

وتشجيع

الاستثمار في قطاع الأزياء، كما يساهم في دفع عجلة الاقتصاد الوطني عبر تعزيز الصناعات الإبداعية، وتوفير فرص عمل، وتنمية قطاع تسويقي وصناعي متكامل. وإلى جانب ذلك، فإن حماية تصاميم الأزياء تعدّ آلية للحفاظ على الهوية الثقافية العراقية، وصون التراث من التقليد والاندثار، وتقديمه للعالم بوصفه رمزاً للتميز الحضاري.

وبذلك، يؤكد البحث على أنّ الحماية القانونية لتصاميم الأزياء ليست ترفاً تشريعياً، بل ضرورة استراتيجية، تسهم في تحقيق التوازن بين حماية حقوق المبدعين، وتنمية الاقتصاد الوطني، وحماية الهوية الثقافية للمجتمع.

Abstract

Legal protection for fashion designs is considered a vital issue in light of the rapid developments in the fashion industry and its close connection with cultural identity and the national economy. The research starts from a central question: Are the current Iraqi legal frameworks sufficient to protect fashion designs, or is there a need for a specific legislative framework that guarantees such protection? After reviewing the existing laws related to intellectual property and general legal provisions, it became clear that the current system falls short of addressing the specific nature of fashion designs. It neither provides comprehensive protection for designers nor takes into account the cultural and economic dimensions of this industry.

The study concludes that there is an urgent need for a specialized law to protect fashion designs in Iraq, similar

الحماية القانونية لتصاميم دور الأزياء بين الملكية الفكرية والهوية الثقافية

د. ملاك عبد اللطيف التميمي

Nirvanabloom2@gmail.com

The Legal Framework for the Protection of Fashion Designs: A Crossroad Between Intellectual Property Rights and Cultural Identity

Dr. Malak Abdul Latif Al-Tamime
Center for Studies and Research –
and Al-Tuff University College

ملخص البحث

إنّ الحماية القانونية لتصاميم الأزياء تعدّ من المواضيع الحيوية في ظلّ التطورات المتسارعة في صناعة الموضة وارتباطها بالهوية الثقافية والاقتصاد الوطني. ينطلق البحث من إشكالية رئيسية تتمثل في التساؤل: هل إنّ المنظومة القانونية العراقية الحالية كافية لحماية التصاميم أم أننا بحاجة إلى إطار تشريعي خاصّ يضمن تلك الحماية؟ وبعد استعراض القوانين النافذة ذات الصلة، سواء قوانين الملكية الفكرية أو القوانين العامة، تبين أن هذه المنظومة قاصرة عن استيعاب خصوصية التصاميم الفنيّة للأزياء، إذ لا توفر حماية شاملة وفعالة للمصمّمين ولا تراعي الطابع الثقافي والاقتصادي لهذه الصناعة.

وقد خلص البحث إلى أنّ هناك حاجة ملحة إلى تشريع قانوني خاصّ بحماية تصاميم الأزياء في العراق، على غرار ما هو معمول به في العديد من التشريعات المقارنة. فالقانون المقترح لا يقتصر دوره على حماية حقوق المصمّم فقط، بل يمتد ليشمل تنمية المجتمع من خلال دعم المبدعين

الثقافية،

ومسؤولية الدولة والقطاع الخاص، والتعويض عن التعدي الناشئ عنها. وهو موضوع حديث نسبيًا في البيئة القانونية العراقية والعربية، إذ سيجمع بين الجوانب الفنية والثقافية من جهة، وبين الأبعاد القانونية والاقتصادية من جهة أخرى. فالأزياء لم تعد مجرد تعبير جمالي، بل أصبحت صناعة إبداعية ذات قيمة اقتصادية معتبرة، وباتت تستحق إطارًا قانونيًا خاصًا ينظمها ويحميها من التعدي والاستغلال.

ثانيًا: إشكالية البحث

تتخصر إشكالية هذا البحث في التساؤل الآتي: (هل يعد إصدار قانون خاص للأزياء يبين من خلاله مسؤولية الدولة والقطاع الخاص في حماية وتنمية الأزياء وفي حال الاعتداء عليها ضرورة عملية، أم أن النصوص القائمة تكفي إذا ما فُعلت بشكل جيد؟) وينبثق عن هذا التساؤل تساؤلان فرعيين وهما: هل تكفي القوانين العامة (المدني، التجاري، الملكية الفكرية) لحماية تصاميم الأزياء في العراق؟

وكذلك كيف يمكن ضمان تعويض عادل وفعال للمصممين في حال التعدي على تصاميمهم؟

ثالثًا: منهجية البحث

سيعتمد هذا البحث على المنهج التحليلي المقارن، من خلال تحليل النصوص القانونية العراقية المتعلقة بالملكية الفكرية، والقوانين المدنية والتجارية، ومقارنتها بنظيراتها في التشريعات العربية، خصوصًا القانون المصري، فضلًا عن الاستفادة من الأدبيات الأجنبية في مجال "قانون الموضة" (Fashion Law) والصناعات الإبداعية. كما سيتمّ توظيف المنهج الوصفي النقدي في رصد الثغرات التشريعية القائمة، من أجل اقتراح حلول عملية قائمة على التجارب الدولية والمقترحات الفقهية.

رابعًا: أهداف البحث

to

comparative legal systems in other countries. Such legislation would not only safeguard the rights of designers but also support community development by encouraging creativity and investment in the fashion sector. Moreover, it would contribute to driving national economic growth by strengthening creative industries, generating employment opportunities, and fostering an integrated industrial and marketing sector. In addition, protecting fashion designs serves as a mechanism to preserve Iraq's cultural identity, protect heritage from imitation and extinction, and present it to the world as a symbol of .civilizational distinction

Thus, the research emphasizes that legal protection for fashion designs is not a legislative luxury but a strategic necessity—one that balances the protection of creators' rights with the promotion of economic development and the safeguarding of cultural .identity

الكلمات المفتاحية: حماية تصاميم الأزياء؛ الهوية الثقافية، الرسوم والنماذج الصناعية؛ المظهر التجاري؛ حق المؤلف؛ الانطباع الفردي؛ الحق غير المسجل؛ إنفاذ الملكية الفكرية؛ دار الأزياء العراقية.

مقدمة البحث

أولاً: موضوع البحث

سيتناول هذا البحث موضوع حماية وتصاميم الأزياء بين الملكية الفكرية والهوية

الثقافية، من خلال

فرعين: الأول: تفعيل دور تصاميم الأزياء عبر تشريع قانون خاص بالأزياء ، اما الفرع الثاني: تفعيل دور تصاميم الأزياء عبر الوعي المجتمعي والوسائل الثقافية والإعلامية المساندة.

أما المبحث الثاني ففي دور الدولة والقطاع الخاص في حماية وتنمية تصاميم الأزياء ، ضمن مطلبين: الأول يتعلق بالحماية القانونية، والثاني بالتنمية والدعم المؤسسي، حيث يضم المطلب الأول فرعين الأول: مسؤولية الدولة في الحماية القانونية والتعويض عن التعدي، الفرع الثاني: مسؤولية القطاع الخاص في دعم الإبداع والالتزام بالقوانين، اما المطلب الثاني سيتناول تنمية تصاميم الأزياء من خلال فرعين: نبحت في الأول دور الدولة في وضع السياسات والدعم المؤسسي والمالي، وفي الفرع الثاني نتناول موضوع دور القطاع الخاص في الاستثمار والمسؤولية الاجتماعية والثقافية.

ثم سنختتمها بخاتمة سنتناول فيها اهم النتائج والتوصيات التي سنتوصل لها من خلال بحثنا.

المبحث الأول: تصاميم الأزياء كأداة لحماية الهوية الثقافية

تعد الأزياء من أقدم وأعرق أشكال التعبير الإنساني، وتمثل نظاماً بصرياً معقداً يعكس هوية الأفراد والمجتمعات، وتوجهاتهم الثقافية، وقيمهم الاجتماعية، وانتماءاتهم الاقتصادية والدينية. وعلى خلاف النظرة السطحية التي قد تختزل الأزياء في مجرد ملابس أو موضة مؤقتة، فإن علماء القانون والأنثروبولوجيا وعلم النفس والاجتماع يتعاملون مع الأزياء كرمز ثقافي واجتماعي، وجزء من الصناعات الإبداعية ذات الأبعاد القانونية والاقتصادية والسياسية المتداخلة.

ومما تقدم فإننا في هذا المبحث سنسلط الضوء على تعريف تصاميم الأزياء ، وعلى الدور الذي من الممكن ان تلعبه في حماية وترسيخ الهوية

سنحاول من خلال هذا البحث أن نحقق خمسة أهداف وهي:

1. بيان الطبيعة القانونية لتصاميم الأزياء وتحديد موقعها بين فروع القانون المدني والتجاري والملكية الفكرية.
2. الكشف عن أوجه القصور في التشريعات العراقية الحالية، واقتراح معالجات تشريعية جديدة.
3. توضيح دور الدولة والقطاع الخاص في حماية وتنمية صناعة الأزياء .
4. اقتراح آلية خاصة للتعويض عن التعدي على الأزياء ضمن قانون مقترح.
5. إبراز دور الأزياء في حماية الهوية الثقافية العراقية في مواجهة تحديات العولمة.

خامساً: أهمية البحث

تتبع أهمية هذا البحث من أن الأزياء العراقية تمثل ركيزة مهمة من ركائز الهوية الثقافية الوطنية، فضلاً عن كونها قطاعاً اقتصادياً واعداً قادراً على الإسهام في التنمية المستدامة. غير أن غياب تشريع خاص بالأزياء جعلها عرضة للتقليد والسطو، الأمر الذي أدى إلى إضعاف مكانتها محلياً وإقليمياً. ومن هنا، فإن هذا البحث سيسعى إلى سد فراغ تشريعي وفقهي، عبر طرح رؤية متكاملة لحماية وتنمية تصاميم الأزياء ، تجمع بين القانون والاقتصاد والثقافة .

سادساً: خطة البحث

استناداً إلى ما تقدم، ينقسم البحث إلى مبحثين: الأول: تصاميم الأزياء كأداة لحماية الهوية الثقافية وذلك بتقسيمه الى مطلبين نتناول في المطلب الأول التعريف بالتصاميم بفرعين ، الأول في تعريف التصاميم ، والثاني في بيان الأساس القانوني لها، اما المطلب الثاني فنخصصه لدراسة دور تصاميم الأزياء في حماية الهوية

الثقافية

وبنائها حتى، من خلال تقسيم هذا المبحث على مطلبين نبحث في الأول التعريف بتصاميم الأزياء ، بينما نناقش في المطلب الثاني منه دورها في حماية الهوية الثقافية.

المطلب الأول: التعريف بتصاميم الأزياء

لم تعد تصاميم الأزياء وفي العالم المعاصر محصورة في النطاق الجمالي أو الحرفي، بل أصبحت صناعة قائمة بذاتها، تُمثل تداخلاً بين الفن والاقتصاد، بين الذوق العام والابتكار، وبين الهوية المحلية والعالمية. ومع هذا التطور، برزت الحاجة الملحة إلى أن تحظى هذه التصاميم باعتراف قانوني واضح، يضمن حقوق مبدعيها ويحميها من التعدي أو الاستغلال التجاري غير المشروع.

لكن على الرغم من أهمية هذه التصاميم في بناء الهوية الثقافية وتعزيز الاقتصاد الإبداعي، إلا أن التشريعات العراقية والعربية ما زالت تتعامل معها ضمن نصوص عامة ومبشرة لا تكفي لحماية طبيعتها الخاصة. من هنا، تأتي الدعوة نحو إيجاد تشريع قانوني خاص ومباشر يُنظم تصاميم الأزياء ويُحدد شروط حمايتها القانونية بصورة دقيقة ومنفصلة عن باقي المصنفات.

وانطلاقاً من هذا الواقع، يُقسّم هذا المطلب إلى فرعين، نتناول في الأول تعريف تصاميم الأزياء من حيث خصائصها وتمييزها عن غيرها من الأعمال الإبداعية.

بينما نُخصص الفرع الثاني لبيان الحاجة الماسة إلى وجود أساس قانوني خاص، أي تشريع وطني مستقل يُعنى بتقنين وحماية تصاميم الأزياء ضمن منظومة قانونية متكاملة.

الفرع الأول : تعريف تصاميم الأزياء

إذا تأملنا في قطعة ملابس مصممة بعناية، فإن أول ما يلفتنا ليس فقط القماش أو اللون، بل

الفكرة التي تقف

خلفها، إذ ان تصميم الأزياء ليس مجرد حياكة أو تطريز، بل هو عملية إبداعية متكاملة، تبدأ بخيال المصمم، ثم تنتقل إلى الرسم، ثم التنفيذ، كأنها قصة تُروى عبر الخيط والإبرة، تحمل ذوقاً، أو رسالة، أو موقفاً، أو حتى حدث معين.

حيث ان تصاميم الأزياء بهذا المعنى ليست تكراراً لما هو مألوف، بل هي أسلوب في التعبير، يجمع بين الفن والهوية. فكل تصميم يحمل أثر البيئة التي خرج منها؛ فالثوب النجفي يختلف عن العباءة البغدادية، وعن الزي الكردي وكلها تعبر عن شيء أعمق من مجرد اللباس، إذ تمثل تلك التصاميم ثقافة، وخصوصية مجتمعية.

