



BÀI 8

Sở hữu trí tuệ trong nền kinh tế kỹ thuật số

Bài 8. Sở hữu trí tuệ trong nền kinh tế kỹ thuật số

NỘI DUNG

NỘI DUNG 1: Sở hữu trí tuệ và thương mại điện tử

1. Tác động của thương mại điện tử đến sở hữu trí tuệ
2. Những thách thức nảy sinh do tác động của thương mại điện tử
 - (1) Bảo hộ sở hữu trí tuệ đối với phần mềm máy tính
 - (2) Phân phối tác phẩm trực tuyến
 - (3) Những vấn đề về tên miền

NỘI DUNG 2: Xây dựng trang web

1. Thuê xây dựng trang web
2. Những vấn đề cần đề cập trong hợp đồng
3. Sử dụng tác phẩm thuộc sở hữu của người khác
4. Những vấn đề đáng quan tâm khác

NỘI DUNG 3: Lựa chọn tên miền

1. Những vấn đề cơ bản về tên miền
2. Cách chọn tên miền
 - (1) Chọn tên miền cao cấp
 - (2) Chọn tên miền cấp hai
3. Các vấn đề cần lưu ý trên thực tiễn
4. UDRP: một công cụ giải quyết tình trạng chiếm dụng tên miền

NỘI DUNG 4: Bảo vệ trang web của bạn

1. Những nội dung của trang web cần được bảo vệ
2. Cách thức bảo vệ trang web
3. Các biện pháp chống lại hành vi xâm phạm quyền

GIỚI THIỆU CHUNG

Với sự gia tăng mạnh mẽ của việc sử dụng Internet trong thương mại điện tử, việc sử dụng hợp lý các công cụ của hệ thống sở hữu trí tuệ đã trở nên hết sức quan trọng nhằm phát triển một cách có trật tự nền kinh tế kỹ thuật số.

Trong môi trường kinh doanh trực tuyến, việc bảo vệ các tài sản trí tuệ đóng một vai trò hết sức quan trọng trong thành công của một công ty thương mại điện tử.

MỤC TIÊU CỦA BÀI HỌC

1. Giúp bạn hiểu được tác động của môi trường số và những thách thức gặp phải nhằm quản lý quyền sở hữu trí tuệ.
2. Giúp bạn nắm được nội dung thường được đề cập trong một hợp đồng xây dựng trang web.
3. Giúp bạn lựa chọn được một tên miền có ý nghĩa thực tế và an toàn về mặt pháp lý.
4. Giúp bạn biết được cách bảo vệ trang web và nội dung của trang web, cũng như cách thức tránh khỏi những vấn đề pháp lý trong môi trường trực tuyến.

NỘI DUNG 1: Sở hữu trí tuệ và thương mại điện tử

1. Tác động của thương mại điện tử đến sở hữu trí tuệ

Với sự gia tăng mạnh mẽ của việc sử dụng internet, đặc biệt đối với thương mại điện tử, trao đổi thông tin và tri thức, hệ thống sở hữu trí tuệ ngày càng trở nên cực kỳ quan trọng đối với sự phát triển một cách có trật tự của xã hội kỹ thuật số.

(1) Sở hữu trí tuệ và thương mại hàng hóa và dịch vụ trực tuyến

Các doanh nghiệp “.com” và thương mại điện tử, bên cạnh các hệ thống kinh doanh khác, thường tham gia vào việc bán hàng hóa và dịch vụ dựa vào quyền sở hữu trí tuệ và các hợp đồng li-xăng khác. Âm nhạc, tranh ảnh, phần mềm máy tính, kiểu dáng, chương trình đào tạo, các hệ thống, v.v... đều có thể được mua bán thông qua các phương tiện công nghệ thông tin kỹ thuật số mới, như là Internet. Trong trường hợp này, sở hữu trí tuệ là thành phần chính trong giá trị giao dịch. Sở hữu trí tuệ là rất quan trọng vì những thứ có giá trị được mua bán trên Internet phải được bảo hộ, bằng cách sử dụng hệ thống an ninh công

nghệ và pháp luật sở hữu trí tuệ, nếu không, chúng có thể bị đánh cắp hoặc bị làm giả và toàn bộ doanh nghiệp có thể bị phá hủy.

(2) Sở hữu trí tuệ và công nghệ kỹ thuật số

Sở hữu trí tuệ góp phần tạo ra các sản phẩm công nghệ số mới. Các hệ thống cho phép Internet thực hiện chức năng, bao gồm: phần mềm máy tính, mạng, kiểu dáng công nghiệp, chip điện tử, đường dẫn và bộ chuyển mạch, giao diện người sử dụng, và v.v.. - là các dạng của sở hữu trí tuệ và thường được bảo hộ bởi các quyền sở hữu trí tuệ.

(3) Sở hữu trí tuệ và thương hiệu trực tuyến

Đối với các doanh nghiệp thương mại điện tử thì thương hiệu thậm chí có vai trò quan trọng hơn so với các doanh nghiệp truyền thống. Sở dĩ như vậy vì khách hàng thường thận trọng một cách tự nhiên trong môi trường trực tuyến, do người giao dịch có thể ở một nơi rất xa và hầu như có rất ít hoặc không có liên hệ trực tiếp để đảm bảo chắc chắn với người mua hàng về sự trung thực và an ninh tài chính của công ty bạn. Vì thế, thương hiệu là một phần thiết yếu trong kinh doanh thương mại điện tử, vì thương hiệu, sự công nhận và thiện chí của khách hàng được bảo hộ bởi pháp luật nhãn hiệu và cạnh tranh không lành mạnh. Nhưng sự nhận biết trên Internet còn quan trọng hơn hệ thống nhãn hiệu, do chức năng của hệ thống tên miền Internet giúp người sử dụng có thể di chuyển trực tiếp đến trang web thương mại của công ty bạn. Do rất dễ nhớ, nên tên miền cũng có chức năng nhận biết doanh nghiệp, theo cách thức tương tự như một nhãn hiệu.

