۴. دلایل مالکیت داده‌های دیجیتال

دلایل مالکیت برای هر کدام از اقسام داده‌های دیجیتال در چند قسمت به شرح زیر بیان می‌شود.

۱-۴. منشأ مالکیت داده‌های دیجیتال

کار خلاق و مولد که ارزش اقتصادی درست کند منشأ مالکیت است، اما همین مالکیت انسان محدود است، زیرا انسان در هر تولیدی از مواد موجود در طبیعت استفاده می‌کند. علاوه بر تولید دارای ارزش اقتصادی، حیازت هم منشأ مالکیت است. خدمات نیز به‌عنوان سومین منشأ مالکیت به معنای چیزهایی است که عینیت خارجی ندارند و نتیجه آنها عاید دیگران می‌شود. منشأ مالکیت فکری، فکر و اندیشه انسان است، که منجر به یک ایده می‌شود. ایده‌ای دارای ارزش اقتصادی است که قابل حمایت در نظام مالکیت فکری باشد. حیازت نیز در اینجا به‌طریق‌اولی امکان‌پذیر است، زیرا حیازت ملازمت عین با فرد دانسته می‌شود، حال آنکه ایده و فکر از فرد جداشدنی نیست. در اولین منشأ ذکر شده، مالیت موجب مالکیت می‌شود و در حالت دوم از باب منفعت و حیازت، مالکیت فکری مطرح می‌شود.

برای به دست آوردن منشأ مالکیت داده‌های دیجیتال با توجه به آنکه منشأ مالکیت، کاری است که ارزش تولید یا خدمت دارد، پس در مالکیت‌های فکری هم منشأ، کار مولد ایده است و در مالکیت داده‌ها هم منشأ، کار مولد داده است. از طرفی هم می‌تواند منشأ مالکیت، حیازت داده‌ها باشد که امروزه به‌صورت امری رایج وجود دارد و دانش پایگاه داده تحلیل‌ی در هوش تجاری به تفصیل جوانب این موضوع را مورد نظر قرار داده است.

به نظر می‌رسد مالکیت داده‌های دیجیتال بر هر سه منشأ تسلط دارد و شامل کار مولد و خلاق و حیازت است. بنابراین، داده‌هایی را که در نتیجه مالیتشان به‌عنوان اموال فکری دارای مالکیت نمی‌شوند می‌توان از باب منفعت و حیازت صاحب مالک دانست.

۲-۴. مالکیت داده‌های دیجیتال در نظام اموال فکری

مالکیت نظام فکری همان مالکیت ماده ۲۹ قانون مدنی است با این تفاوت که حق مالکیت نظام اموال سنتی مقید به زمان نیست، درحالی‌که در مالکیت‌های فکری تمام دارایی‌های فکری در معرض قید زمان قرار دارند. هم‌چنین، حق مالکیت نظام اموال سنتی همیشه چهره اقتصادی دارد درحالی‌که در نظام مالکیت فکری مفهوم اخلاقی حق معنوی همواره وجود دارد و گاهی هم بسیار برجسته می‌شود. اما ایرادی که به‌سختی توجیه می‌شود استیلا ناپذیری مالکیت فکری است. به دلیل آنکه چیزی که در اختیار همه است مالیت ندارد، به‌بیان‌دیگر کم‌یابی از شروط مالیت است. هر چه

کم‌یابی بیش‌تر باشد، مالیت نیز بیش‌تر خواهد بود. درحالی‌که داده و اطلاعات این‌طور نیستند و دسترسی همگانی به آنها وجود دارد.

از یک‌سو، با توجه به‌حق بودن این اموال می‌توان قائل به مالکیت برای آنها شد. درواقع، حق مالکیت است که مال محسوب می‌شود، اما این آن‌چنان در ذات شیء رفته که نمی‌توان آن را تفکیک کرد. همیشه حق مالی است که متصف مالیت می‌شود نه شیء‌ای که موضوع مال است. درواقع، چون مالکیت هست امتیاز تصرف به‌عنوان مالیت را داریم. چیزی موضوع حق مالی قرار می‌گیرد که ارزش مبادلاتی داشته باشد (حسینی حائری، ۱۴۲۱، ج ۱: ۱۶۵).