ويلاحظ أن معظم المصممين لا يسعون فقط إلى إنتاج ملابس جميلة، بل إلى إيصال رسالة؛ ولهذا فإن التصميم يُعد مرحلة فكرية تتطلب تأملاً، وإدراكاً للسياق، ومعرفة بالتراث من جهة، وبالاتجاهات العالمية من جهة أخرى، وعليه فإننا سنتطرق الى تعريف تصاميم الأزياء فقها وقانوناً واقتصاداً:

أولاً: تعريف تصاميم الأزياء فقها:

لقد سبق الفقه الغربي الفقه العربي كثيراً في هذا المجال، فقد خُصت التصاميم الملبسية بفرع قانوني بعد ان كتب الفقهاء في تعريفات التصاميم والقوانين التي تحكمها وابدعوا في وضع حلول قانونية سليمة لنزاعات قامت بهذا الشأن، حيث أورد الفقهاء عدة تعاريف لتصاميم الأزياء من عدة زوايا، فمنهم من نظر اليه من زاوية فنية حين عرفه على انه: التمثيل البصري لمفهوم مبتكر في مجال الملابس أو الإكسسوارات، يُجسد من خلال أشكال وخطوط وألوان تُضفي تميّزاً على المنتج النهائي، مع مراعاة الجانب الجمالي والوظيفي معاً".

وهو الهيئة الجمالية غير الوظيفية للملبس (بوصفه مُنتجاً)، وتشمل عناصرها ثلاثية الأبعاد (الشكل والحجم) وثنائية الأبعاد (الزخارف والخطوط والألوان) التي تمنح القطعة تميّزها

الإبداع، لكننا

يمكن أن نقترح – بالاستناد إلى هذه المفاهيم – أن تصاميم الأزياء هي: "أ" فكار مرئية تعبر عن أسلوب أو رؤية أو هوية معينة في صناعة الملابس، تُنفذ بخطوط وأشكال مبتكرة، وتكتسب خصوصية تجعلها مختلفة عن المنتجات الجاهزة أو الشائعة في السوق".

رابعاً : تعريف تصاميم الأزياء من الناحية الاقتصادية:

وتلعب الأزياء دوراً مهماً من الناحية الثقافية والقانونية والاقتصادية، فمن الناحية الثقافية، تُعد الأزياء مرآة للمجتمع، فهي لا تعبر فقط عن الذوق الشخصي، بل تعكس الطبقة الاجتماعية، والمستوى الاقتصادي، والانتماء العرقي أو الجندري، وقد تكون كذلك شكلاً من أشكال الاحتجاج أو التعبير السياسي. فمثلاً، في فترات ما بعد الاستعمار، استخدمت بعض الشعوب الملابس التقليدية كوسيلة مقاومة ثقافية ضد التغريب، وأصبحت بعض الأزياء رموزاً وطنية تُدرج ضمن الهوية الرسمية.

أما من الناحية الاقتصادية، فإن صناعة الأزياء تمثل واحدة من أكبر القطاعات في العالم، حيث تشكل ما يُعرف بـ "Fashion Economy"، وتشمل علامات تجارية كبرى، وسلاسل توريد معقدة، وقضايا عمالة، وتجارة إلكترونية، وإعلانات. وتنتج هذه الصناعة تحديات قانونية كبيرة فيما يتعلق بترخيص التصاميم، والعلامات التجارية، وبراءات الاختراع، والملكية الفكرية، وحقوق العمال، والتنظيمات البيئية.

أما قانونياً، فتمثل الأزياء مزيجاً فريداً من المصنفات الفكرية ذات الطبيعة المختلطة، ما بين التصميم الفني والتطبيق الصناعي، وهو ما يثير جدلاً حول كيفية تصنيفها وحمايتها قانونياً. في البلدان الغربية، يجري التعامل مع الأزياء ضمن عدة قوانين متداخلة: مثل حقوق المؤلف، والرسوم والنماذج الصناعية، وقوانين التجارة والعلامات. وتُعد الولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي من أبرز

البصري،

كذلك يمكن تعريفه بالخصائص بصرية المجسدة في أو المطبقة على مقالة مصنعية (الملبس)، على نحو زخرفي/شكلي أصيل وغير وظيفي، كما تُقرره براءات تصميم الولايات المتحدة في المادة (171) منه (35 U.S.C. §171) ودليل الـ . MPEP §1502

حيث نصت في الفقرة (أ) منها على انه : كل من يبتكر تصميماً جديداً وأصيلاً وذا طابع زخرفي لمقالة مُصنَّعة، يجوز له الحصول على براءة عنه، وذلك مع مراعاة الشروط والمتطلبات المنصوص عليها في هذا العنوان.

ثانياً: تعريف تصاميم الأزياء قانوناً:

أما من الزاوية القانونية، فيذهب رأي إلى أن تصاميم الأزياء تُعتبر "أعمالاً إبداعية قابلة للتجسيد المادي، ولكنها تستند في أصلها إلى فكرة فنية تُعالج ضمن قوانين الملكية الفكرية، طالما استوفت عناصر الأصالة والجدة والوضوح". (1)

كما يُعرّف رأي ثان الأزياء بأنها "العملية التي يتم من خلالها تصميم، وإنتاج، وتسويق، وتوزيع الملابس والملحقات المرتبطة بها، ضمن إطار تجاري يخضع لمنظومة من القوانين المتشابكة، تشمل الملكية الفكرية، والعقود، واللوائح التنظيمية". (2)

بينما يرى آخر إن الأزياء هي "منتج فني وتجاري يحمل أبعاداً إبداعية تتطلب حماية قانونية خاصة لكونها مزيجاً بين الابتكار البصري والاستخدام الوظيفي". وهو ما يجعلها تختلف جوهرياً عن المصنفات الفنية التقليدية مثل الرسم أو الموسيقى. (3)

ثالثاً: تعريف الأزياء في التشريع العربي والعراقي:

وفي السياق العراقي والعربي عموماً، لا يوجد تعريف رسمي أو قانوني واضح لهذا النوع من

البيئات

القانونية التي سعت إلى تطوير أنظمة لحماية تصاميم الأزياء على نحو يتماشى مع طبيعتها المتغيرة والسريعة.

باختصار، فإن الأزياء تمثل ظاهرة متعددة الأوجه تتجاوز كونها ملابس، لتشكل حقلاً ثقافياً واقتصادياً وقانونياً قائماً بذاته. إنها لغة غير منطوقة، تعبر عن الأنا والمجتمع، وتلعب دوراً في تشكيل الذوق العام والسياسة العامة والتشريع التجاري. لذا، فإن دراستها من منظور قانوني يتطلب فهماً عميقاً لعلاقتها بالهوية، بالملكية الفكرية، وبسوق الاستهلاك العالمي المتسارع.

ومن المهم الإشارة إلى أن حماية هذه التصاميم لا تكتمل إلا عندما يتم الاعتراف بها قانوناً كنتاج إبداعي مستقل، وهو ما يُشكل الأساس للفرع التالي حول ضرورة وجود تشريع خاص لتصاميم الأزياء.

الفرع الثاني: الأساس القانوني لتصاميم الأزياء

في المجتمعات التي تتغير بوتيرة سريعة، تصبح حماية الإبداع حاجة لا ترفاً تشريعياً، بل ضرورة لضمان استمرارية الهوية الثقافية، وتشجيع الصناعات الإبداعية الناشئة، وفي مقدمتها تصميم الأزياء.

وعلى الرغم من أن تصاميم الأزياء تُعبّر عن حسّ فني عميق وتحمل في تفاصيلها أصالة التراث وروح العصر، إلا أن المنظومة القانونية في العراق – كما في معظم الدول العربية – لا تمنحها حتى اليوم الإطار القانوني الذي تستحقه.

فمن الناحية الواقعية، لا يوجد في القانون العراقي نصّ صريح أو تشريع خاص يُعالج تصاميم الأزياء كنوع مستقل من المصنّفات الفكرية، بل يُترك أمرها للاجتهاد، والاستناد إلى تشريعات عامة لا تلبي حاجاتها الفعلية، ومن أهم التشريعات التي نذكرها كتطبيق لما عرضنا له :

أولاً: إن أول هذه

التشريعات هو (قانون حماية حق المؤلف رقم 3 لسنة 1971 المعدل)، والذي ينص في مادته (الثانية) على حماية "المصنّفات الفنية" كالرسم والنحت والعمارة. ونستشهد في هذا السياق بما ذكره الدكتور طارق المجيد السامرائي في مؤلفه من إمكانية إدراج تصاميم الأزياء ضمن هذه المصنّفات متى تميزت بالأصالة والجدة، وكانت قابلة للتجسيد، لا مجرد فكرة عابرة.

ومع ذلك، فإن هذا التفسير لا يزال محدود النطاق، نظراً لأن تصميم الأزياء يجمع بين الطابع الفني والتجاري، مما يجعله يخرج جزئياً عن طابع المصنّف الأدبي المحض⁽⁴⁾.

ثانياً: أما القانون الثاني الذي قد يُلجأ إليه، فهو (قانون العلامات التجارية رقم 21 لسنة 1957)، والذي يتيح تسجيل العناصر المميزة كالشعارات والأسماء والرموز. وفي هذا السياق، أشار الدكتور محمد فاضل، إلى أن العلامة تُعد وسيلة لحماية هوية المنتج، وليس مظهره الجمالي أو تصميمه. وهذا ما يجعل الاعتماد على قانون العلامة التجارية لحماية تصميم الأزياء أمراً قاصراً من الناحية القانونية، لأن حماية الشكل والتفاصيل الفنية ليست من اختصاص العلامة بل من اختصاص قوانين التصميم الصناعي أو التأليف الفني⁽⁵⁾.

ثالثاً: في المقابل، فإن التجارب الدولية – مثل فرنسا والولايات المتحدة – سبقت إلى تنظيم هذا النوع من الإبداع، وأفردت له حماية خاصة. فقد بحث الفقه القانوني في الولايات المتحدة كما في كتاب (Fashion Law: Cases and Materials) تطور الحماية القانونية لتصاميم الأزياء في القانون الأميركي، حيث أقرّت لها مكانة وسطى بين براءات الاختراع والحقوق الأدبية، وتم الاعتراف بها ضمن قوانين التصميم الصناعي في بعض الولايات⁽⁶⁾، كما أشار كتاب The Business and Law of Fashion and Retail الصناعة لا تزدهر إلا حين توجد حماية قانونية واضحة، تدعمها آليات قضائية مرنة⁽⁷⁾.

تشريع خاص

بالأزياء لا يعني حماية صناعة اقتصادية فحسب، وإنما هو في جوهره حماية للهوية الوطنية الملبوسة، تلك الهوية التي قد تتعرض للسرقة أو الاستغلال التجاري متى بقيت خارج دائرة الحماية القانونية الصريحة.

غير أن التشريع وحده لا يُشكل الضمان الكافي، فهناك وسائل غير مباشرة لا تقل أهمية عن القانون في صيانة هوية الأزياء. من أبرزها نشر الوعي المجتمعي بأهمية الأزياء المحلية، وتقدير جهد المصممين الشباب، ودور الإعلام في إبراز التصميمات التراثية، إضافة إلى دور المؤسسات الثقافية والتعليمية في ترسيخ قيمة الأزياء كجزء من الهوية الجامعة.

ومن هذا المنطلق، سينصرف هذا المطلب إلى دراسة الدور الذي تنهض به تصميم الأزياء في حماية الهوية الثقافية، من خلال فرعين: الأول: تفعيل دور تصميم الأزياء عبر تشريع قانون خاص بالأزياء، أما الفرع الثاني: تفعيل دور تصميم الأزياء عبر الوعي المجتمعي والوسائل الثقافية والإعلامية المساندة.

الفرع الأول: تفعيل دور تصميم الأزياء عبر تشريع قانون خاص بالأزياء

من أهمية الأزياء وتصميمها تبدو لنا جليا الحاجة الى الاعتراف أخيرا بقانون الأزياء او قانون الموضة وهو مصطلح قانوني يعني وجود فرع قانوني حديث ومتعدد التخصصات، يهتم بتنظيم الجوانب القانونية لصناعة الأزياء والملابس والمنتجات المرتبطة بها، مثل الإكسسوارات، والعطور، والأقمشة، والعلامات التجارية. ويشمل هذا القانون مجموعة من القواعد القانونية التي تغطي الملكية الفكرية، والعقود، والتوظيف، والتجارة الدولية، والنقاضي، والمسؤولية البيئية والاجتماعية ضمن قطاع الأزياء، وقد ظهرت آراء عديدة في تعريف قانون الأزياء، منها:

وإذا ما نظرنا إلى الواقع العراقي، فإن غياب مثل هذا التشريع لا يؤثر فقط على المصممين ومصالحهم الاقتصادية، بل يتعدى ذلك ليضعف من قدرة العراق على حماية تراثه الثقافي، ويجعل الأزياء التراثية عرضة للسرقة أو التشويه أو التهميش، خصوصا وان العراق يملك الدار العراقية للأزياء والتي هي دار عريقة تعنى بهذا الجانب من الدور الملبسي وهو الحفاظ على الهوية الثقافية للأزياء.

حيث أن الأساس القانوني الواجب توفره لا يمكن أن يُترك لاجتهادات فقهية متفرقة أو تفسيرات قضائية مترددة، بل يجب أن يقوم على قانون خاص ومستقل، يُعطي تصاميم الأزياء اسمها وحقها، ويضع لها تعريفاً دقيقاً، ويوضح معايير الحماية، ويُحدد الجهة المختصة بالتسجيل، وشروط التقاضي، وسبل التعويض، أي انه لا سبيل لحماية تصميم الأزياء في العراق إلا بقانون صريح لها.