(4) Sở hữu trí tuệ và giá trị của doanh nghiệp

Các doanh nghiệp liên quan đến công nghệ kỹ thuật số mới thường nắm giữ một giá trị lớn về tài sản trí tuệ. Việc định giá những doanh nghiệp này sẽ được quyết định bởi việc liệu họ có bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ của mình hay không. Nhiều doanh nghiệp công nghệ sở hữu rất nhiều sáng chế và nhãn hiệu, giúp gia tăng giá trị của họ.

(5) Vai trò của li-xăng sáng chế trong thương mại điện tử

Để tạo ra một sản phẩm, doanh nghiệp phải sử dụng rất nhiều công nghệ khác nhau mà doanh nghiệp thường phải thuê gia công, phát triển một số bộ phận cấu thành sản phẩm, hoặc chia sẻ công nghệ thông qua các hợp đồng li-xăng. Vì vậy, các doanh nghiệp kinh doanh dựa vào web thường phụ thuộc vào hoạt động li-xăng sáng chế. Tính kinh tế của các công nghệ mới phụ thuộc vào việc các công ty hợp tác với nhau để chia sẻ cơ hội cũng như rủi ro kinh doanh, thông qua li-xăng.

2. Những thách thức nảy sinh do tác động của thương mại điện tử

(1) Bảo hộ sở hữu trí tuệ đối với phần mềm máy tính

Các loại quyền sở hữu trí tuệ khác nhau có thể được sử dụng để bảo hộ các hợp phần khác nhau của một chương trình máy tính.

a. Quyền tác giả

Một trong số những loại quyền được sử dụng nhiều nhất để bảo hộ các hợp phần khác nhau của chương trình máy tính.

b. Sáng chế

Ở một số nước, các sáng chế liên quan đến phần mềm máy tính cũng có thể được bảo hộ dưới dạng bằng độc quyền sáng chế; trong khi ở một số nước khác, phần mềm máy tính bị loại trừ hoàn toàn ra khỏi đối tượng được bảo hộ sáng chế.

c. Bí mật kinh doanh

Nhiều công ty bảo hộ mã nguồn của phần mềm máy tính dưới dạng bí mật kinh doanh.

d. Kiểu dáng công nghiệp

Ở một số nước, nhiều đặc điểm được tạo ra bởi phần mềm máy tính, biểu tượng trên màn hình máy tính, có thể được bảo hộ dưới dạng kiểu dáng công nghiệp.

(2) Phân phối tác phẩm trực tuyến

a. Tải dữ liệu bất hợp pháp

Trong những năm gần đây, ngày càng có sự công khai trong việc đưa lên mạng Internet một cách bất hợp pháp những sản phẩm được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, như các bản nhạc, bộ phim, tác phẩm nghệ thuật, ảnh chụp, bản thảo và phần mềm máy tính (gọi tắt là “tác phẩm”). Việc tải các tác phẩm này xuống một cách trái phép là vi phạm pháp luật quyền tác giả quốc gia. Do sự dễ dàng của việc tải các tệp tin số đó, mà việc sao chép bất hợp pháp về nội dung đã trở thành một vấn đề lớn, gây thiệt hại hàng triệu đôla Mỹ trong doanh thu của các chủ sở hữu quyền.

b. Là một doanh nghiệp thương mại điện tử, bạn cần lưu ý:

- phải bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ của mình trên Internet;
- không được đăng tải lên mạng hoặc cho phép bên thứ ba tải xuống các tác phẩm trên Internet mà không thuộc sở hữu của công ty mình; và
- xây dựng các chương trình thích hợp để bảo đảm rằng các nhân viên của mình hiểu rõ các chính sách của công ty về vấn đề này .

Tham khảo thêm 1-1: Vụ Napster (Hoa Kỳ)

Vụ việc đầu tiên đặt một điểm sáng ở cấp độ quốc tế về việc tải các tệp tin âm nhạc bất hợp pháp. Vụ việc – mà dẫn đến quyết định của tòa án cấm vĩnh viễn Công ty Napster sử dụng hệ thống chia sẻ dữ liệu – là một vụ “xâm phạm tiếp tay” vì cáo buộc cho rằng Công ty Napster đã tiếp tay cho việc sao chép bất hợp pháp của những người sử dụng hệ thống, chứ không phải chính Napster thực hiện hành vi sao chép. Các vụ việc khác sẽ tiếp tục kiểm chứng pháp luật trong lĩnh vực này, và có thể có những vấn đề khác, cũng như kết quả khác trong các hệ thống pháp luật khác.