از سوی دیگر عده‌ای از حقوق‌دانان معتقدند، قانون‌گذار در این موارد مالیت صوری برای داده‌ها ایجاد می‌کند و می‌گوید هیچ‌کس حق استفاده ندارد و این کم‌یابی صوری موجب می‌شود تا بهره‌برداری در بازار در کنترل صاحب حق قرار گیرد. در این صورت استیلا پذیری که شرط مالکیت است، برای اموال فکری درست خواهد شد.

در این راستا، نظری وجود دارد مبنی بر اینکه باوجود آنکه قانون‌گذار حمایتش از اموال فیزیکی را در قالب استیلا می‌آورد و مالکیت را احراز می‌کند، در اموال فکری باوجود استیلا ناپذیری تصور مالکیت امکان‌پذیر نیست. در پاسخ به این نظر عده‌ای با توجه به آنکه در حقوق اموال سنتی، استیلا گاهی بالاصاله و گاهی بالعرض است، دو دلیل ارائه کرده‌اند تا تصور استیلا‌پذیری در اموال فکری را بیان کنند:

دلیل اول، اجاره مالکیت بر منفعت برای مدت معین است، زیرا موجر مالکیت بر منفعت را منتقل می‌کند. این استیلا چگونه قابل انتقال است باوجود آنکه منفعت استیلا پذیر نیست؟ فقیهان این مسأله را این‌گونه توجیه کرده‌اند که مالکیت منافع منتقل می‌شود، اما در هر قرارداد اجاره‌ای به‌طور ضمنی تعهد می‌شود که عین مستأجره هم بالامانه تحویل داده شود پس لزومی ندارد بر عین استیلا وجود داشته باشد.

دلیل دوم، آن است که اگر کسی مال دیگری را به‌طور غیرقانونی در اختیار بگیرد و عین تلف شود، آیا ضامن منافع هم هست؟ عده‌ای گفته‌اند که منفعت استیلا پذیر نیست پس نباید ضامن باشد، اما در پاسخ فقیهان قائلند همین‌که بر مال خارجی استیلا پیدا کرد به‌تبع آن بر منفعت هم استیلا دارد در نتیجه هم ضامن عین است و هم ضامن منافع.

با توجه به این دلایل که فقها قائل به استیلا‌پذیری برای منفعت شدند، در مالکیت فکری نیز

اگر فکر بالاصاله و مجرداً مورد نظر قانون گذار باشد، استیلا پذیر نیست اما نگاه قانون گذار به منافع تجاری در بازار است و بازار مکان فیزیکی و استیلا پذیر است. در واقع، به جای اینکه دارایی فکری مورد نظر باشد، بازار محل بحث قرار می گیرد. نکته دیگر آنکه مالکیت فکری حق سلبی است، زیرا استفاده دیگران از اموال فکری دارنده را ممنوع می کند. به این معنا که قانون گذار ممنوعیت دیگران برای ورود به بازار را سلب کرده است. بازار واقعیت خارجی است که کالای در بازار را به تبع آن استیلا پذیر می دانیم. بنابراین می توان گفت استیلا پذیری در نظام فکری بالعرض است نه بالاصاله. بنابراین ویژگی استیلا پذیری برای اموال فکری و به تبع آن برای داده های دیجیتال به عنوان مصداقی از این اموال صحیح خواهد بود.