المطلب الثاني: دور تصميم الأزياء في حماية الهوية الثقافية

بالنظر الى إنّ الأزياء ليست مجرد لباس يغطّي الجسد، بل هي علامة فارقة تحمل في ثناياها دلالات الهوية والانتماء. فالزّي الشعبي أو التصميم المستوحى من التراث قد يُترجم في لحظة أكثر مما تُترجمه الكتب أو الخطب، لأنه يعكس حياة الناس اليومية، وما يخترنونه من عادات وتقاليده وخصوصية ثقافية. ولعلّ أكثر ما يهدد هذه الخصوصية اليوم هو الانفتاح غير المنضبط على الموضة العالمية، الذي يجعل الهويات المحلية عرضة للذوبان والتميع.

ولأجل مواجهة هذا التحدي، ظهرت في الفقه القانوني المقارن فكرة قانون الأزياء (Fashion Law)، وهو اتجاه حديث يدعو إلى وضع إطار قانوني خاص لحماية تصاميم الأزياء، سواء باعتبارها نتاجاً إبداعياً يندرج ضمن الملكية الفكرية، أو باعتبارها مظهرًا من مظاهر التراث الثقافي غير المادي الذي ينبغي صونه. فإصدار

الرأي

الأول: يذهب إلى تعريفه بأنه: "المنظومة القانونية التي تحكم العلاقة بين المصمم والمستهلك والسوق، وتجمع بين قوانين حماية الملكية الفكرية، التنظيم التجاري، والعقود، والعمل، والخصوصية، وحقوق الإنسان في سلسلة التوريد".⁽⁸⁾

الرأي الثاني: ويُعرفه هذا الرأي على أنه: ليس قانوناً واحداً بذاته، بل هو حقل قانوني ناشئ يجمع ما بين قوانين مختلفة تطبق على سياق واحد، وهو صناعة الموضة. وبالتالي، يمكن اعتباره تقاطعاً بين قوانين قائمة مسبقاً مثل:

- قانون حقوق المؤلف (لحماية الرسومات والأنماط الأصلية)
- قانون الرسوم والنماذج الصناعية (لحماية المظهر العام للتصميم)
- قانون العلامات التجارية (لحماية اسم العلامة وشعارها)
- قانون العقود (لضبط علاقات الشراكة والتوزيع والتسويق)
- قانون العمل (لتنظيم ظروف العمال داخل سلاسل التصنيع)
- القانون الدولي التجاري (لإدارة العلاقات عبر الحدود والجمارك)
- القانون البيئي (لاسيما في ظل التوجه العالمي نحو الموضة المستدامة)⁽⁹⁾

الرأي الثالث: وهو الرأي الذي يؤكد أن قانون الأزياء ليس مجرد ترف تنظيمي، بل هو ضرورة استراتيجية لضمان حماية الابتكار، وتقليل النزاعات، وضمان الامتثال القانوني في صناعة سريعة التغير، خاصة مع تطور التجارة الإلكترونية ومنصات العرض الرقمية مثل Instagram وTikTok⁽¹⁰⁾.

فقانون الأزياء هو فرع قانوني معاصر يُعنى بتنظيم الإطار القانوني الشامل للأنشطة المرتبطة بصناعة الأزياء والموضة، ويشمل حماية التصميم والأنماط، وضبط العلاقات

التجارية

والصناعية بين المصممين ودور الأزياء والموزعين والمستهلكين، وتوفير الحماية القانونية للابتكار الفني والهوية الثقافية المتجسدة في الأزياء .

ويُعد هذا الفرع القانوني مزيجاً من عدة قوانين قائمة، تُطبق على قطاع معين يتميز بخصوصيته من حيث الطابع الإبداعي والسرعة في التطوير والعرض والتسويق. ويمكن تلخيص أبرز مجالات قانون الأزياء في البيئة العراقية والعربية كما يأتي:

المجال الأول: حماية الملكية الفكرية للتصاميم: والتي تشمل حماية التصميم الأصلية بوصفها مصنفات فنية وفقاً لقوانين حق المؤلف (مثل القانون العراقي رقم 3 لسنة 1971)، أو كرسوم ونماذج صناعية وفقاً لقانون براءات الاختراع والنماذج الصناعية إذا توفرت الشروط.

المجال الثاني: حماية العلامة التجارية المرتبطة بالتصميم: كأن يقوم مصمم أو دار أزياء بتسجيل شعار أو اسم تصميم كعلامة مميزة وفق قانون العلامات التجارية العراقي رقم 21 لسنة 1957.

المجال الثالث: تنظيم العقود المرتبطة بصناعة الأزياء : مثل عقود التعاون بين المصممين ودور الأزياء ، عقود التسويق والتوزيع، عقود الرعاية التجارية، واتفاقيات الترخيص والملكية الفكرية.

المجال الرابع: المسؤولية المدنية والتقاضي عند التعدي: حيث يمكن للمصمم أو الجهة المالكة للتصميم المطالبة بالتعويض عن الضرر الناتج عن التقليد أو الاستغلال غير المشروع للتصاميم وفقاً لأحكام المسؤولية التقصيرية المنصوص عليها في القانون المدني العراقي.

المجال الخامس: حماية التراث والهوية الثقافية من خلال الأزياء : إذ تبرز هنا أهمية قانون الأزياء في العراق في حماية التصميم المستوحاة من الأزياء

التقليدية

والموروثات الشعبية، كجزء من حماية الممتلكات الثقافية غير المادية.

كما أن أهمية هذا القانون تأتي من امتلاك العراق خطوة سباقة في هذا الجانب كما اشرنا مسبقا فالدار العراقية للأزياء هي دار منتجة لهذا النوع من التراث الملبسي، حيث تُعد دار الأزياء العراقية من أبرز الأمثلة، إذ أنشئت في سبعينيات القرن الماضي بوصفها مؤسسة رسمية مهمتها إحياء التراث الوطني العراقي من خلال تصميم أزياء مستوحاة من حضارات وادي الرافدين والفولكلور المحلي، وتقديمها في عروض مسرحية ومهرجانات دولية. حيث أشير الى ان هذه الدار قد ساهمت في "تحويل الزي التقليدي من موروث جامد إلى خطاب ثقافي حيّ يُقدّم للعالم." (11)، إلا انه لا يوجد ثمة تشريع كافٍ ليغطي حاجة هذه الدار من القوانين التي تنظمها وتُفعل عملها وتعمل على استدامتها وتطويرها وتوسيعها في فروع أخرى او حتى حماية تصاميم مصمميها.

فدور الأزياء تمثل مؤسسات ثقافية وإبداعية متخصصة تُعنى بتصميم وإنتاج وعرض الملابس والإكسسوارات، وتشكّل حلقة وصل بين المصممين والجمهور. فهي ليست مجرد ورش عمل إنتاجية، بل مؤسسات ذات رسالة فنية وثقافية واقتصادية، تعمل على تطوير التصاميم وتوظيفها للتعبير عن الهوية المحلية، وفي الوقت ذاته إدماجها في السوق الوطنية والدولية.

أما من منظور قانوني، فدور الأزياء تقع في صميم ما يُطلق عليه في الأدبيات الغربية Fashion Houses، وهي مؤسسات تجمع بين الابتكار الفني والتنظيم التجاري، وتُعد المحرك الأساسي لصناعة الموضة عالمياً (12).

ويمكن القول إن التعريف الأمثل بحسب رأينا لقانون الأزياء يتمثل بأنه: مجموعة القواعد القانونية التي تنظم حماية التصاميم والأنماط الخاصة بالأزياء، وتُعنى بضبط العلاقة بين الجهات العاملة في قطاع الموضة، وتشمل حماية

حقوق الملكية

الفكرية، والعلامات التجارية، والعقود، والمسؤولية المدنية، وذلك بما يضمن توازن الحقوق بين المصممين والجهات التجارية ويصون الهوية الثقافية الوطنية."

أما التعريف الأمثل لدور الأزياء فهو انها تمثل مؤسسات ثقافية وتجارية متخصصة في إنتاج وتصميم وعرض الملابس، تسعى إلى الجمع بين الإبداع الفني والهوية الثقافية من جهة، والنشاط الاقتصادي من جهة أخرى. وفي العراق، يمثل دار الأزياء العراقية نموذجاً فريداً، إذ أنيطت به مهمة الحفاظ على التراث الملبوس وتقديمه كجزء من الهوية الوطنية.

الفرع الثاني: تفعيل دور تصاميم الأزياء عبر الوعي المجتمعي والوسائل الثقافية والإعلامية المساندة.

إذا كان القانون أداة مباشرة لحماية تصاميم الأزياء، فإن المجتمع نفسه يشكّل السياق الأوسع الذي يصون هذه التصاميم ويمنحها قيمتها الحقيقية. فهما سنّ المشرّع من قوانين، تبقى بلا أثر إن لم تجد قبولا واعترافاً لدى الناس، وهذا ما يجعل الوعي المجتمعي أحد أهم محاور حماية الهوية عبر الأزياء.

يرى عالم الاجتماع الفرنسي بيير بورديو في كتابه التمييز: نقد اجتماعي للحكم الذوقي أن اللباس ليس مجرد اختيار فردي، بل هو ممارسة اجتماعية تعكس الرأسمال الرمزي والثقافي للمجتمع. فحين يفتخر الأفراد بارتداء ملابس محلية أو تصاميم مستوحاة من تراثهم، فإنهم لا يعبرون فقط عن ذوق، بل يؤكدون على هوية جمعية تُرسّخ مع الزمن. هذا البعد السوسيولوجي يفسّر لماذا تفقد بعض الشعوب خصوصيتها الثقافية عندما تستبدل أزيائها التقليدية بأزياء عابرة للحدود لا تحمل دلالة محلية (13).

إلى جانب الوعي الفردي، يأتي دور المؤسسات الثقافية والتعليمية. فإدماج موضوع

الأزياء

التراثية ضمن المناهج الدراسية، أو تخصيص متاحف ومعارض دورية للأزياء التقليدية، يُعطي للأجيال الجديدة فرصة للتعرف على موروثةا الملبوس، وبالتالي بناء علاقة وجدانية معه. ومن التجارب العربية اللافتة في هذا السياق ما قامت به المغرب من خلال إدراج "القفطان المغربي" كجزء من هويتها الثقافية، وما قامت به الإمارات من مبادرات لدعم الأزياء التراثية عبر مهرجانات ومؤسسات حكومية وخاصة.

أما الإعلام فيُعد وسيلة لا تقل أهمية عن القانون. فقد أظهرت دراسات في علم الإعلام أن الخطاب الإعلامي قادر على رفع قيمة رموز الهوية أو تهмиشها. وعليه، فإن إبراز الأزياء التراثية في المسلسلات، والأفلام، والبرامج، وحتى في الحملات الإعلانية، يُعبد لهذه الأزياء مكانتها، ويحولها من مجرد "ملابس قديمة" إلى رموز وطنية حيّة في الوعي العام.⁽¹⁴⁾

أما من الناحية القانونية، فإن التوعية العامة في المجتمعات الغربية كانت خطوة أولى سبقت التشريعات، إذ لولا ضغط الرأي العام والاهتمام الإعلامي بسرقات التصميمات، لما اضطرت الحكومات إلى التفكير في قوانين خاصة لحمايتها. وهذا يوضح أن الوعي المجتمعي لا يُكمل دور القانون فحسب، بل قد يكون هو الدافع لتشريعه أصل"⁽¹⁵⁾.

كما أن جهود اليونسكو في حماية التراث غير المادي، والتي نصت عليها اتفاقية 2003، أكدت أن الحفاظ على الأزياء التقليدية لا يتم فقط عبر أرشفتها، بل عبر إشراك المجتمعات المحلية في إبقائها حيّة عبر الممارسة اليومية. ومن هنا تتضح أهمية المبادرات الشعبية، مثل عودة ارتداء العباءة العراقية أو الثوب النجفي أو الأزياء الكردية في المناسبات، كجزء من صيانة الهوية الملبسية.⁽¹⁶⁾

والإعلام ليست خيارًا ثانويًا، بل هي شرط أساسي يجعل هذه التصميمات قابلة للاستمرار. فالقانون قد يحمي الشكل، لكن المجتمع هو من يمنح التصميم روحه وقيّمته، وحين يلتقي القانون مع الثقافة والوعي، يمكن عندها للأزياء أن تؤدي دورها الأصيل: أن تكون مرآة للهوية، وحارسًا للتراث، وجسرًا بين الماضي والحاضر.

المبحث الثاني: دور الدولة والقطاع الخاص في حماية وتنمية تصاميم الأزياء

إن حماية تصاميم الأزياء لا يمكن أن تُترك لجهود فردية يقوم بها المصممون وحدهم، فهي مسألة ترتبط بالسياسة التشريعية للدولة وبالممارسات الاقتصادية للقطاع الخاص معًا. فالدولة، بصفتها صاحبة الولاية العامة، تتحمّل المسؤولية في سنّ القوانين التي تكفل للمصممين حقوقهم، وتوفّر لهم بيئة قضائية وإدارية قادرة على ردع التعديات، بينما يُنَاط بالقطاع الخاص واجب تكاملي يتمثل في الاستثمار في هذا المجال، وتبني مبادرات تنموية تساهم في تطوير صناعة الأزياء ودعم الطاقات الإبداعية.