Bài học từ vụ Napster:

1. Bảo đảm rằng công ty có chính sách rõ ràng chống lại việc sao chép dữ liệu trái phép hoặc hành động bất kỳ khuyến khích hay tạo điều kiện thuận lợi cho việc sao chép như vậy;
2. Bảo đảm rằng nhân viên của bạn không tiếp cận với hoặc sở hữu hoặc lưu trữ trái phép trên các thiết bị của họ bản sao phần mềm cũng như những tác phẩm bất kỳ khác;
3. Bảo đảm rằng tất cả nhân viên của bạn đều hiểu biết về chính sách của công ty đối với việc sử dụng trái phép quyền sở hữu trí tuệ; và
4. Quản lý cấp cao phải có trách nhiệm kiểm tra theo định kỳ các hoạt động kinh doanh của công ty để đảm bảo rằng chính sách của công ty luôn được tuân thủ. Cần đánh giá các tình huống có sự vi phạm chính sách của công ty được phát hiện và xem xét các biện pháp xử lý cần thiết.

Công ty của bạn cần có hệ thống phòng ngừa, giáo dục và giám sát để đảm bảo rằng tất cả nhân viên của công ty sử dụng các bản sao phần mềm bất hợp pháp một cách cố ý hoặc vô tình.

Còn về vụ Grokster năm 2005 thì sao? (P2P là vụ gần đây nhất tại Hoa Kỳ)

Bị cáo buộc: Một người phân phối thiết bị được sử dụng để xâm phạm quyền tác giả, và được chỉ dẫn bằng hướng dẫn rõ ràng hoặc bằng các biện pháp chắc chắn khác ... sẽ bị

Học thuyết về sự xui khiến: Tòa án cho rằng học thuyết về sự xui khiến sẽ được áp dụng để giải quyết vụ xâm phạm quyền tác giả.

(3) Các vấn đề về tên miền

Điều ngạc nhiên là nhiều công ty không thể lựa chọn được một địa chỉ Internet hay tên miền hay. Tên miền có thể được lựa chọn và đăng ký, nhưng không có nghĩa là việc đó làm cho nó an toàn pháp lý hoặc hữu ích về mặt thực tiễn. Ví dụ, tên miền được chọn có thể xung đột với quyền đối với nhãn hiệu hoặc

quyền nhân thân của người khác. Trước khi thiết lập sự hiện diện của mình trên Internet nhằm xây dựng hình ảnh trên toàn thế giới, bạn cần hiểu rằng hệ thống tên miền là gì và quan hệ giữa tên miền và hệ thống nhãn hiệu là như thế nào.

Tham khảo thêm 1-2: Sở hữu trí tuệ liên quan đến giao dịch quốc tế trong nền kinh tế kỹ thuật số

Một trong số những đặc điểm nổi bật của nền kinh tế kỹ thuật số là nó diễn ra trên toàn cầu. Sở hữu trí tuệ có thể đồng thời được sử dụng và li-xăng ở nhiều quốc gia.

Đặc điểm toàn cầu của các doanh nghiệp hoạt động dựa vào trang web tác động đến sở hữu trí tuệ theo nhiều cách khác nhau.

1. Quyền hạn xét xử

(1) Việc toà án của nước nào có thẩm quyền trong giải quyết tranh chấp liên quan đến sở hữu trí tuệ và thương mại điện tử là không rõ ràng. Ngoài ra, pháp luật sở hữu trí tuệ ở mỗi quốc gia là khác nhau, nên mức độ bảo hộ cũng là khác nhau;

(2) Toà án có thể có hoặc không có thẩm quyền giải quyết vụ việc, tùy thuộc vào nhiều yếu tố, ví dụ, mối liên hệ về vụ việc với quốc gia có liên quan. Một vấn đề khó khăn khác là pháp luật áp dụng đối với vụ việc, đặc biệt nếu pháp luật ở những quốc gia có liên quan của các bên là khác nhau.

2. Thực thi quyền

Khía cạnh quốc tế liên quan đến thương mại điện tử đã càng làm phức tạp thêm vấn đề thực thi.

(1) Việc phát hiện và xử lý đối tượng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ trên Internet là rất khó khăn;

(2) Thậm chí nếu vụ kiện thành công thì cũng vô cùng khó khăn để thực thi phán quyết của toà án ở nước khác.

NỘI DUNG 2: Xây dựng trang web

1. Thuê xây dựng trang web

Nếu trang web của bạn được xây dựng bởi nhân viên trong công ty - những người được thuê để thực hiện nhiệm vụ này, thì theo pháp luật ở hầu hết các quốc gia, thì chính bạn (chủ doanh nghiệp) sẽ là chủ sở hữu quyền tác giả đối với trang web

này, trừ khi bạn có thoả thuận khác với nhân viên. Tuy vậy, đối với doanh nghiệp nhỏ thì điều này hiếm khi xảy ra.

Hầu hết các công ty đều thuê một nhà thầu độc lập xây dựng cấu trúc và/hoặc nội dung của trang web, và nghĩ rằng công ty của họ sẽ là chủ sở hữu quyền sở hữu trí tuệ bởi vì họ là người chi tiền để thực hiện công việc. Hãy cảnh giác! Bạn có thể bị bất ngờ khi phát hiện ra rằng mình không phải là chủ sở hữu các quyền sở hữu trí tuệ đối với những gì đã được tạo ra cho bạn. Các nhà thầu độc lập (không giống với nhân viên của công ty) thường là người sở hữu quyền sở hữu trí tuệ đối với tác phẩm/công trình mà họ tạo ra - ngay cả khi bạn là người trả tiền để làm việc đó, - trừ khi có thoả thuận khác trong hợp đồng bằng văn bản.