۳-۴. مالکیت داده های دیجیتال در نظام اموال سنتی

با وجود قسم سوم از داده های دیجیتال که در ذیل اموال سنتی هستند و به عنوان متعلقات عین، منفعت آنها در نظر گرفته شد، مالکیت آنها نیز در ذیل مواد ۲۹ و ۳۰ قانون مدنی تعریف می شود. با توجه به مختصات فضای سایبری متعلقات حاصل از زیرساخت آن، هم دارای ارزش اقتصادی است و در دنیای امروز به عنوان مال شناخته می شود و هم صاحبان شرکت های الکترونیکی بنا بر دسترسی که به زیرساخت ها دارند، مالک این قسم از داده های دیجیتال محسوب می شوند. دسترسی در فضای سایبری به معنای تسلط است و به نظر می رسد با همین معنا می توان مالکیت را برای لوازم فضای سایبری اعتبار کرد. در نتیجه این استیلا، قابلیت تملیک متعلقات به افراد به وجود می آید و استفاده از منافع آن، امری مهم در دنیای امروز می شود.

استیلا پذیری در اینجا بر متعلقات عین مانند استیلا پذیری است که در نظام اموال سنتی وجود دارد، تنها مختصات فضای سایبری باید در نظر گرفته شود اما به دلیل آنکه این قسم از داده های دیجیتال به عنوان لوازم شناخته شدند، می توان همان نظام را در نظر گرفت و برای هر کدام از قسمت های این نظام، دقت های لازم برای تفاوت های فضای سایبری را لحاظ کرد.

۴-۴. مالکان داده های دیجیتال

اسلام ملکیت را فردی، عمومی و دولتی می داند. با توجه به آنکه داده های دیجیتال از انفال و مالکیت های دولتی خارج هستند، می توان این داده ها را در دو دسته اول یعنی مالکیت های

خصوصی و عمومی به حساب آورد. به این معنا که برخی از داده‌های دیجیتال، مالکان خصوصی دارند، این داده‌ها ممکن است برای شخص حقیقی یا حقوقی باشند. به‌عنوان مثال، اطلاعات شخصی یک فرد که بر روی رایانه او قرار دارد از آن شخص حقیقی است، یا کدهای مربوط به یک نرم‌افزار که برای یک شرکت خصوصی تولید نرم‌افزار است از آن شخص حقوقی است. از سوی دیگر، این داده‌ها می‌تواند مالکان عمومی هم داشته باشد، برای مثال ممکن است اطلاعاتی مربوط به ملت ایران باشد. سلیقه سیاسی مردم ایران در انتخابات ریاست جمهوری یا اطلاعات پرونده‌های قضایی کشور از این قبیل است؛ حتی این داده‌ها می‌تواند متعلق به گروهی از مردم باشد چنانکه می‌توان اطلاعات مربوط به حساب‌های بانکی افراد در بانک‌های دولتی را به‌عنوان نمونه نام برد.

بنابراین در بحث مالکیت داده‌ها با دو جریان مواجه هستیم: اول، جریانی از داده‌ها به‌صورت اطلاعات است که ملکیت آن برای شخص حقیقی و یا شخص حقوقی خاصی است. در این دسته، می‌توان به فروش اطلاعات شخصی افراد اشاره کرد. برای مثال پرونده پزشکی یا قضایی فرد را مورد معامله قرار داد. این جریان از داده‌ها (اطلاعات) متعلق به شخص است و در جدولی به نام پایگاه داده قرار دارد. این داده‌ها به تحلیل نیاز ندارند و خود دارای اهمیت بالایی است و امروزه این کار رونق دارد تا آنجا که سایتی به نام ویکی لیکس برای افشای اطلاعات مربوط به کشورها و سازمان‌ها موجود است و این سایت تاکنون توانسته نقشی حائز اهمیت در برخی تحولات دنیا ایفا کند. دوم، اطلاعاتی است که مالک خصوصی ندارد. در واقع مالک آن مردم و غیرمحمصور هستند. برای نمونه فروش اطلاعات مربوط به اینکه در ماه اردیبهشت سال ۱۳۹۵ چه تعداد افراد بین سن ۴۰ تا ۵۰ سال حساب خود در بانک را بسته‌اند، یا اینکه اطلاعات مردم ایران درباره سلیقه سیاسی یا کالاهای مورد استفاده‌شان چیست. این اطلاعات فقط جریان ساده‌ای از داده‌ها نیستند بلکه بر اساس علم داده‌کاوی روی آنها پردازش و تحلیل می‌شود. پایگاه داده تحلیلی یک بانک اطلاعاتی بزرگ می‌باشد که از طریق آن کلیه داده‌های حال و گذشته یک سازمان جهت انجام عملیات گزارش‌گیری و آنالیز در دسترس مدیران قرار می‌گیرد. پایگاه داده تحلیلی نقش مهمی در تصمیم‌گیری مدیران کمپانی برای تعیین یک استراتژی موفق دارد.