ويبدو هذا التداخل أوضح إذا ما نظرنا إلى القوانين النافذة في العراق. فـ قانون حماية حق المؤلف رقم 3 لسنة 1971 المعدل يضع أساسًا عامًا لحماية المصنفات الفنية، بما يمكن أن يُفسّر على أنه يشمل بعض تصاميم الأزياء. وقانون العلامات التجارية رقم 21 لسنة 1957 يُتيح تسجيل الشعارات والأسماء التجارية المرتبطة بالتصاميم، في حين أن القانون المدني العراقي رقم 40 لسنة 1951 يوفر القواعد العامة للتعويض في حال التعدي. إلا أن هذه القوانين – كما يؤكد الفقه القانوني العراقي – لا تُعالج الخصوصية القانونية للأزياء بشكل مباشر، مما يجعل الحاجة ملحة لسنّ قانون خاص يتناول هذا المجال.⁽¹⁷⁾

وفي المقابل، يتحمل القطاع الخاص، ممثلًا في دور الأزياء المحلية والشركات التجارية، مسؤولية قانونية وأخلاقية في حماية حقوق

وعليه يمكن القول بأن حماية تصاميم الأزياء عبر الوعي المجتمعي ووسائل الثقافة

المصممين

عبر توثيق تصاميمهم وتسجيلها، فضلاً عن الالتزام بقواعد المنافسة المشروعة، وعدم اللجوء إلى ممارسات تقليدية أو استغلالية تضعف السوق وتثبط الإبداع. وهو ما تؤكد عليه التشريعات المقارنة، مثل قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002، الذي نصّ صراحةً على حماية التصميمات الصناعية.

وعلى الصعيد الدولي، تفرض اتفاقية برن لحماية المصنفات الأدبية والفنية (1886) واتفاقية تريبس (1994) TRIPS التزامات واضحة على الدول الأعضاء، بما فيها العراق، بضرورة توفير حماية فعالة للمصنفات الفنية والتصاميم الصناعية. كما أن اتفاقية اليونسكو لعام 2003 لصون التراث الثقافي غير المادي تجعل من الأزياء التراثية جزءاً من العناصر التي تستحق الحماية، وهو ما يعزز مسؤولية الدولة في الحفاظ على هذا البعد الثقافي، ويدفع في الوقت نفسه إلى إشراك القطاع الخاص في تمويل المبادرات وتبنيها.

وبذلك، فإن حماية الأزياء لا يمكن اختزالها في نصوص قانونية جامدة أو في جهود فردية مشتتة، بل يجب أن تقوم على رؤية متكاملة تجمع بين الحماية القانونية والتنمية الاقتصادية. فالحماية بلا تنمية قد تُجمد الإبداع، والتنمية بلا حماية تُعرض المصممين للاستغلال. ومن هنا تبرز أهمية هذا المبحث، حيث سنتناول فيه دور الدولة والقطاع الخاص ضمن مطلبين: الأول يتعلق بالحماية القانونية، والثاني بالتنمية والدعم المؤسسي.

المطلب الأول : الحماية القانونية لتصاميم الأزياء

المطلب الأول: دور الدولة في حماية وتنمية تصاميم الأزياء

سبق أن أكدنا على أن حماية تصاميم الأزياء لا تُعد ترفاً تشريعياً أو مسألة ثانوية، بل هي ضرورة قانونية وثقافية تفرضها طبيعة هذا النتاج الإبداعي الذي يجمع بين الأصالة الفنية

والقيمة

الاقتصادية. فالمصمم، حين يبدع تصميمًا جديدًا، يحتاج إلى ضمانات قانونية تحول دون الاعتداء على عمله أو استغلاله تجاريًا دون إذنه. ولهذا، فإن الحماية القانونية هي الأساس الذي يُطمئن المبدعين ويشجعهم على الاستمرار في العطاء، ويسمح لهم بالإبداع في بيئتهم المحلية دون الحاجة للجوء إلى جهات أجنبية أو دول أخرى لغرض المحافظة على تصاميمهم الإبداعية

وتنشأ هذه الحماية من مسؤوليتين متكاملتين: الأولى تتحملها الدولة، بصفتها صاحبة الولاية العامة في سنّ القوانين وتوفير آليات القضاء والرقابة وهو ما سيكون مناط هذا المطلب، والثانية تقع على عاتق القطاع الخاص الذي يمثل البيئة الحاضنة لصناعة الأزياء من خلال التمويل، والتسويق، والتزامه بأحكام القانون، والمنافسة المشروعة، وبناءً على ما تقدّم فإننا سنقسم هذا المطلب إلى فرعين، الأول في مسؤولية الدولة في الحماية القانونية والتعويض عن التعدي، أما الفرع الثاني في التعويض عن تلك المسؤولية.

الفرع الأول: مسؤولية الدولة في الحماية القانونية والتعويض عن التعدي.

تُعد الدولة المسؤول الأول عن حماية الإبداع الفني والفكري، ومن ضمنه تصاميم الأزياء، إذ لا يمكن للمصمم أن يمارس نشاطه بحرية أو أن يضمن ثمرة إبداعه ما لم يجد مظلة قانونية تحمي نتاجه من الاعتداء أو التقليد. وهذه الحماية لا تُعد مجرد مسألة إجرائية، بل هي واجب قانوني وثقافي وأخلاقي يقع على عاتق الدولة، لكون الأزياء في الوقت ذاته إبداعاً فردياً ووعاءً لهوية جماعية، وبالتالي فإن مناقشة موضوع حماية وتنمية الأزياء لا بد أن يكون من خلال تسليط الضوء على مسؤولية الدولة أولاً، ومن ثم على التعويض عن التعدي على الحقوق المحمية قانوناً.

أولاً: مسؤولية الدولة عن الحماية القانونية لتصاميم الأزياء : إن مسؤولية الدولة في هذا المجال تتوزع بين سن التشريعات، وتوفير بيئة قضائية فاعلة

الأدبية والفنية،

الأمر الذي فتح باباً للاجتهاد بإمكانية إدراج تصاميم الأزياء ضمن هذه الفئة متى كانت تتسم بالجدة والأصالة. وقد ذهب بعض الفقهاء العراقيين، إلى أن النصوص الحالية وإن كانت عامة، إلا أنها تصلح كأساس مبدئي، غير أن المصلحة العملية تقتضي وجود قانون صريح للأزياء يحدد معايير الحماية وحدودها⁽¹⁹⁾.

وعلى مستوى القانون التجاري، يبرز دور قانون العلامات التجارية رقم 21 لسنة 1957 الذي يسمح للمصممين ودور الأزياء بتسجيل العلامات المميزة المرتبطة بتصاميمهم. فالتسجيل هنا يوفر حماية تجارية للشعار أو الاسم أو أي عنصر يميز التصميم في السوق. لكن الإشكالية تكمن في أن هذه الحماية لا تمتد إلى التصميم ذاته بوصفه عملاً فنياً، بل تقتصر على العلامة التجارية. ومن هنا يظهر الفراغ التشريعي الذي يجعل من العلامات التجارية وسيلة مساعدة لا بديلاً عن حماية التصميم بحد ذاته، الأمر الذي يجعل الاعتماد على العلامة التجارية وسيلة قاصرة عن حماية المصمم، خصوصاً في حالة سرقة التصميم أو تقليده بصورة شبه مطابقة لأن الحماية هنا تنصرف إلى الجانب التجاري المميز، لا إلى الإبداع الفني بالشكل الجمالي يبقى مكشوفاً من أي غطاء قانوني.

وفي السياق نفسه، لا يمكن إغفال قانون المنافسة ومنع الاحتكار رقم 14 لسنة 2010، الذي يهدف إلى تحقيق بيئة تنافسية عادلة في السوق، ويُجرّم الأفعال التي تنطوي على استغلال أو تمييز أو إعاقة حرية المنافسة. فالتصاميم المبتكرة قد تكون هدفاً لممارسات غير مشروعة، مثل تقليدها أو تسويقها بأسعار إغراقية تضر بالمصمم الأصلي. وهنا يظهر دور الدولة في فرض قواعد المنافسة العادلة وتفعيلها، بما يضمن للمصممين بيئة اقتصادية تشجع الابتكار بدلاً من تثبيطهم.

2- على صعيد مسؤولية الدولة في المجال الإداري والمؤسسي: إذ لا تكفي النصوص القانونية إن لم تصبحها مؤسسات قادرة على تفعيلها. فالواقع

للتعويض،

وبناء مؤسسات إدارية قادرة على تنفيذ هذه التشريعات، فضلاً عن الوفاء بالالتزامات الدولية التي تعهدت بها.

1- على صعيد مسؤولية الدولة في سن التشريعات: نجد أن المشرع العراقي قد نظم بعض صور الحماية من خلال قانون حماية حق المؤلف رقم 3 لسنة 1971 المعدل الذي أشار إلى المصنفات الفنية، وقانون العلامات التجارية رقم 21 لسنة 1957 الذي يتيح تسجيل العناصر المميزة للتصاميم، فضلاً عن القواعد العامة في القانون المدني رقم 40 لسنة 1951 التي تُقرّ التعويض في حال وقوع التعدي. ورغم أن هذه النصوص تشكل أساساً عاماً، إلا أنها لا تكفي لمعالجة خصوصية تصاميم الأزياء، مما يجعل الحاجة ملحة إلى إصدار تشريع خاص ينظم هذا المجال بشكل مباشر.

وبما أن المشرع العراقي لم يُفرد نصاً صريحاً لحماية تصاميم الأزياء، فإنه يمكن أن نستنتج هذه الحماية من خلال اجتهاد الفقه والقضاء في ضوء القوانين العامة. فالقانون المدني العراقي رقم 40 لسنة 1951 يشكل الأساس العام، إذ نص في المادة (204) على أن كل تعدٍ يوجب التعويض، وهو مبدأ واسع يمكن تطبيقه على أي اعتداء يقع على حقوق المصممين. وقد أكد الفقيه عبد الرزاق السنهوري في شرحه للقانون المدني أن المصنفات الفكرية والفنية تدخل ضمن دائرة الحقوق المشروعة للغير، وبالتالي فإن الاعتداء عليها يُرتب مسؤولية تقصيرية، حتى في غياب نص خاص. لكن، وعلى الرغم من هذا الأساس العام، يبقى الاعتماد على المسؤولية التقصيرية وحدها غير كافٍ، لأن خصوصية تصاميم الأزياء تحتاج إلى حماية خاصة ومباشرة⁽¹⁸⁾.

ويضاف إلى ذلك قانون حماية حق المؤلف رقم 3 لسنة 1971 المعدل، الذي يُعد من أهم النصوص الوطنية في مجال حماية النتاج الفكري. فالمادة الثانية من هذا القانون أشارت إلى المصنفات

العراقي

ضمن المصنفات

الفكرية المحمية، ومحور مؤسسي يضمن تنفيذ تلك النصوص عبر القضاء والهيئات الإدارية المختصة. ومع غياب هذا التكامل في العراق، تبقى حماية المصممين ناقصة، وتظل الحاجة قائمة لإصدار قانون خاص بالأزياء يكون متوافقاً مع التشريعات الوطنية والالتزامات الدولية، ويضع العراق في مصاف الدول التي تعترف بالموضة كأحد روافد الملكية الفكرية والهوية الثقافية.

ثانياً: التعويض عن التعدي على تصاميم الأزياء .

إن مسؤولية الدولة في حماية تصاميم الأزياء لا تقتصر على سنّ التشريعات ووضع القواعد العامة، بل تمتد لتشمل ضمان آلية قضائية فعّالة لجبر الضرر الناتج عن الاعتداء، وهو ما يتحقق من خلال (التعويض).

فالقانون المدني العراقي بين في المادة (204) على أن كل تعدٍ يلترزم فاعله بالتعويض، وهو ناص عام يشمل كل صور الأضرار، سواء كانت مادية أو أدبية. وفي القانون المدني المصري، نصّت المادة (163) على ذات المبدأ حين قررت أن "كل خطأ سبب ضرراً للغير يلزم من ارتكبه بالتعويض".

وان هذا التعويض يمكن ان يرد في عدة صور، فقد يكون في صورة تعويض عن ضرر مادي يصيب الشخص، وقد يتعداه الى الضرر المعنوي (الادبي).