Trên thực tế, điều này có nghĩa là người xây dựng trang web độc lập thường là người sở hữu quyền tác giả và các quyền sở hữu trí tuệ khác trên trang web, cũng như đối với thiết kế và các yếu tố tạo nên trang web đó (như màu sắc, các hình ảnh dạng gif, jpeg, bộ phận cài đặt, các đường siêu liên kết, mã ký tự). Nếu không có một hợp đồng bằng văn bản có hiệu lực nhằm chuyển giao những quyền này cho bạn thì có thể bạn không sở hữu gì cả, ngoại trừ một li-xăng không độc quyền cho phép bạn sử dụng trang web của chính bạn.

Ví dụ: Bạn có một trang web do một chuyên gia thiết kế web hành nghề tự do xây dựng. Và không có hợp đồng chuyển giao tất cả các quyền cho bạn, vậy thì quyền tác giả sẽ thuộc về người thiết kế trang web này (theo pháp luật quốc gia). Một năm sau, bạn muốn chỉnh sửa trang web và muốn thay đổi giao diện trình bày văn bản. Theo hầu hết pháp luật quyền tác giả của các quốc gia, bạn cần xin phép người thiết kế trang web để làm việc đó, và bạn có thể bị yêu cầu trả thêm một khoản phí cho việc nâng cấp đáng kể nội dung của trang web của bạn. Do vậy, tốt hơn là bạn và người thiết kế trang web hãy ký với nhau một hợp đồng bằng văn bản quy định rõ ràng ai sở hữu quyền gì đối với từng hạng mục của trang web này.

2. Những vấn đề cần đề cập trong hợp đồng

Khi thương lượng hợp đồng xây dựng trang web với người thiết kế, bạn cần có tầm nhìn rõ ràng và lâu dài về thị trường cho sản phẩm và dịch vụ của mình. Một bản hợp đồng tốt sẽ trao cho bạn toàn bộ quyền mà bạn cần để sử dụng trang web của mình trong tương lai. Hợp đồng xây dựng trang web của bạn ít nhất giải quyết được những vấn đề sau:

(1) Phạm vi công việc

Quy định một cách chính xác những gì sẽ được thực hiện.

- Người thiết kế trang web chỉ phải chịu trách nhiệm viết mã máy mà còn có trách nhiệm về phải thiết kế và giao diện của trang web?
- Người thiết kế trang web sẽ đăng ký tên miền?
- Người thiết kế trang web có cung cấp dịch vụ tư vấn hay không?
- Người thiết kế trang web có trách nhiệm duy trì và cập nhật trang web không?

(2) Quyền sở hữu đối với nội dung của trang web

Quy định một cách chi tiết quyền sở hữu đối với nội dung của trang web. Phải bảo đảm rằng bạn sẽ nhận được đầy đủ quyền sở hữu hoặc quyền li-xăng đủ rộng để có thể sử dụng thiết kế và phần mềm của trang web theo cách thức và ở nơi mà bạn muốn sau khi kết thúc hợp đồng xây dựng trang web. Hãy xem xét những vấn đề sau:

- Ai sở hữu quyền sở hữu trí tuệ đối với các sản phẩm/nội dung của trang web do người thiết kế tạo ra (ví dụ, mã máy tính, chi tiết đồ họa, nội dung trang web, thiết kế của trang web, cơ sở dữ liệu được sử dụng để tạo ra trang web, v.v.)? Do việc này chủ yếu liên quan đến vấn đề giá cả, nên bạn cần dự tính cẩn thận những gì mình cần phải sở hữu so với việc bạn chỉ cần nhận được một li-xăng. Pháp luật quốc gia có thể áp đặt những yêu cầu bắt buộc đối với việc chuyển giao quyền sở hữu trí tuệ; cần bảo đảm rằng hợp đồng của bạn tuân thủ những điều kiện này.
- Ai sở hữu quyền sở hữu trí tuệ đối với những nội dung thông tin mà bạn đã cấp cho người thiết kế? Thông thường bạn sẽ phải cung cấp nhãn hiệu, biểu trưng của sản phẩm, dữ liệu và các đối tượng khác mà bạn là chủ sở hữu. Bạn cần khéo léo đưa vào hợp đồng một danh mục các nội dung của trang web mà quyền sở hữu của bạn đối với chúng được khẳng định một cách rõ ràng.
- Bạn có thể làm gì với những nội dung mà người thiết kế trang web là chủ sở hữu quyền sở hữu trí tuệ? Bạn có quyền cấp li-xăng thứ cấp hoặc thay đổi trang web, v.v.. không? Cần lưu ý rằng bạn có thể phải xin phép người thiết kế trang web để sửa đổi trang web. Điều quan trọng là bạn có thể tự nâng cấp trang web hay phải thuê người làm việc đó, khi đó cần bảo đảm rằng bạn đã nhận được li-xăng vĩnh viễn để tiến hành sửa chữa trên trang web của mình.
- Ai chịu trách nhiệm xin phép bên thứ ba về việc sử dụng các nội dung thông tin như dữ liệu, nhãn hiệu hay phần mềm do người khác chứ không phải

bạn hoặc người thiết kế trang web là chủ sở hữu quyền đối với các nội dung này?

- Ai là chủ sở hữu quyền đối với phần mềm vận hành trang web và điều hành các hạng mục khác của trang web? Nếu người thiết kế trang web (hoặc bên thứ ba bất kỳ) giữ quyền sở hữu và bạn chỉ nhận được li-xăng sử dụng, thì cần bảo đảm rằng phạm vi của li-xăng là đủ rộng để thay thế người thiết kế trang web và hệ điều hành, để mở rộng phạm vi sử dụng các trang web cho các chủ thể kinh doanh khác, v.v..
- Người xây dựng trang web có thể sử dụng thiết kế của trang web đó làm mẫu cho các trang web khác hay không? Người có thể li-xăng phần mềm và các tác phẩm khác trên trang web của bạn cho đối thủ cạnh tranh hay không?

