

عنوان مقاله:

مختصات ارتباط حقوق بین الملل و حقوق مالکیت فکری پیام بازرگانی در حوزه معماری

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی علوم انسانی، روانشناسی و علوم اجتماعی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسنده:

معصومه مبارکیان - دانشگاه تربیت مدرس

خلاصه مقاله:

تبلیغات در عصر جدید رکن اساسی رقابت می باشد. جدا از قواعد حاکم بر رقابت سالم و همچنین حقوق عرفی و حقوق داخلی کشورها، حقوق مالکیت فکری نیز بر امر تبلیغات موثر است. در زمینه پیام بازرگانی در حوزه سلامت دقت نظر بر امر پیام های بازرگانی که بر سلامتی جامعه تأثیر منفی دارد، نظارت بر این امر، بسیار مهم است. صرفنظر از حوزه سلامت معمولاً پیام های بازرگانی به سفارش اشخاص حقیقی یا حقوقی ساخته می شود و می تواند به اشکال مختلف انیمیشن، فیلم کوتاه، تصویر و صوت، که عموماً با موسیقی همراه است عرضه شود. پخش تلویزیونی این پیام، بررسی حقوق جانبی را نیز می طلبد در این که پیام توسط شخص حقیقی یا شخص حقوقی ساخته شود و یا به سفارش یا پیمان کاری تولید گردد حقوق متفاوتی را می طلبد. بررسی قواعد مابین مسئول پخش و دارنده پیام نیز مبحث مستقلی است. با این وجود ان چه مهم است ارتباط وسیعی است که بین حقوق بین الملل و مالکیت فکری وجود دارد به نوعی رعایت حقوق مالکیت فکری به رعایت برخی اصول کلی در جامعه بین المللی مربوط میگردد. رعایت حقوق مالکیت فکری در حوزه پیام بازرگانی می توانند امری بین المللی باشد و عدم رعایت آن در برخی موارد به نظم بین المللی و اصول حقوقی لطمه وارد کرده و موجب نقض برخی از مفاد کنوانسیون ها می شود شناخت این حقوق تا حدودی می تواند در پیشگیری نقض موثر باشد.

کلمات کلیدی:

حقوق پدید آورنده، اثر جمعی، اثر به سفارش حقوق مرتبط

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/483931>