ففيما يخص الضرر المادي: يقصد به جبر الخسائر المالية التي تصيب المصمم نتيجة استغلال تصميمه دون إذن. ويتمثل الضرر المادي غالباً في: خسارة الأرباح المتوقعة: كأن يقوم معتدٍ بتقليد تصميم وتسويقه بأسعار أقل، مما يحرم المصمم الأصلي من عائدات كان يمكن أن يحققها، أو انخفاض قيمة التصميم في السوق: حيث يؤدي انتشار التقليد إلى إضعاف مكانة التصميم الأصلي، أو ان يكون بإفلاس أو تعثر المشروعات الصغيرة: لا سيما أن كثيراً من المصممين العراقيين يعملون

يعاني من غياب هيئة متخصصة لتسجيل وحماية تصاميم الأزياء على غرار ما هو معمول به في بعض الدول المتقدمة، بل إن المؤسسات الثقافية القائمة، مثل دار الأزياء العراقية، تعاني من ضعف الدعم المالي والقانوني، حيث أن هذه المؤسسة تحولت إلى ذاكرة بصرية للتراث العراقي، لكنها بقيت بلا حماية قانونية فعّالة. (20)

وتزداد أهمية مسؤولية الدولة إذا أخذنا في الاعتبار التزاماتها الدولية. فالعراق عضو في اتفاقية برن لعام 1886 التي تلزم الدول بحماية المصنفات الفنية، كما أن انضمامه إلى اتفاقية تريبس لعام 1994 في إطار منظمة التجارة العالمية يفرض عليه توفير حماية فعّالة للتصاميم الصناعية، وهو ما يمكن أن يشمل تصاميم الأزياء . كذلك فإن اتفاقية اليونسكو لعام 2003 بشأن صون التراث الثقافي غير المادي تلقي على عاتق الدولة واجباً بحماية الأزياء التقليدية باعتبارها جزءاً من الهوية الوطنية. وهذه الالتزامات تكشف أن المسؤولية لم تعد خياراً سياسياً، بل هي التزام دولي وقانوني يفرض على المشرع العراقي أن يتحرك نحو وضع تشريع خاص بالأزياء. (21)

وفي الفقه المقارن، نجد أن الدول التي تبنت تشريعات واضحة في هذا المجال قد حققت نتائج ملموسة. إذ إن حماية تصاميم الأزياء – كما اشرنا مسبقاً- لم تتطور في الولايات المتحدة وأوروبا إلا بعد إدراك المشرعين لأهمية الصناعة في الاقتصاد والهوية الثقافية، وهو ما انعكس في تشريعات خاصة بالتصاميم الصناعية وحقوق الملكية الفكرية المرتبطة بالأزياء . وهذه التجارب تؤكد أن الدولة لا تستطيع الاكتفاء بالقوانين العامة، بل عليها أن توفر حماية خاصة تُعنى بخصوصية الأزياء كنتاج فني واقتصادي في آن واحد.

وبذلك، يمكن القول إن مسؤولية الدولة في الحماية القانونية لتصاميم الأزياء تتجسد في محورين متكاملين: محور تشريعي يقوم على إصدار نصوص واضحة ومباشرة تدرج الأزياء

بشكل

فردى أو ضمن ورش صغيرة، ما يجعلهم أكثر عرضة للخسائر.

وقد سبق للقضاء العراقي أن طبق هذه القواعد في قضايا التعدي على العلامات التجارية، حيث قضت محكمة التمييز العراقية (قرار 145/حقوقية/2009) بإلزام المعتدي بالتعويض نتيجة استخدام علامة مشابهة لعلامة تجارية مسجلة، تأسيساً على قواعد المسؤولية التقصيرية في القانون المدني. ومن الممكن القياس على ذلك لحماية تصاميم الأزياء، إذ أن كليهما يدخل في نطاق الحقوق الفكرية.

أما فيما يخص الصورة الثانية من التعويض وهي صورة التعويض عن الضرر الأدبي، إذ لا يقتصر التعويض على الجانب المالي، بل يمتد ليشمل (الضرر الأدبي أو المعنوي) الذي يصيب المصمم نتيجة المساس بحقوقه المعنوية، مثل: تشويه سمعة المصمم إذا غرض التصميم بشكل غير لائق، أو إهدار الجهد الفني والإبداعي له حين يُنسب العمل لغير صاحبه، أو إصابته بالإحباط النفسي وفقدان الثقة في استمرار الابتكار، خاصة إذا كان المصمم في بداية مسيرته.

إن القانون المدني العراقي لم يغفل هذا الجانب، إذ تضمنت المادة (205) حق أن التعويض يشمل الضرر الأدبي أيضاً، وهو ما يتوافق مع موقف القانون المدني المصري الذي أقر التعويض عن الضرر الأدبي في المادة (222). وقد أكد الفقه المدني أن الضرر الأدبي لا يقل أهمية عن الضرر المادي، لأن الاعتداء على الحقوق الفكرية يمسّ جوهر شخصية المبدع ومكانته الاجتماعية. (22)

ويمكن أن تتحدد آليات تقدير التعويض بعدة معايير، فعادة ما يترك تقدير التعويض للسلطة التقديرية للقاضي، استناداً إلى حجم الضرر وظروف الاعتداء. لكن يمكن أن يُستند إلى معايير عملية مثل:

حجم الأرباح التي جناها المعتدي من استغلال التصميم، أو قيمة الأرباح التي فانتت على المصمم الأصلي، أو مكانة المصمم في المجتمع الفني، وتأثير الاعتداء على سمعته، أو بالاعتماد على جسامة الخطأ وظروفه بأن كان خطأً عمدياً أم كان خطأً ناتجاً عن إهمال.

وقد ذهب بعض الفقهاء، إلى أن تقدير التعويض في الاعتداء على المصنفات الفكرية يجب أن يأخذ بُعداً مزدوجاً: جبر الضرر إضافة إلى تحقيق الردع، حتى لا يتحول الاعتداء إلى وسيلة ربحية يستهين بها المعتدون. (23)

أما عن موقف القضاء في العراق: تبرز أحكام محكمة التمييز في قضايا الملكية الفكرية والعلامات التجارية، حيث اعتمدت على القواعد العامة للمسؤولية التقصيرية لتقرير التعويض، ما يعكس إمكانية تطبيق نفس المنطق على تصاميم الأزياء.

وفي مصر: أصدرت محكمة النقض المصرية أحكاماً مهمة تؤكد أن التعويض عن التعدي على المصنفات الأدبية والفنية يشمل الضرر الأدبي والمادي معاً (نقض مدني، طعن رقم ٤٣٩ لسنة ٤٥ ق، جلسة ٢٠١٢/١٩٧٩). ويمكن استثمار هذه الأحكام كمقارنات فقهية لتدعيم التوجه في العراق.

وعليه فإن خلاصة ما تقدم نستطيع القول إن التعويض عن التعدي على تصاميم الأزياء يجد سنده الصريح في القواعد العامة للمسؤولية المدنية في القانونين العراقي والمصري. فالمواد (202 و 204 و 205) من القانون المدني العراقي، والمادتان (163 و 222) من القانون المدني المصري، تتيحان للمصمم المتضرر المطالبة بجبر الضرر المادي والأدبي معاً. غير أن هذه الحماية، رغم أهميتها، تبقى عامة، وتحتاج إلى نصوص خاصة تبسط الإثبات وتحدد معايير دقيقة للتعويض. ومن دون ذلك، يبقى المصمم العراقي في مواجهة صعبة مع المعتدين، ويظل القضاء مقيداً باجتهادات

فردية قد

تتباين في تقديرها، فالمصمم عند لجوئه إلى القضاء يُكلف بإثبات الخطأ والضرر وعلاقة السببية وفق إجراءات معقدة قد تستغرق وقتاً طويلاً وتكلفه نفقات لا تتناسب مع طبيعة نشاطه. ولهذا، فإن من الضروري أن يتضمن **قانون الأزياء المقترح** نصوصاً واضحة تُبسّط عبء الإثبات وتُحدد معايير موضوعية لتقدير التعويض، كاعتماد الأرباح التي حققها المعتدي، أو الأرباح التي فاتت على المصمم الأصلي، أو حجم الضرر الأدبي الذي لحق بسمعته. كما ينبغي أن ينص القانون على آلية خاصة **وسريعة للتعويض** عبر محاكم مختصة أو لجان إدارية ذات ولاية قضائية أو جهات تحكيمية، بما يضمن حماية فعّالة للمبدعين ويمنع المعتدين من استغلال الثغرات الإجرائية. إن النص على مثل هذه الآلية سيحوّل الحماية من مجرد نصوص نظرية إلى ضمانة عملية، ويُعيد الثقة إلى المصممين الشباب في العراق، ويشجعهم على تحويل إبداعاتهم إلى صناعة حقيقية تسهم في الاقتصاد الوطني وتعكس الهوية الثقافية.

دور الدولة في تنمية تصاميم الأزياء

يتلخص دور الدولة في تنمية التصاميم من خلال محورين رئيسيين مهمين سنشير لهما بإيجاز مركز وهما السياسات التشريعية والمؤسسية، والدعم المالي والتسويقي والذات يشكلان العمود الفقري الذي يستند عليه سوق التصاميم الملبسية.

ففي جانب السياسات التشريعية والمؤسسية يبدو لنا جلياً أنه لا يمكن لأي صناعة أن تزدهر في غياب إطار قانوني ومؤسسي يرسم ملامحها ويحدد مساراتها. وصناعة الأزياء، بصفتها صناعة إبداعية، لا تخرج عن هذا الأصل؛ فهي تحتاج إلى تشريعات خاصة تحميها من التقليد، وإلى مؤسسات قادرة على تنظيمها، ورعاية المبدعين العاملين فيها.

فمن الناحية التشريعية، لم يضع المشرع العراقي حتى الآن نصوصاً خاصة بالأزياء، على الرغم من أن القوانين العامة مثل قانون حماية حق

المؤلف رقم 3

لسنة 1971 وقانون العلامات التجارية رقم 21 لسنة 1957 وقانون المنافسة ومنع الاحتكار رقم 14 لسنة 2010 توفر حماية جزئية لبعض جوانبها -كما أشرنا سابقاً في هذا البحث-. غير أن هذه القوانين لم تُصمم لتلائم خصوصية الصناعات الإبداعية، التي تحتاج إلى نصوص متخصصة تُراعي طبيعتها المتغيرة وسرعة تداولها⁽²⁴⁾. ولهذا فإن إصدار قانون خاص للأزياء في العراق لم يعد ترفاً تشريعياً، بل ضرورة عملية لضمان تحويل الأزياء من نشاط فردي إلى صناعة اقتصادية متكاملة.

أما من الناحية المؤسسية، فإن وجود هياكل تنظيمية متخصصة يُعد شرطاً أساسياً لتنمية هذا القطاع. ويُشار هنا إلى تجربة دار الأزياء العراقية، التي تأسست في السبعينيات لتكون حاضنة للإبداع في مجال الأزياء الشعبية والفنية، لكنها ظلت محدودة الإمكانيات، وغالباً ما عانت من ضعف التمويل وغياب الدعم التشريعي. أن غياب التنسيق المؤسسي بين وزارات الثقافة والتجارة والصناعة أضعف من فاعلية هذه الدار، وأفقدتها القدرة على لعب دور محوري في صناعة الأزياء العراقية⁽²⁵⁾.

وتشير التجارب المقارنة إلى أن الدول التي نجحت في بناء صناعة أزياء قوية، مثل إيطاليا وفرنسا، لم تعتمد فقط على القطاع الخاص، بل أنشأت مؤسسات متخصصة تدعم هذه الصناعة. فقد أنشأت فرنسا المعهد الفرنسي للأزياء (IFM)، الذي يجمع بين البحث الأكاديمي والدعم العملي للمصممين، فيما وفرت إيطاليا حماية قانونية قوية عبر إدراج التصاميم ضمن قانون الملكية الصناعية، إذ أن الصناعة الإبداعية تحتاج إلى "شبكة مؤسسية" تدمج بين القانون والتعليم والثقافة والاقتصاد⁽²⁶⁾.

أما فيما يخص الدعم المالي والتسويقي فيمكننا أن نجزم أن المصمم، مهما بلغت درجة إبداعه، يظل عاجزاً عن تحويل فكرته إلى منتج قابل للتداول إذا لم تتوفر له أدوات التمويل

والتسويق.

ولهذا، فإن الدور الاقتصادي للدولة يُعدّ جزءاً لا يتجزأ من مسؤوليتها في تنمية هذا القطاع.

فمن الناحية المالية، أثبتت التجارب الدولية أن **الصناديق الحكومية لدعم الصناعات الإبداعية** هي أحد أهم المحركات التي تضمن بقاء هذه الصناعات واستمرارها. فقد خصصت بعض الدول، مثل فرنسا وكوريا الجنوبية، منحاً وقروضاً ميسرة للمصممين الشباب ضمن برامج **Creative Economy**، مما ساعد على ولادة علامات أزياء محلية أصبحت اليوم منافساً عالمياً. ويُشير تقرير **UNESCO عن الاقتصاد الإبداعي لعام 2013**

إلى أن الدعم المالي الحكومي للصناعات الثقافية لا يُعدّ إنفاقاً استهلاكياً، بل استثماراً طويل الأمد يخلق فرص عمل ويزيد من الناتج المحلي. (27)

وفي السياق العراقي، يُمكن للدولة أن تسلك مسارين متوازيين:

1. تخصيص صناديق دعم للمصممين

الشباب، سواء عبر وزارة الثقافة أو بالتعاون مع القطاع المصرفي، لتغطية تكاليف الإنتاج والعرض والمشاركة في المعارض.

2. تقديم إعفاءات أو تسهيلات ضريبية لدور

الأزياء المحلية، أسوة بما هو معمول به في بعض التشريعات العربية التي خففت العبء الضريبي عن الصناعات الإبداعية. وقد أشار د. محمد شكري إلى أن الحوافز الضريبية تُعدّ وسيلة فعّالة لخلق بيئة استثمارية جاذبة في القطاعات غير التقليدية، ومنها قطاع الأزياء. (28)

أما في جانب التسويق والترويج، فإن الدولة تتحمل مسؤولية فتح الأبواب أمام المصممين للوصول إلى الأسواق المحلية والدولية. ويظهر ذلك من خلال:

1. تنظيم

معارض وطنية ودولية للأزياء العراقية، بحيث تصبح منصات للتعرّيف بالتصاميم المحلية وإيجاد منافذ تسويق جديدة.