(3) Bảo hành

Mỗi bên cần đảm bảo rằng mình sở hữu hoặc được phép sử dụng nội dung thông tin bất kỳ cung cấp cho trang web và rằng các nội dung đó không vi phạm quy định bất kỳ của pháp luật.

(4) Bảo trì và nâng cấp

Bảo trì trang web gồm các phần việc như thay đổi, nâng cấp, khắc phục và sửa chữa trang web. Bạn cần làm rõ mức độ bảo trì và giá cả với người xây dựng trang web. Người thiết kế có nâng cấp trang web của bạn hay không, nếu có thì với tuần suất nào? Người đó chịu trách nhiệm về việc gì? Anh ta sẽ phải làm gì nếu trang web bị gián đoạn hoạt động hoặc bị hỏng?

(5) Bảo mật

Khi bộc lộ những thông tin bí mật hoặc cho phép tiếp cận với thiết bị của doanh nghiệp, bạn nên đưa ra điều khoản quy định về việc không tiết lộ hoặc bảo mật thông tin vào hợp đồng xây dựng trang web. Điều khoản này sẽ giúp bảo vệ doanh nghiệp khỏi sự tiết lộ trái phép bí mật kinh doanh.

(6) Trách nhiệm pháp lý

Ai sẽ chịu trách nhiệm về đường dẫn tới các trang web khác, phân định từ khoá và các thẻ hỗ trợ tìm kiếm? Ai sẽ chịu trách nhiệm nếu có cáo buộc về xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu hoặc nội dung bất kỳ khác?

(7) Các vấn đề khác

Hợp đồng xây dựng trang web của bạn cũng cần có các điều khoản liên quan tới phí li-xăng và phương thức thanh toán, thời gian hoàn thành trang web, bồi thường thiệt hại, từ bỏ quyền, giới hạn trách nhiệm, thẩm quyền và pháp luật áp dụng để giải quyết tranh chấp, v.v..

Tham khảo thêm 2-1: Danh mục các vấn đề đối với việc soạn thảo hợp đồng xây dựng trang web

Khi soạn thảo hợp đồng xây dựng trang web, bạn hãy lưu ý đến những vấn đề sau.

Hạng mục công việc	Nội dung		Điểm
Phạm vi công việc	1	Người thiết kế trang web chỉ phải chịu trách nhiệm về việc viết mã máy tính hay phải chịu trách nhiệm về thiết kế và giao diện của trang web?	
	2	Người thiết kế trang web sẽ đăng ký tên miền?	
	3	Người thiết kế trang web có cung cấp dịch vụ tư vấn hay không?	
	4	Người thiết kế trang web có trách nhiệm việc duy trì và cập nhật trang web hay không?	
Quyền sở hữu đối với nội dung của trang web	5	Ai sở hữu quyền sở hữu trí tuệ đối với các sản phẩm/nội dung của trang web do người thiết kế tạo ra (ví dụ, mã máy tính, chi tiết đồ họa, nội dung trang web, thiết kế của trang web, cơ sở dữ liệu dùng để tạo ra trang web, v.v.)?	
	6	Ai sở hữu quyền sở hữu trí tuệ đối với những nội dung thông tin mà bạn cũng cấp cho người thiết kế?	
	7	Bạn có thể làm gì đối với những nội dung mà người thiết kế trang web là chủ sở hữu quyền sở hữu trí tuệ? Bạn có quyền cấp li-xăng thứ cấp hoặc thay đổi trang web, v.v. hay không?	
	8	Ai chịu trách nhiệm về việc xin phép bên thứ ba để sử dụng các nội dung thông tin như dữ liệu, nhãn hiệu hay phần mềm do người khác chứ không phải	

		bạn hoặc người thiết kế trang web là chủ sở hữu quyền đối với các nội dung này?	
	9	Ai là chủ sở hữu quyền đối với phần mềm vận hành trang web và điều hành các hạng mục khác của trang web?	
	10	Người xây dựng trang web có thể sử dụng thiết kế của trang web đó làm mẫu cho các trang web khác hay không? Người đó có thể li-xăng phần mềm và các nội dung khác trên trang web của bạn cho đối thủ cạnh tranh không?	
Bảo hành	11	Mỗi bên có bảo đảm rằng mình sở hữu hoặc được phép sử dụng nội dung thông tin bất kỳ được cung cấp cho trang web hay không?	
	12	Mỗi bên có bảo đảm rằng nội dung web không xâm phạm bất cứ quy định nào của pháp luật hay không?	
Bảo trì và nâng cấp	13	Người xây dựng trang web có nâng cấp trang web của bạn hay không, nếu có thì với tần suất thế nào?	
	14	Người đó chịu trách nhiệm làm những việc gì?	
	15	Người đó cần phải làm những gì nếu trang web bị gián đoạn hoạt động hoặc bị hỏng?	
Tính bảo mật	16	Hợp đồng xây dựng trang web có quy định về việc không bộc lộ và bảo mật thông tin hay không?	
Trách nhiệm pháp lý	17	Ai sẽ chịu trách nhiệm về các đường dẫn đến các trang web khác, phân định từ khoá và các thẻ hỗ trợ tìm kiếm?	
	18	Ai sẽ chịu trách nhiệm nếu có cáo buộc về xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu hoặc nội dung bất kỳ khác?	
Các vấn đề khác	19	Phí li-xăng và phương thức thanh toán	
	20	thời gian hoàn thành trang web	
	21	bồi thường thiệt hại, từ bỏ quyền, giới hạn trách	