در حقوق مالکیت فکری در بعضی موارد وظیفه حفاظت از دارایی فکری به دارنده سپرده می‌شود و اوست که باید از دارایی فکری خود مراقبت کند و در صورتی که کسی از حق فکری او

استفاده کرد باید به مراجع قانونی برای اقدام اعلام کند و در صورت عدم اعلام ممکن است کسی حق فکری او را استفاده کند و دیگران هم باخبر نشوند. با توجه به گستردگی فضای سایبری و عدم محدودیت زمان و مکان در این فضا، به نظر می‌رسد برای احقاق حقوق مربوط به مالکیت داده‌های دیجیتال نیز در صورتی که مالک خصوصی (اعم از شخص حقیقی یا حقوقی) باشد، باید فرد اقدام به حفاظت از داده‌های شخصی‌اش کند و بتواند با اعلام به مراجع ذیصلاح احقاق حق کند. البته باید در این مورد قانون مدون و دقیقی وجود داشته باشد تا بتوان بر اساس آن حکم به احقاق حقوق صاحبان داده‌های دیجیتال داد.

در صورتی که مالکیت داده‌های دیجیتال عمومی باشد آنگاه معمولاً فرد یا نهادی به‌عنوان نماینده مالکین تعیین می‌شود تا در صورت زایل شدن حق مالکیت احقاق حق کند. مانند حق مالکیتی که همه مردم نسبت به منابع طبیعی دارند و چون همه مردم نمی‌توانند احقاق حق کنند، دولت به‌عنوان نماینده مردم این امر را برعهده می‌گیرد. البته توجه داریم که این قسم از اموال و املاکی که اساساً مالکیت آنها از ابتدا در اختیار دولت است، جدا می‌باشد. در زمینه مالکیت‌های عمومی برای داده‌های دیجیتال نیز به نظر می‌رسد زمانی که مالک عمومی مردم باشند، دولت باید به نمایندگی از آنها برای احقاق حق مالکیت اقدام کند که لازمه آن وجود قوانین بین‌المللی در این زمینه است.

۴-۵. رابطه مالکیت داده‌های دیجیتال با قابل حمایت بودن آنها

مالک شناخته شدن توسط قانون‌گذار، آثاری دارد که ذیل عنوان «حمایت» محقق خواهد شد. در نتیجه اگر دارنده اموال فکری، به‌طور قانونی مالک محسوب شود آنگاه اموال فکری او مورد حمایت قانون‌گذار قرار می‌گیرد. بنابراین اگر فرد دیگری آثار او را بانام خودش منتشر کرد، مالک اثر می‌تواند دادخواهی کند و قانون‌گذار هم حقوق مالک را به رسمیت می‌شناسد. همین امر در رابطه با داده‌های دیجیتال هم مطرح می‌گردد. به این معنا که با اثبات مالیت و مالکیت برای داده‌های دیجیتال و هم‌چنین با به رسمیت شناختن حقوق مربوط به مالکان این داده‌ها باید نظامی برای حمایت از آنها در نظر گرفته شود. اثر قابل حمایت لازم نیست حتماً به‌عین تبدیل شده باشد اما باید از صرف یک ایده فراتر باشد. در فضای سایبری نیز باید داده‌های دیجیتال به‌عنوان یک اثر شناخته شوند و مورد حمایت قانون‌گذار قرار گیرند.