2. دعم المشاركة في أسابيع الموضة العالمية

(مثل باريس وميلانو ودبي وقرطاج)، إذ أن الحضور الدولي يُعدّ وسيلة فعّالة للترويج ولحماية الهوية الثقافية من الاستلاب.

3. الاستفادة من المنصات الرقمية، حيث يمكن

للدولة أن تنبني مبادرات لتسويق الأزياء عبر التجارة الإلكترونية، بالتعاون مع منصات محلية وإقليمية.

ويشير الباحث (David

Hesmondhalgh) إلى أن الترويج في الصناعات الثقافية ليس مجرد نشاط تجاري، بل هو عنصر أساسي في تثبيت الهوية الثقافية. فكلما زاد حضور الأزياء الوطنية في الفضاء الإعلامي الدولي، كلما اكتسبت صفة "التراث الحي" الذي يحظى بالحماية والاعتراف. (29)

إن الدولة، إذًا، ليست مطالبة فقط بتأمين الحماية القانونية، بل أيضًا بخلق بيئة اقتصادية تسمح للأزياء أن تتحول إلى صناعة وطنية مستدامة. فالدعم المالي يوفر مقومات البقاء، والدعم التسويقي يمنحها القدرة على الانتشار، وكلاهما معًا يشكلان أساساً لبناء صناعة أزياء عراقية قادرة على المنافسة عالمياً مع الحفاظ على أصالتها الثقافية. (30)

يتضح من العرض السابق أن الدولة لا يمكن أن تؤدي دورها في تنمية صناعة الأزياء عبر الحماية القانونية وحدها، بل تحتاج إلى مقاربة شمولية تجمع بين التشريع والدعم المالي والتسويقي. فالتشريعات تضع القواعد التي تحمي المصمم وتحدد حقوقه، بينما المؤسسات المتخصصة تمنحه الإطار التنظيمي اللازم لتحويل إبداعه إلى نشاط اقتصادي مشروع. لكن هذه القواعد والمؤسسات تبقى عاجزة إذا لم تُدعم

بسياسات

مالية وترويجية تمكّن المصمم من إنتاج وتصريف تصاميمه في الأسواق المحلية والدولية.

ولعلّ الجمع بين هذين المسارين هو ما يحقق ما يسميه الفقه التنموي بـ"الحماية الإنتاجية"، أي تلك الحماية التي لا تقتصر على ردع الاعتداء، بل تسعى في الوقت نفسه إلى تحفيز الإبداع وتوسيع مجالات الاستثمار فيه. ومن هنا، فإن الدولة العراقية مطالبة بإصدار قانون خاص للأزياء، وتعزيز المؤسسات القائمة كدار الأزياء العراقية، إلى جانب إطلاق برامج دعم مالي وترويجي، بما يجعل الأزياء الوطنية قطاعاً إبداعياً واقتصادياً متكاملًا.

المطلب الثاني: دور القطاع الخاص في تنمية تصاميم الأزياء

إن الحديث عن حماية تصاميم الأزياء لا يكتمل ما لم يُقرن بجهود حقيقية لتنميتها وتطويرها. فالحماية القانونية تُعطي المصمم الاطمئنان بأن إبداعه لن يُسرق أو يُفقد بلا جزاء، لكن هذا الاطمئنان وحده لا يكفي لتحويل التصميم إلى صناعة قادرة على المنافسة في الأسواق المحلية والدولية. ومن هنا، يظهر الفرق الجوهرى بين الحماية والتنمية: الأولى وظيفتها منع الاعتداءات، أما الثانية فهي أداة لخلق بيئة خصبة للإبداع وتحويله إلى قيمة اقتصادية وثقافية.

وتُجمع الدراسات الحديثة على أن الصناعات الإبداعية، ومنها صناعة الأزياء، تمثل رافدًا مهمًا في الاقتصاد العالمي، حيث تساهم بمليارات الدولارات سنويًا، فضلًا عن دورها في تعزيز الهوية الثقافية للشعوب. وقد أشار تقرير اليونسكو عن الاقتصاد الإبداعي (2013) إلى أن الأزياء لا تُعد مجرد قطاع استهلاكي، بل هي أداة لصون التراث وتعزيز التماسك الاجتماعي، إذا ما حظيت بالدعم المؤسسي المناسب.

في العراق، وعلى الرغم من غنى الموروث الثقافي بالأزياء التقليدية وتنوعها، ما زالت الجهود

المبذولة لتنمية هذا

القطاع محدودة، إذ تقتصر في الغالب على فعاليات فردية أو مبادرات متفرقة. وهذا ما يجعل الحاجة ماسة إلى استراتيجية وطنية متكاملة تُعنى بتنمية الأزياء بوصفها صناعة إبداعية، لا مجرد نشاط فني. ولا يمكن لهذه الاستراتيجية أن تنجح من دون شراكة حقيقية بين الدولة والقطاع الخاص: فالدولة تمتلك أدوات التشريع والدعم المؤسسي، بينما يمتلك القطاع الخاص أدوات التمويل والتسويق والانفتاح على الأسواق.

وعليه، فإن هذا المطلب سيتناول تنمية تصاميم الأزياء من خلال فرعين: نبحث في الأول دور الدولة في وضع السياسات والدعم المؤسسي والمالي، وفي الفرع الثاني نتناول موضوع دور القطاع الخاص في الاستثمار والمسؤولية الاجتماعية والثقافية.

الفرع الأول: الاستثمار في الصناعات الإبداعية

إذا كان دور الدولة يتمثل في وضع الأطر القانونية والمؤسسية، فإن القطاع الخاص يشكل الذراع التنفيذي الذي يحوّل الأزياء من مشروع فني إلى صناعة راسخة. فالاستثمار في الصناعات الإبداعية، ومنها الأزياء، يمثل اليوم أحد أهم الاتجاهات الاقتصادية عالميًا، إذ يوفر فرص عمل جديدة، ويعزز القيمة المضافة، ويساهم في بناء صورة وطنية في الأسواق الخارجية.

وقد أشار تقرير البنك الدولي لعام 2019 حول الصناعات الإبداعية في الشرق الأوسط إلى أن مساهمة القطاع الخاص في هذا المجال ما زالت محدودة في الدول النامية، رغم أن عوائد الاستثمار فيه مرتفعة إذا ما قورنت بالقطاعات التقليدية. ويؤكد التقرير أن غياب الشراكات بين المستثمرين والمبدعين يشكل العقبة الأكبر أمام تطور صناعة الأزياء⁽³¹⁾.

في العراق، يُمكن للقطاع الخاص أن يلعب دورًا محوريًا في الاستثمار في الأزياء من خلال عدة آليات، منها:

رعاية

المواهب الشابة: عبر إنشاء حاضنات أعمال متخصصة في الأزياء ، وتقديم منح دراسية أو تدريبية للمصممين. وقد أثبتت تجربة بعض الدول العربية، مثل الإمارات، أن إنشاء "مسرعات الأعمال" في مجال التصميم ساعد على بروز علامات تجارية محلية ذات حضور عالمي.

الشراكات مع دور الأزياء المحلية: بحيث تتعاون الشركات الكبرى (في مجالات النسيج، التجارة، التسويق) مع المصممين لتصنيع وتسويق تصاميمهم بكفاءة.

تمويل المعارض والمسابقات: إذ تُعد المعارض وسيلة مزدوجة للدعاية والتسويق، وفي الوقت نفسه منصة لاكتشاف الطاقات الإبداعية⁽³²⁾.

ويذهب الباحث Keith Negus إلى أن الصناعات الثقافية لا يمكن أن تنمو إلا إذا جرى الاستثمار فيها بوصفها مشاريع اقتصادية قائمة على المخاطرة والابتكار، وليس مجرد أنشطة ترفيهية. وهذا ينطبق تمامًا على الأزياء ، التي تحتاج إلى مستثمرين يؤمنون بقيمتها الاقتصادية والثقافية معًا⁽³³⁾.

أما من الناحية القانونية، فإن الاستثمار في الأزياء يرتبط ارتباطاً مباشراً بالقوانين التجارية والمدنية. فالمادة (150) من القانون المدني العراقي تقرر أن "العقد شريعة المتعاقدين"، وهو ما يفتح المجال أمام المصممين والشركات لإبرام عقود شراكة ورعاية تسهم في تنمية هذا القطاع. كما أن قانون الاستثمار العراقي رقم 13 لسنة 2006 يتيح فرصاً واسعة لتشجيع القطاع الخاص على الاستثمار في الصناعات غير التقليدية، ومنها الصناعات الإبداعية، عبر منح إعفاءات ضريبية وتسهيلات في تسجيل المشاريع.

إذ أن تفعيل الاستثمار الخاص في المجالات الثقافية والإبداعية يتطلب حوافز تشريعية قوية، إلى جانب بناء الثقة بين المصممين والمستثمرين. فالقطاع الخاص لا يغامر عادة في

غياب ضمانات

قانونية واضحة تحمي استثماراته، وهنا يظهر دور الدولة في توفير بيئة قانونية محفزة⁽³⁴⁾.

وعليه، فإن الاستثمار في الأزياء ليس مجرد دعم ثانوي أو رعاية شكلية، بل هو ركيزة أساسية لبناء صناعة وطنية متكاملة. والقطاع الخاص، بفضل مرونته وسرعة استجابته للتغيرات السوقية، يستطيع أن يكون المحرك الحقيقي لهذه الصناعة إذا ما توافرت له الحوافز القانونية والاقتصادية.

الفرع الثاني : الوظيفة الاجتماعية والثقافية

لا يقتصر دور القطاع الخاص في صناعة الأزياء على الاستثمار والتمويل، بل يمتد إلى أداء وظيفة اجتماعية وثقافية أساسية، تتمثل في احترام الهوية الوطنية، ودعم التراث المحلي، وتبني ممارسات تسويقية وأخلاقية مسؤولة. فالأزياء ليست مجرد سلعة تجارية، بل هي خطاب ثقافي يعكس صورة المجتمع، وينقل قيمه ورموزه إلى الداخل والخارج.

فالشركات العاملة في الصناعات الإبداعية تتحمل "مسؤولية مزدوجة": فهي مطالبة بالبحث عن الربح، وفي الوقت نفسه بحماية الثقافة التي تستند إليها منتجاتها⁽³⁵⁾. وهذه الفكرة تكتسب أهمية خاصة إذا طبقناها في السياق العراقي، حيث تُعتبر الأزياء الشعبية جزءاً من الهوية الوطنية المهددة بالاندثار نتيجة العولمة وضعف التوثيق

من الناحية العملية، يمكن تحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية والثقافية للقطاع الخاص في الأزياء من خلال ما يلي:

احترام التراث وعدم استغلاله بشكل مشوّه: على الشركات أن تمتنع عن استنساخ التصاميم الشعبية أو التراثية بشكل يفرغها من مضمونها الثقافي. فقد أوضحت د. ليلي السعدي في دراستها التراث غير المادي والأزياء الشعبية أن استغلال التصاميم

ليس القطاع

الخاص مجرد طرف اقتصادي يسعى إلى الربح، بل هو شريك أساسي في حماية وتنمية الأزياء ، فدور الأزياء والشركات التجارية مطالبة بدعم المصممين ماليًا وتسويقيًا، وتبني المواهب الشابة، والالتزام بالقوانين التي تحظر التقليد والقرصنة، ومن دون هذه المشاركة الفاعلة، ستبقى أي حماية قانونية قاصرة عن بلوغ غايتها.

وعليه، فإن الحماية القانونية لتصاميم الأزياء لا تتحقق إلا بتكامل دور الدولة والقطاع الخاص؛ الدولة عبر تشريع ورقابة وتوعيص -وهو ما تم بحثه في المطلب السابق- ، والقطاع الخاص عبر تمويل والتزام ودعم للإبداع.

اذ لا يمكن لأي منظومة قانونية أن تحقق الحماية الكاملة لتصاميم الأزياء ما لم يكن القطاع الخاص شريكًا فاعلاً إلى جانب الدولة. فالقطاع الخاص، بما يشمل من دور أزياء ، وشركات تسويق، ومصانع نسيج، ومنصات إعلامية وتجارية، يشكل البيئة العملية التي ينمو فيها التصميم ويتحول من فكرة إبداعية إلى منتج اقتصادي متداول. ولهذا، فإن مسؤوليته تتوزع بين شقين رئيسيين :دعم الإبداع ماديًا ومعنويًا، والالتزام بالقوانين التي تنظم المنافسة وتحمي الملكية الفكرية.

الشق الأول: ففي جانب دعم الإبداع، يتحمل القطاع الخاص واجبًا أساسيًا يتمثل في الاستثمار في المواهب الشابة وتبني ابتكاراتها. فقد بين رأيي : ان غياب الدعم المؤسسي والتمويلي من قبل الشركات يؤدي إلى هجرة العقول المبدعة أو انكفائها عن الإنتاج. وينطبق هذا الأمر بوضوح في مجال الأزياء ، حيث يحتاج المصمم إلى تمويل لتصنيع النماذج، وعرضها، والتسويق لها. ومن هنا، تبرز مسؤولية القطاع الخاص في توفير هذا التمويل عبر عقود رعاية، أو شراكات إنتاجية، أو منصات عرض تتيح للمصممين إبراز أعمالهم.(39)

الشق الثاني: وفي جانب الالتزام بالقوانين، فإن القطاع الخاص معني بتطبيق قواعد الملكية الفكرية

التراثية في

الدعاية التجارية دون مراعاة سياقها الثقافي يُعد اعتداءً على الذاكرة الجمعية(36).