		nhiệm	
	22	Thẩm quyền xét xử và pháp luật áp dụng để giải quyết tranh chấp	

3. Sử dụng tác phẩm thuộc sở hữu của người khác

Công nghệ hiện nay làm cho việc sử dụng tác phẩm do người khác trên trang web của bạn trở nên tương đối dễ dàng, ví dụ, phim ảnh và các đoạn clip, âm nhạc, đồ họa, hình ảnh, phần mềm, văn bản, v.v.. Việc dễ dàng về mặt kỹ thuật trong việc sử dụng và sao chép các tác phẩm như vậy không có nghĩa là bạn có quyền làm việc này. Việc sử dụng tác phẩm mà không được phép – có thể bằng cách chuyển nhượng quyền hoặc xin cấp li-xăng – có thể gây ra những hậu quả nghiêm trọng.

(1) Công cụ kỹ thuật

Nếu bạn đang sử dụng một công cụ tra cứu hoặc một công cụ kỹ thuật Internet khác cho trang web của mình, thì cần bảo đảm rằng bạn đã có hợp đồng li-xăng bằng văn bản, và hợp đồng đó cần được luật sư kiểm tra lại trước khi bạn ký và trước khi trang web được thiết kế và lắp đặt.

(2) Phần mềm

Phần mềm trọn gói thường được chuyển giao cho bạn khi mua chúng. Các điều khoản và điều kiện của hợp đồng li-xăng (còn được gọi là “hợp đồng li-xăng trọn gói”) thường được đưa vào gói sản phẩm mà bạn có thể trả lại sản phẩm nếu không đồng ý với những điều khoản đó. Việc mở gói sản phẩm ra được hiểu là bạn đã chấp nhận các điều khoản của hợp đồng. Ngoài ra, hợp đồng li-xăng đôi khi cũng được kèm theo phần mềm trọn gói hoặc trên trang web mà nếu đồng ý thì bạn có thể cài đặt hoặc tải một phần mềm này xuống. Mỗi khi người sử dụng cài đặt hoặc tải phần mềm này xuống, họ có cơ hội được hỏi đồng ý hay không đồng ý với các điều khoản của hợp đồng li-xăng. “Hợp đồng li-xăng bằng một cái nhấp chuột” yêu cầu người sử dụng thể hiện sự nhất trí của mình bằng cách nhấp chuột vào chữ “ok” trên hộp thoại hoặc trên cửa sổ hiển thị. Người sử dụng có thể thể hiện sự không nhất trí bằng cách nhấp chuột vào nút “hủy bỏ” hoặc không đồng ý. Trong mọi trường hợp, cần kiểm tra hợp đồng li-xăng để biết được bạn có hoặc không thể thực hiện đối với phần mềm mà mình đã mua. Ngoài ra, còn có các ngoại lệ được quy định trong pháp luật quyền tác giả cho phép bạn sử dụng phần mềm mà không cần xin phép, ví dụ, để sản xuất các sản phẩm tương thích, sửa lỗi, kiểm tra an ninh phần mềm và tạo ra bản sao lưu.

(3) Tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả

a. Khái quát

Nếu muốn đăng tải tác phẩm bất kỳ bằng văn bản, hình ảnh, đoạn phim, âm nhạc, biểu trưng, tác phẩm nghệ thuật, phim hoạt hình, cơ sở dữ liệu gốc, tài liệu đào tạo, hình vẽ, v.v.. lên trang web của mình nhưng do người khác xây dựng và quyền tác giả của những tác phẩm này vẫn còn hiệu lực, thì bạn cần phải được chủ sở hữu quyền tác giả cho phép bằng văn bản. Ngay cả khi chỉ sử dụng một phần của tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả thì bạn vẫn cần được tác giả cho phép làm việc đó. Cũng lưu ý rằng tác phẩm được đăng tải lên Internet hoặc được lưu trữ trên máy chủ của trang web cũng được bảo hộ quyền tác giả giống như những tác phẩm được xuất bản bằng các phương tiện khác. Thực tế là khi bạn tìm được tác phẩm bất kỳ từ Internet không có nghĩa là bạn có thể tải xuống hoặc nhân bản tác phẩm đó một cách miễn phí.

b. Tổ chức quản lý tập thể quyền tác giả

Việc tìm ra chủ sở hữu quyền tác giả và đạt được tất cả li-xăng cần thiết là điều không hề dễ dàng. Cách tốt nhất có lẽ là tìm xem liệu tác phẩm có liên quan có đăng ký trong danh mục tác phẩm của tổ chức quản lý tập thể quyền tác giả hoặc trung tâm phân phối quyền nào hay không nhằm đơn giản hoá đáng kể quá trình nhận li-xăng.

c. Quyền nhân thân

Ở hầu hết các quốc gia, khi sử dụng một tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả trên trang web thì bạn phải có trách nhiệm tôn trọng quyền nhân thân của tác giả. Bạn cần đảm bảo rằng:

- Tên tác giả xuất hiện trên tác phẩm; và
- Không sử dụng hoặc thay đổi tác phẩm theo cách gây phương hại đến danh dự và uy tín của tác giả đó.