با توجه به شرایطی که این داده‌های آزمایشی دارند و مورد حمایت حقوق مالکیت فکری قرار گرفته‌اند به طریق اولی باید داده‌های دیجیتال نیز در حمایت این حقوق قرار گیرند؛ چراکه وقت، سرمایه، تخصص و زحمت زیادی صرف به دست آوردن داده‌های دیجیتال می‌شود و با صرف انتزاعی بودن آنها نمی‌توان قاعده عدم حمایت را در موردشان اجرا کرد و انگیزه برای تولیدکنندگان این داده‌ها را از میان برداشت. برای جمع‌آوری داده‌ها هزینه مصرف می‌شود و خود این امر کار محسوب می‌شود پس مالکی معلوم دارد و باید مورد حمایت قرار گیرد؛ چنانکه دایرةالمعارف‌ها با ماهیت جمع‌آوری شده‌ای که دارند، مورد حمایت نظام حقوق مالکیت فکری قرار گرفته‌اند. البته نکته قابل توجه آن است که خود داده‌های آزمایشی می‌توانند به صورت داده‌های دیجیتال ارائه شوند. داده دیجیتال امری ذاتی نیست، بلکه در تبادلات فضای سایبری است که موضوع بحث ما مطرح می‌شود. بنابراین به نظر می‌رسد با توجه به تمدن امروز و سرعت رشد جایگاه داده‌های دیجیتال در آن و هم‌چنین اثبات مالکیت برای این داده‌ها بتوان قائل به حمایت از آنها به عنوان اموال فکری شد و آنها را فراتر از ایده دانست.

۵. نتایج

با توجه به مطالب بیان شده در این نوشتار می‌توان نتایج زیر را شاهد بود:

۱- فضای سایبری، تمامیت الکترونیکی پدید آمده از طریق ارتباط الکترونیکی مجموع وسایل ایجاد، ذخیره، پردازش و انتقال داده‌های الکترونیکی با ویژگی شبیه‌سازی و مجازی‌سازی است. ویژگی و عملکرد عمده فضای سایبری ارتباطات جهانی و انتقال داده است؛ بنابراین در این قلمرو همه چیز از جنس داده است. رایج‌ترین شبکه در این فضا اینترنت است که در این نوشتار نیز موضوع اصلی قرار می‌گیرد.

۲- داده‌های دیجیتال اجزای تشکیل‌دهنده فضای سایبری هستند که با استفاده از سیستم عددی دودویی که به صورت صفر و یک است، نشان داده می‌شود. داده‌ها بر روی حافظه و پردازشگر با استفاده از منطق ریاضی ذخیره می‌شوند. جریانی از داده‌ها که همان صفر و یک‌ها هستند، اطلاعات نامیده می‌شود.

۳- داده‌های دیجیتال در فضای سایبری، در سه قسم مشاهده می‌شوند. داده‌هایی که مصداق آنها در خارج به صورت اموال فکری وجود دارد و فضای سایبری بستر ظهوری برای اموال فکری شده

است؛ در نتیجه ماهیت آن اموال تغییری نکرده و در قالب جدیدی با عنوان داده‌های دیجیتال، حقوق مالی و معنوی محسوب شده و در نظام اموال فکری به‌عنوان مجموعه‌ای از حقوق مربوط به استفاده از اموال فکری است، قرار می‌گیرند. هم‌چنین داده‌های دیجیتالی که ذاتاً امکان وجود در خارج دارند اما به دلیل حجم بالا تنها در فضای سایبری تحقق پیدا کرده‌اند، نیز در ذیل نظام اموال فکری قرار می‌گیرد.