1. **تبني التسويق المسؤول:** يجب أن يوجّه القطاع الخاص خطته التسويقية نحو تعزيز صورة الأزياء العراقية كرمز وطني، بدلاً من الاكتفاء بالتقليد الأعمى للموضة العالمية. فالمسؤولية هنا تتجاوز الجانب التجاري لتصل إلى مستوى بناء "قيمة ثقافية مضافة" تُسهم في تمييز المنتجات المحلية.

2. **المساهمة في الحفاظ على الأزياء الشعبية:** عبر تمويل برامج تدريبية أو ورش عمل للحرفيين التقليديين، لضمان استمرار الحرف القديمة التي تمثل الأساس التاريخي للأزياء العراقية. وهذا ما نجده في تجارب بعض الدول العربية التي أنشأت شراكات بين القطاع الخاص ووزارات الثقافة للحفاظ على التراث الملبسي.

3. **المسؤولية الأخلاقية في العقود والشراكات:** فإلى جانب الالتزام بالقوانين التجارية، يتحمل القطاع الخاص التزاماً أدبيًا بعدم استغلال ضعف المصممين الشباب أو التلاعب بحقوقهم. لان الصناعات الثقافية تحتاج إلى ممارسات أخلاقية عادلة لضمان استدامتها، لأن غياب العدالة يؤدي إلى فقدان الثقة وانكماش الإبداع(37).

وبالنتيجة، فإن المسؤولية الاجتماعية والثقافية للقطاع الخاص ليست مجرد التزام معنوي، بل هي عنصر مكمل للحماية القانونية. فالقوانين مهما بلغت صرامتها تبقى عاجزة إذا لم يقترن تطبيقها بثقافة احترام الحقوق ووعي مجتمعي بدور الأزياء في حماية الهوية. ومن هنا، يصبح القطاع الخاص شريكاً أساسياً ليس فقط في التمويل والاستثمار، بل أيضاً في إعادة إنتاج القيم الثقافية وصون التراث من الذوبان في موجة العولمة(38).

الفرع الثالث: دور القطاع الخاص في دعم الإبداع والالتزام بالقوانين

والتجارية،

لا سيما ما يتعلق بحماية العلامات التجارية ومنع المنافسة غير المشروعة، فالتصاميم لا تُحمى فقط كأعمال فنية، بل أيضاً كهويات تجارية تدخل ضمن نطاق قانون العلامات التجارية العراقي رقم 21 لسنة 1957 وقانون المنافسة رقم 14 لسنة 2010، حيث نادى رأي في الفقه الى محاسبة الشركات المخالفة بشدة، لأن الشركات التي تلجأ إلى تقليد التصاميم أو استخدام العلامات التجارية بطريقة مضللة تخرق مبدأ المنافسة المشروعة، وتُعرض نفسها للمساءلة القانونية.(40)

كما أن التزام القطاع الخاص لا يقتصر على عدم الاعتداء على حقوق المصممين، بل يمتد إلى الالتزام بالعقود التي يبرمها مع هؤلاء المصممين. وهنا تظهر أهمية القانون المدني العراقي رقم 40 لسنة 1951 الذي أكد في المادة (150) على أن العقد شريعة المتعاقدين وذلك بالنص "يجب تنفيذ العقد طبقاً لما اشتمل عليه وبطريقة تتفق مع ما يوجبه حسن النية"، مما يعني أن أي إخلال بالتزامات منصوص عليها في عقود التعاون أو التسويق أو الإنتاج يُرتب مسؤولية تعاقدية، إلى جانب المسؤولية التقصيرية عند التعدي.

وتجدر الإشارة إلى أن الفقه المقارن في مجال "قانون الموضة" يولي اهتماماً خاصاً لدور القطاع الخاص، فيذهب أحد الفقهاء إلى إن مسؤولية الشركات ليست فقط اقتصادية، بل أخلاقية أيضاً، إذ أن الشركات الكبرى قد تضرر بالثقافات المحلية حين تستغل تصاميمها الشعبية دون مقابل أو اعتراف، وهذه الفكرة تنطبق بقوة في السياق العراقي، حيث تُعد الأزياء الشعبية تراثاً وطنياً يجب أن يحظى بالاحترام والدعم لا الاستغلال التجاري المجرد(41).

وفي ضوء ذلك، يمكن القول إن مسؤولية القطاع الخاص لا تقتصر على الالتزام السلبي بعدم التعدي، بل تشمل دوراً إيجابياً يتمثل في تعزيز الإبداع، ودعم دور الأزياء المحلية، وتبني

سياسات تسويقية

عادلة، ومن دون هذه المشاركة الفاعلة، ستبقى الحماية القانونية التي توفرها الدولة قاصرة، لأن الواقع الاقتصادي يفرض نفسه بوصفه الحاضن الأساسي للإبداع.

وخلاصة ما تقدّم، يتضح أن القطاع الخاص لا يُعد مجرد ممول أو مستثمر في صناعة الأزياء، بل هو شريك حقيقي في صياغة ملامح هذه الصناعة وتوجيه مسارها. ماليا واجتماعيا وتسويقياً.

غير أن هذا الدور، مهما اتسع نطاقه، يبقى ناقصاً إذا لم يكن في إطار من التكامل مع الدولة. فالدولة تضع القوانين والسياسات العامة، بينما القطاع الخاص يطبقها ويدعمها في الميدان العملي. وهذا التكامل هو ما يخلق بيئة متوازنة تسمح بانتعاش صناعة الأزياء وتحويلها إلى قطاع اقتصادي وثقافي فاعل. فغياب أحد الطرفين يجعل الجهد الآخر غير مكتمل.

الخاتمة

بعد استعراض مختلف الجوانب النظرية والعملية المتعلقة بحماية وتنمية تصاميم الأزياء، تتضح لنا الإجابة على الإشكالية التي طرحها البحث والتي مفادها: (أن حماية الأزياء لا تنفصل عن تنميتها. فالحماية تضمن ردع التعدي، أما التنمية فتوفر البيئة التي تجعل الإبداع مستمراً ومتجدداً. ولا يمكن لأي منهما أن يحقق أثراً فعلياً من دون الآخر، لذلك فإننا في العراق بحاجة إلى تقنين خاص بحماية الأزياء وتنميتها، حيث ان القوانين العامة النافذة في العراق حالياً وفي كل فروع القانون غير قادرة على إتمام المهمة المطلوبة).

كما توصلنا إلى جملة من الاستنتاجات والتوصيات الفرعية التي تنبثق عن النتيجة الأساسية التي خرج بها البحث نذكر أهمها :

أولاً: الاستنتاجات.

5. توسيع نطاق

التعاون الدولي مع المنظمات العالمية مثل اليونسكو والويبو (WIPO) لحماية الأزياء العراقية في الخارج.

6- إنشاء مراكز وطنية للتصاميم مرتبطة بوزارات الثقافة والتجارة والتعليم العالي، بحيث تشكل جسورًا بين الإبداع الأكاديمي والتطبيق العملي.

7- إدماج الأزياء في استراتيجيات التنمية الاقتصادية، باعتبارها صناعة إبداعية ذات قيمة مضافة عالية.

بهذا، يكون البحث قد أوضح أن صناعة الأزياء في العراق تقف اليوم عند مفترق طرق: إما أن تبقى حبيسة المبادرات الفردية، معرضة للاندثار بفعل التقليد والعولمة، أو أن تتحول إلى صناعة وطنية مستدامة عبر تشريع خاص وشراسة متوازنة بين الدولة والقطاع الخاص. والاختيار في النهاية مرهون بمدى إدراكنا لقيمة الأزياء كعنصر من عناصر الهوية الوطنية، وكمورد اقتصادي يمكن أن ينهض بدور مهم في التنمية الشاملة.

الهوامش

¹ (1)Barbara Kolsun & Guillermo Jimenez,

(2)Fashion Law: Cases and Materials, Carolina Academic Press, 2014, p51.

³(Fashion Law: Cases and Materials, op cit, 52.

(4) طارق عبد المجيد السامرائي، الوجيز في حقوق الملكية الأدبية والفنية، جامعة بغداد، 2015، ص 67.

(5) محمد فاضل عباس، العلامة التجارية وحمايتها القانونية في القانون العراقي والمقارن، دار الثقافة للنشر، عمان، 2010، ص17.

1- أن

موضوع حماية تصاميم الأزياء قضية قانونية وثقافية واقتصادية في آن واحد. فالأزياء تمثل مرآة للهوية الوطنية، وفي الوقت نفسه صناعة إبداعية قادرة على الإسهام في الاقتصاد الوطني إذا ما توافرت لها الحماية والتشجيع.

2- أن الحماية القانونية، رغم أهميتها، لا تزال في العراق قائمة على نصوص عامة في القانون المدني والتجاري وقوانين الملكية الفكرية، وهي نصوص تفتقر إلى الخصوصية التي تتطلبها طبيعة الأزياء .

3- أن المسؤولية مشتركة بين الدولة والقطاع الخاص: فالدولة تتحمل واجب سنّ التشريعات، وتوفير المؤسسات المتخصصة، وتقديم الدعم المالي والتسويقي، بما يعزز من قدرة المصممين على تحويل أفكارهم إلى منتجات قابلة للتداول، أما القطاع الخاص، فإنه يتحمل مسؤولية الاستثمار في الصناعات الإبداعية، ورعاية المواهب الشابة، والالتزام بالقوانين، فضلاً عن مسؤوليته الاجتماعية والثقافية في احترام التراث وعدم استغلاله بشكل مشوّه.

ثانياً: التوصيات.

1. إصدار قانون خاص للأزياء في العراق، يُنظم تسجيل وحماية التصاميم، ويضع آلية خاصة وسريعة للتعويض باسم (قانون الأزياء).

2. تعزيز دور دار الأزياء العراقية وتطويرها لتكون مؤسسة وطنية رائدة في مجال الأزياء والتراث من خلال تخصيص مالي يتناسب مع الدور الذي تؤديه.

3. إنشاء صناديق حكومية وخاصة لدعم المصممين الشباب وتقديم إعفاءات ضريبية لدور الأزياء المحلية.

4. تشجيع الشراكات بين القطاعين العام والخاص في مجال التدريب، والتسويق، وإقامة المعارض المحلية والدولية.

- (22) د. عبد الرزاق السنهوري ، الجزء السابع ، المصدر السابق، ص 205.
- (23)¹ د. فتحي عبد المنعم، المسؤولية المدنية في القانون المصري ، القاهرة، 2009، ص180.
- (24) د. محمود سمير الشرقاوي، حماية الملكية الفكرية ودورها في التنمية الاقتصادية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2015، ص121.
- (25) محمود حسين الجبوري ، المصدر السابق، ص 44.
- (26) Richard D. Caves, *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*, Harvard University Press, 2000, p20.
- (27) UNESCO, *Creative Economy Report*, 2013.
- (28) د. محمد شكري سرور، القانون والتنمية الاقتصادية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2017، ص 181.
- (29) David Hesmondhalgh, *The Cultural Industries*, Sage Publications, London, 2013, p67.
- (30) البنك الدولي، تقرير الصناعات الإبداعية والتنمية الاقتصادية في الشرق الأوسط، 2019.
- (31) البنك الدولي، تقرير الصناعات الإبداعية والتنمية الاقتصادية في الشرق الأوسط، 2019.
- (32) د. إبراهيم الدليمي، دور القطاع الخاص في تنمية الصناعات الثقافية بالعراق، مجلة العلوم الاقتصادية، جامعة بغداد، 2020، ص 124.
- (33) Keith Negus, *Cultural Production and the Creative Industries*, Routledge, London, 2019, p54.
- (34)¹ د. إبراهيم الدليمي ، المصدر السابق، ص
- (35) John Howkins, *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*, Penguin, London, 2013, p100.
- Fashion¹
- (6) Law: Cases and Materials, op cit, 52
- (7) Barbara Kolsun & Douglas Hand, *The Business and Law of Fashion and Retail*, 2nd ed., 2020, p17.
- (8) Fashion Law: *Cases and Materials*, op cit 55.
- (9) Op cit, p112.
- (10) The Business and Law of Fashion and Retail, op cit 20.
- (11) محمود حسين الجبوري ، دراسة عن التراث الثقافي غير المادي في العراق ، مجلة كلية الفنون الجميلة – بغداد، 2016، ص44.
- (12) Fashion Law, op cit, 33.
- (13) بيبير بورديو، التمييز: نقد اجتماعي للحكم الذوقي، باريس، 1979 (الترجمة العربية، المنظمة العربية للترجمة، 2010)، ص23.
- (14) د. كمال عبد الرؤوف، الإعلام والهوية الثقافية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2012، ص 78.
- (15) Fashion Law: Cases and Materials, op cit, p20.
- (16) اتفاقية اليونسكو لحماية التراث الثقافي غير المادي، 2003. تصاميم الأزياء عبر الوعي المجتمعي والوسائل الثقافية والإعلامية المساندة
- (17) د. طارق السامرائي، المصدر السابق، ص 66.
- (18) د. عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني ، الجزء السابع، دار النهضة العربية، القاهرة ، ص230.
- (19) د. طارق السامرائي ، المصدر السابق، ص 68.
- (20) محمود حسين الجبوري، المصدر السابق، ص 145
- (21) UNESCO, *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage, 2003.