d. Ảnh

Cần đặc biệt thận trọng khi sử dụng ảnh trên trang web của bạn. Ngoài việc cần phải có sự đồng ý của chủ sở hữu quyền đối với những bức ảnh (thường là nhiếp ảnh gia), bạn có thể cũng cần xin phép người là đối tượng của bức ảnh để sử dụng hình ảnh của người đó. Ví dụ, nếu bức ảnh là bức ảnh của một người, bạn cần phải được người trong bức ảnh đó cho phép sử dụng chân dung của họ; đối với một bức họa nghệ thuật được bảo hộ quyền tác giả, thì bạn cần phải được người nghệ sỹ đồng ý; và đối với những bức ảnh chụp toà nhà, theo pháp luật của một số nước, bạn cũng cần được kiến trúc sư của toà nhà đó cho phép.

e. Tác phẩm thuộc sở hữu công cộng

Do việc tìm kiếm chủ sở hữu quyền tác giả và đàm phán hợp đồng li-xăng tốn nhiều thời gian và công sức, nên người xây dựng trang web và các doanh nghiệp tạo ra trang web của riêng họ thường sử dụng các tác phẩm thuộc sở hữu công cộng. Có nhiều tổ chức (thư viện, cơ quan lưu trữ quốc gia và tổ chức quản lý tập thể) và các cổng thông tin trực tuyến có cơ sở dữ liệu chứa nhiều tác phẩm thuộc sở hữu công cộng.

Cũng có nhiều cổng thông tin tuyệt vời cung cấp li-xăng trực tuyến đối với các thể loại tác phẩm khác nhau. Một số nghệ sĩ và công ty thậm chí còn cho phép sử dụng miễn phí các tác phẩm nghệ thuật, hình ảnh, hình nền, biểu ngữ, biểu trưng và các tác phẩm khác của mình nhằm các mục đích sử dụng nhất định. Những tác phẩm như vậy thường được gọi là hình minh họa, phần mềm miễn phí, phần mềm, tác phẩm miễn phí bản quyền hay tác phẩm miễn phí quyền tác giả. Tuy nhiên, điều đó không có nghĩa là bạn có thể phân phối hoặc sao chép một cách vô hạn. Trước tiên, bạn cần đọc các hợp đồng li-xăng để xem có thể sử dụng những tác phẩm này vào những việc gì.

(4) Nhãn hiệu

Nhiều trang web đăng tải những cuộc thảo luận về sản phẩm và dịch vụ của các doanh nghiệp khác. Thường thì không có gì sai khi nhận diện sản phẩm của đối thủ cạnh tranh trên trang web của mình bằng cách sử dụng nhãn hiệu của họ. Tuy nhiên, bạn cần tránh việc sử dụng nhãn hiệu theo cách mà có thể gây ra sự nhầm lẫn cho khách hàng về nguồn tài trợ của trang web. Việc sử dụng nhãn hiệu như vậy có thể cấu thành hành vi xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu hoặc hành vi cạnh tranh không lành mạnh. Một số hoạt động của Internet có thể làm phát sinh các vấn đề về nhãn hiệu, như việc tạo thẻ hỗ trợ tìm kiếm thông tin, kết nối và liên kết, và sử dụng nhãn hiệu làm tên miền. Bạn cần thận trọng khi kiểm tra pháp luật được áp dụng đối với doanh nghiệp của mình về vấn đề này và bảo đảm rằng bạn được phép sử dụng các nhãn hiệu của công ty khác, nếu pháp luật quy định phải xin phép.

(5) Chân dung của người khác

Ở nhiều quốc gia, tên gọi, khuôn mặt, hình ảnh hoặc giọng nói của một cá nhân được bảo hộ bởi quyền công khai và riêng tư. Nội dung của việc bảo hộ được quy định khác nhau trong hệ thống pháp luật của mỗi quốc gia. Trước khi sử dụng những yếu tố này trên trang web, bạn nên kiểm tra các quy định của pháp luật hiện hành và tiến hành xin phép, nếu cần.

(6) Những vấn đề cần lưu ý khác

a. Kết nối với các trang web khác

- Khái quát

Các siêu liên kết với các trang web khác là một dịch vụ hữu ích đối với khách hàng, nhưng ở nhiều quốc gia, không có quy định pháp luật rõ ràng về việc khi nào và làm thế nào bạn có thể sử dụng các đường liên kết. Trong hầu hết các trường hợp, đường liên kết hoàn toàn hợp pháp và không cần xin phép trang web được kết nối để đưa đường liên kết vào trang web. Tuy nhiên, một số loại đường liên kết sau có thể dẫn đến trách nhiệm pháp lý:

- + Các đường liên kết dẫn người sử dụng đến các trang web chứa nội dung bất hợp pháp (có thể là bản sao lậu các bài hát, hoặc một chương trình phần mềm bất hợp pháp) có thể làm bạn phải chịu trách nhiệm pháp lý.
- + Đường liên kết chứa biểu trưng của công ty (ví dụ, sử dụng biểu trưng của Nike) có thể vi phạm pháp luật cạnh tranh không lành mạnh, pháp luật nhãn hiệu, pháp luật quyền tác giả. Do vậy, bạn cần phải xin phép họ.