۴- در فضای سایبری قسم دیگری هم از داده‌های دیجیتال به‌صورت لوازم فضای سایبری وجود دارند و با توجه به آنکه تنها جنبه اقتصادی دارند و مقید به زمان نیستند، حق محسوب نمی‌شوند بلکه متعلقات زیرساخت فضای سایبری هستند و در دنیای امروز منافع آنها مورد استفاده قرار می‌گیرد. بنابراین قوانین مربوط به نظام اموال سنتی که مبنی بر قانون مدنی است، در آنها جاری می‌شود.

۵- مالکیت داده‌های دیجیتال دارای منشأ کار مولد و حیازت است. می‌توان منشأ مالکیت داده‌هایی که در بستر فضای سایبری تعریف می‌شوند و هم‌چنین داده‌های تحلیلی را کار مولد داده دانست، هم‌چنان که این داده‌ها از اموال فکری محسوب شدند منشأ آنها هم از جنس کار مولد خواهد بود. اما منشأ دسته‌ای را که از لوازم فضای سایبری بودند می‌توان حیازت در نظر گرفت. بنابراین، برای داده‌های دیجیتال از طریق حیازت هم می‌توان قائل به مالکیت شد.

۶- مالکان داده‌های دیجیتال، خصوصی یا عمومی هستند. مالکان خصوصی می‌توانند اشخاص حقیقی یا حقوقی باشند. مالک عمومی نیز دولت است که نماینده مردم محسوب می‌شود.

۷- ملکیت داده‌های موجود در نظام اموال فکری تابع حقوق مالکیت‌های فکری است و باید در ذیل همان نظام تحت حمایت قانون‌گذار نیز قرار گیرد. البته حمایت قانون‌گذار در نظام مالکیت فکری به زمان، مکان و رعایت مصالح عموم بستگی دارد. ملکیت لوازم فضای سایبری به‌عنوان متعلقات عین و هم‌چنین تملیک منافع حاصل از آن نیز در فقه و حقوق، امری اثبات شده است و بر مبنای مواد ۲۹ و ۳۰ قانون مدنی استوار است.

منابع

- امامی، سید حسن. (۱۳۷۷) حقوق مدنی، تهران: اسلامیه، چاپ چهاردهم.
- انصاری، باقر و حسین زند. (۱۳۹۵) «حمایت از داده‌های آزمایشی در نظام مالکیت فکری»، فصل‌نامه پژوهشی حقوق خصوصی، سال پنجم، شماره شانزدهم.
- انصاری، مرتضی. (۱۴۱۰ق). مکاسب، قم: مجمع الفکر الاسلامی.
- جعفری لنگرودی، محمدجعفر. (۱۳۷۸) مبسوط در ترمینولوژی حقوق، تهران: کتابخانه گنج دانش، چاپ اول.
- حسینی حائری، سید کاظم. (۱۴۲۱ق). فقه العقود، قم: مجمع الفکر الاسلامی.
- خمینی، روح‌الله. (۱۴۱۵ق). کتاب البیع، قم: نشر اسلامی.
- زرکلام، ستار. (۱۳۸۸) حقوق مالکیت ادبی و هنری، تهران: سمت، چاپ دوم.
- زندی حقیقی، منوچهر. (۱۳۶۸) اقتصاد خرد، نظریه عمومی قیمت و تولید، تهران: بهنشر.
- عباسی داکانی، خسرو. (اردیبهشت و خرداد ۱۳۸۵) «بررسی ماده ۲۹ قانون مدنی تحلیل حقوقی حق انتفاع»، بخش نخست، کانون، سال چهل و هشتم، دوره دوم، شماره ۶۱.
- فروغی، سید علیرضا. (۱۳۹۰) «نظریه حق در فقه و حقوق موضوعه»، رساله دکتری، دانشگاه شهید مطهری.
- _____ (۱۳۹۱) «بررسی فقهی و حقوقی مفهوم حق و ملک»، آموزه‌های فقه، شماره ۵.
- قانون مدنی جمهوری اسلامی ایران.