6. فتحي

عبد المنعم، *المسؤولية المدنية في القانون المصري، القاهرة، 2009.

7. كمال عبد الرؤوف، الإعلام والهوية الثقافية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2012.

8. ليلي السعدي، التراث غير المادي والأزياء الشعبية، مجلة التراث العربي، دمشق، 2018.

9. محمد شكري سرور، القانون والتنمية الاقتصادية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2017.

10. محمد فاضل عباس، العلامة التجارية وحمايتها القانونية في القانون العراقي والمقارن، دار الثقافة للنشر، عمان، 2010.

11. محمد فتحي الشاذلي، المسؤولية الاجتماعية للشركات في الاقتصاد المعاصر، دار النهضة العربية، القاهرة، 2016.

12. محمود حسين الجبوري، دراسة عن التراث الثقافي غير المادي في العراق، مجلة كلية الفنون الجميلة – بغداد، 2016.

13. محمود سمير الشرقاوي، حماية الملكية الفكرية ودورها في التنمية الاقتصادية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2015، ص 14. نزار أحمد الجبوري، المنافسة غير المشروعة في القانون التجاري العراقي، أطروحة دكتوراه، جامعة بغداد، 2016.

ثانيا: المراجع الاجنبية

1. Barbara Kolsun & Douglas Hand, The Business and Law of Fashion and Retail, 2nd ed., 2020.

2. Barbara Kolsun & Guillermo Jimenez, Fashion Law: Cases and Materials, Carolina

(36)¹ د.

ليلي السعدي، التراث غير المادي والأزياء الشعبية، مجلة التراث العربي، دمشق، 2018، ص 89.

(37) Terry Flew, Understanding Global Media, Palgrave Macmillan, 2014, p79.

(38) د. محمد فتحي الشاذلي، المسؤولية الاجتماعية للشركات في الاقتصاد المعاصر، دار النهضة العربية، القاهرة، 2016.

(39) أحمد فؤاد عبد الرحمن، حماية الملكية الفكرية في ظل التحولات الاقتصادية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2018، ص 87.

(40) نزار أحمد الجبوري، المنافسة غير المشروعة في القانون التجاري العراقي، أطروحة دكتوراه، جامعة بغداد، 2016، ص 90.

(41) Susan Scafidi, Who Owns Culture? Appropriation and Authenticity in American Law, Rutgers University Press, 2005, p96.

المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية :

1. إبراهيم الدليمي، دور القطاع الخاص في

تنمية الصناعات الثقافية بالعراق، مجلة العلوم الاقتصادية، جامعة بغداد، 2020.

2. أحمد فؤاد عبد الرحمن، حماية الملكية الفكرية في ظل التحولات الاقتصادية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2018.

3. بيبورديو، التمييز: نقد اجتماعي للحكم الذوقي، باريس، 1979 (الترجمة العربية، المنظمة العربية للترجمة، 2010).

4. طارق عبد المجيد السامرائي، الوجيز في حقوق الملكية الأدبية والفنية، جامعة بغداد، 2015.

5. عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء السابع، المسؤولية التقصيرية، دار النهضة، القاهرة.

3. UNESCO, *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage, 2003.
4. UNESCO, *Creative Economy Report*, 2013.
- رابعاً: القوانين والتشريعات.

1. القانون المدني العراقي رقم 40 لسنة 1951.
2. القانون المدني المصري رقم 131 لسنة 1948.
3. قانون حماية حق المؤلف العراقي رقم 3 لسنة 1971.
4. قانون العلامات التجارية العراقي رقم 21 لسنة 1957 (المعدل بأمر سلطة الائتلاف المؤقتة رقم 80 لسنة 2004).
5. قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي رقم 14 لسنة 2010.
6. قانون الاستثمار العراقي رقم 13 لسنة 2006.

ملحق

ان اقتراح مشروع قانون الأزياء يكون استناداً الى المواد المتعلّقة بالحقوق الثقافية والاقتصادية – مثل المادة 36 عن حرية التعبير، والمادة 40 عن حرية الفكر، والمادة 44 عن التقييد وفق القانون) من دستور العراق الدائم لسنة 2005.

وكذلك التقيد بالمبادئ القانونية التي أوردها القانون المدني العراقي رقم 40 لسنة 1951 (المسؤولية عن الاعمال غير المشروعة – المواد 186 وما بعدها)، وقانون حماية حق المؤلف رقم 3 لسنة 1971، وقانون العلامات التجارية رقم 21 لسنة 1957.

-مقترح مشروع قانون حماية الأزياء العراقي

المادة 1 – التعريفات

3. Barbara Kolsun & Guillermo Jimenez, *Fashion Law: Cases and Materials*, Carolina Academic Press, 2014.
4. David Hesmondhalgh, *The Cultural Industries*, Sage Publications, London, 2013.
5. Jimenez, G.C., & Kolsun, B. (Eds.). (2014). *Fashion Law: A Guide for Designers, Fashion Executives, and Attorneys* (2nd ed.). Fairchild Books (Bloomsbury), Academic Press, 2014.
6. Keith Negus, *Cultural Production and the Creative Industries*, Routledge, London, 2019.
7. Richard D. Caves, *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*, Harvard University Press, 2000¹.
8. Susan Scafidi, *Who Owns Culture? Appropriation and Authenticity in American Law*, Rutgers University Press, 2005.
9. Terry Flew, *Understanding Global Media*, Palgrave Macmillan, 2014.

ثالثاً: التقارير الدولية

1. البنك الدولي، تقرير الصناعات الإبداعية والتنمية الاقتصادية في الشرق الأوسط، 2019.
2. اتفاقية اليونسكو لحماية التراث الثقافي غير المادي، 2003. تصاميم الأزياء عبر الوعي المجتمعي والوسائل الثقافية والإعلامية المساندة

القانون المدني

العراقي المتعلقة بالمسؤولية التقصيرية.

المادة 7 – التعويض

1. يلتزم المعتدي على حقوق التصميم بدفع تعويض عادل يغطي الضرر المادي والمعنوي.

2. يجوز للمحكمة الحكم بتعويض إضافي إذا كان التعدي مقترناً بسوء نية أو بهدف المنافسة غير المشروعة.

المادة 8 – المسؤولية الجنائية

يعاقب كل من قلد أو زور تصاميم الأزياء المسجلة بقصد الربح أو الأضرار بالغير، بالحبس مدة لا تقل عن ستة أشهر ولا تزيد على سنتين، وبغرامة مالية لا تقل عن (5,000,000) خمسة ملايين دينار عراقي أو مبلغ مالي آخر .

المادة 9 – مسؤولية الدولة

تلتزم الدولة بما يأتي:

1. وضع سياسات لحماية وتشجيع صناعة الأزياء العراقية.

2. دعم دور الأزياء الوطنية ماليًا ولوجستيًا.

3. تمثيل العراق في الاتفاقيات الدولية الخاصة بحماية الملكية الفكرية للأزياء .

المادة 10 – مسؤولية القطاع الخاص

يلتزم القطاع الخاص بما يأتي:

1. احترام القوانين المتعلقة بحقوق المصممين.

2. المساهمة في تمويل وتشجيع صناعة الأزياء الوطنية.

يقصد

بتصاميم الأزياء : كل إبداع فني أو صناعي يتعلق بالملابس أو الإكسسوارات أو الزينة الجسدية، متى اتسم بالأصالة والجدة وكان قابلاً للتجسيد المادي.

المادة 2 – نطاق الحماية

تُعتبر تصاميم الأزياء من المصنفات الفكرية المحمية بموجب أحكام هذا القانون، وتتمتع بالحماية القانونية والمالية أسوة بالمصنفات الفنية والصناعية.

المادة 3 – مدة الحماية

تُمنح الحماية القانونية للتصاميم لمدة خمس وعشرين (25) سنة - أو مدة أخرى - من تاريخ تسجيلها في دائرة الملكية الفكرية المختصة.

المادة 4 – التسجيل

1. يتم تسجيل تصاميم الأزياء لدى دائرة حماية الملكية الفكرية التابعة لوزارة الثقافة.

2. تُنشأ قاعدة بيانات وطنية لتوثيق التصاميم، تحفظ فيها حقوق المصممين ودور الأزياء العراقية.

المادة 5 – الحقوق الممنوحة

يتمتع صاحب التصميم المسجل بالحقوق الآتية:

1. الحق في استغلال التصميم إنتاجًا وتسويقًا.

2. الحق في منع الغير من تقليد التصميم أو نسخه أو استغلاله دون إذن.

3. الحق في التعويض عن أي تعدٍ على التصميم.

المادة 6 – المسؤولية المدنية

يُعد التعدي على تصاميم الأزياء فعلاً غير مشروع، وتطبق بشأنه أحكام المواد (202 وما بعدها) من

ما يضمن بيئة

مشجعة للاستثمار في صناعة الأزياء.

3. تنظيم السوق التجارية: بوضع إطار قانوني

يحد من المنافسة غير المشروعة ويشجع

على الالتزام بالمعايير المهنية.

4. تعزيز الاقتصاد الوطني: بتحويل صناعة

الأزياء من نشاط فردي محدود إلى صناعة

قائمة بذاتها، تساهم في الناتج المحلي وتفتح

فرص عمل جديدة.

5. مواءمة التشريعات الوطنية مع الاتفاقيات

الدولية: مثل اتفاقية برن لحماية المصنفات

الأدبية والفنية، واتفاقية تريبس TRIPS

ضمن منظمة التجارة العالمية.

ثالثاً – مبررات المشروع

1. عدم كفاية التشريعات النافذة: فالقانون

المدني العراقي رقم 40 لسنة 1951 تناول

المسؤولية عن التعدي بشكل عام، دون

تخصيص لحماية التصميم الفنية التطبيقية.

2. تعدد صور التعدي: من تقليد التصميم إلى

استغلالها دون إذن، وهي ممارسات تضر

بالمصممين وتضعف قدرة السوق العراقية

على المنافسة.

3. غياب قاعدة بيانات وطنية للتصاميم: الأمر

الذي يسهل ضياع الحقوق ويصعب عملية

إثبات الملكية الفكرية.

4. تجارب الدول الأخرى: إذ سبقت العديد من

الدول، كفرنسا وإيطاليا والولايات المتحدة،

إلى سن قوانين متخصصة لحماية الأزياء،

ما وفر بيئة قانونية محفزة للإبداع

والاستثمار.

رابعاً – نطاق المشروع

حدد المشروع إطاراً قانونياً متكاملاً يتضمن:

• تعريف تصاميم الأزياء كمصنف فكري

مستقل.

• إجراءات التسجيل عبر وزارة الثقافة.

3. تبني

برامج المسؤولية الاجتماعية لحماية الهوية الثقافية

عبر الأزياء .

المادة 11 – العلاقة مع القوانين النافذة

تُطبق أحكام هذا القانون بما لا يتعارض مع قانون

حماية حق المؤلف رقم 3 لسنة 1971، وقانون

العلامات التجارية رقم 21 لسنة 1957، والقانون

المدني العراقي رقم 40 لسنة 1951.

المادة 12 – أحكام ختامية

على وزارة الثقافة، بالتنسيق مع وزارة العدل،

إصدار التعليمات اللازمة لتنفيذ هذا القانون.

المذكرة الإيضاحية لمشروع قانون حماية الأزياء

العراقي

أولاً – فلسفة المشروع

جاء هذا المشروع استجابةً لحاجة ملحة يفرضها

الواقع القانوني والثقافي والاقتصادي في العراق،

حيث تظل تصاميم الأزياء – رغم كونها إحدى

أدوات التعبير الفني والهوية الثقافية – بلا حماية

قانونية متخصصة. فالمنظومة التشريعية القائمة،

من قانون حماية حق المؤلف رقم 3 لسنة 1971،

إلى قانون العلامات التجارية رقم 21 لسنة 1957،

لم تُشر صراحةً إلى تصاميم الأزياء باعتبارها

مصنفًا قائمًا بذاته، مما ترك فراغًا تشريعيًا سمح

بانتشار التقليد غير المشروع والأضرار

بالمصممين ودور الأزياء العراقية.

ثانيًا – أهداف المشروع

1. حماية الهوية الثقافية الوطنية: إذ تمثل

الأزياء انعكاسًا للبيئة العراقية وتنوعها

التاريخي والاجتماعي، وحمايتها هو حماية

للتراث غير المادي.

2. تحفيز الإبداع والابتكار: من خلال منح

المصممين حقوقًا واضحة ومحمية قانونًا،

- الحقوق الممنوحة للمصمم، بما يشمل الحماية المادية والمعنوية.
- آليات التعويض عند وقوع التعدي، مع ربطها بالمسؤولية المدنية المنصوص عليها في القانون المدني.
- المسؤولية الجنائية لردع التقليد التجاري الضار.
- مسؤولية الدولة والقطاع الخاص في دعم صناعة الأزياء وحماية الهوية الوطنية.

خامساً – خاتمة مشروع القانون

إن هذا المشروع يمثل خطوة ضرورية نحو تحديث المنظومة التشريعية العراقية بما يتلاءم مع التوجهات الدولية، ويعكس إدراكاً متزايداً لأهمية الأزياء كجزء من الهوية الوطنية، وكصناعة واعدة قادرة على الإسهام في الاقتصاد الوطني. ومن شأنه أن يحقق التوازن بين حماية الحقوق الفردية للمصممين، والمصلحة العامة في دعم وتطوير الثقافة والصناعة العراقية.