- Kết nối với sâu

Kết nối với sâu nghĩa là đường dẫn thẳng tới một trang cụ thể mà không phải trang chủ. Ví dụ, thay vì liên kết với trang chủ của một tờ báo, kết nối sâu có thể đưa người sử dụng trực tiếp đến với một bài báo thuộc trang web đó. Kết nối sâu nhìn chung không được phép sử dụng nếu đó là cách né tránh việc thuê bao hoặc một khoản tiền phí, hoặc nếu nó bị cấm rõ ràng bởi chính trang web đó. Do vậy, trong những trường hợp này, người sử dụng cần phải xin phép.

- Liên kết với các mục cụ thể của trang web

Có nghĩa là bạn chia trang web của bạn thành các chuyên mục riêng biệt và cho hiển thị nội dung của các trang web khác trong các chuyên mục này trên trang web của mình. Sự khác biệt với liên kết thông thường là ở chỗ người sử dụng được kết nối với một trang web khác mà như là người đó đang xem các thông tin từ trang web khác đó. Việc nhúng hay phản chiếu xảy ra khi bạn liên kết (hay “nhúng”) một tệp tin ảnh đồ họa từ một trang web khác vào trang web của mình. Ví dụ, người đang ở trên trang web của bạn có thể xem được một bức ảnh được đăng tải trên một trang web khác mà không cần phải thoát khỏi trang web của bạn. Liên kết theo chuyên mục và nhúng ảnh trên thực tế gây ra nhiều

tranh cãi bởi vì chúng có thể tạo ra ấn tượng rằng thông tin là của trang web được liên kết theo chuyên mục và được nhúng ảnh. Thường thì phải có sự cho phép bằng văn bản trước khi thực hiện các việc này.

b. Thẻ hỗ trợ tìm kiếm thông tin trên mạng

Thẻ hỗ trợ tìm kiếm thông tin trên mạng (Metatags) là các từ khoá và cụm từ được lồng vào mã HTML của trang web mà người truy cập không thể nhìn thấy được nhưng chúng lại đọc được bởi các công cụ tìm kiếm. Về mặt lý thuyết, metatags cho phép người xây dựng trang web cung cấp thông tin làm cho công cụ tìm kiếm thông tin trên mạng trở nên hiệu quả hơn. Tuy nhiên, thay vì phải sử dụng các thuật ngữ mô tả trang web một cách chính xác, một số người xây dựng trang web cho tên của các công ty cạnh tranh với họ vào trong các metatags của họ. Ví dụ, một cửa hiệu nhỏ bán sôcôla có thể chôn vùi nhãn hiệu nổi tiếng “Godiva” trong một metatag. Theo đó, bất cứ ai tra từ “Godiva” đều được dẫn đến trang web của cửa hàng sôcôla này. Kiểu sử dụng lừa đảo đối với nhãn hiệu của một công ty khác trong một metatag như vậy có thể tạo ra sự cạnh tranh không lành mạnh hoặc hành vi xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu.

c. Xử lý thông tin cá nhân

- Chính sách riêng tư

Nếu trang web của bạn thu thập các thông tin để nhận dạng cá nhân khách hàng, như tên, địa chỉ, giới tính và nghề nghiệp, thì cần bảo đảm rằng bạn đã bảo vệ tính riêng tư của những thông tin đó. Pháp luật Bảo vệ dữ liệu quốc gia hay pháp luật bảo vệ riêng tư cá nhân có thể hạn chế và quy định trách nhiệm đối với việc thu thập, sử dụng và công bố thông tin cá nhân. Bạn cần có chính sách bảo vệ thông tin cá nhân một cách rõ ràng đối trên trang web, cũng như đào tạo và giám sát tất cả nhân viên truy cập những thông tin này.

d. Điều khoản và điều kiện sử dụng trang web/Tuyên bố miễn trách nhiệm

- Điều khoản và điều kiện sử dụng

Nếu bạn bán sản phẩm hoặc dịch vụ của mình trên trang web, hay cho phép người sử dụng tải phần mềm xuống thì bạn cần đưa lên trang web các loại hợp đồng cụ thể, trong đó có chứa thông tin về bảo hành hoặc từ bỏ quyền, giới hạn quyền và các điều khoản quan trọng khác. Nhìn chung, đối với cá nhân bị ràng buộc bởi các điều khoản của hợp đồng thì cá nhân đó phải thể hiện việc đồng ý với các điều khoản của hợp đồng. Nếu muốn thực thi các điều khoản quy định trong hợp đồng li-xăng trực tuyến và thoả thuận khác thì trang web của bạn phải được thiết kế

sao cho các điều khoản hợp đồng được thể hiện rõ ràng và người sử dụng có cơ hội xem xét và nhất trí hoặc không nhất trí với các điều khoản đó và từ bỏ hợp đồng, trước khi tiếp tục sử dụng trang web. Ngoài ra, cần có một cơ chế cho người sử dụng thể hiện sự đồng ý của mình.

- **Cảnh báo và Tuyên bố miễn trách nhiệm**

Cảnh báo và tuyên bố từ bỏ quyền (Tuyên bố từ bỏ quyền là tuyên bố miễn trách nhiệm cho một hoạt động trái phép có thể hoặc từ chối trách nhiệm đối với hoặc từ một trang web khác) không phải là phương thuốc cho tất cả tranh chấp pháp lý, nhưng nếu thông báo hoặc tuyên bố miễn trách nhiệm được hiển thị đúng chỗ và được thể hiện rõ ràng bằng văn bản, thì nó có thể hạn chế hoặc thậm chí làm giảm trách nhiệm pháp lý của bạn. Cảnh báo và tuyên bố miễn trách nhiệm của bạn cần được thay đổi cho phù hợp với từng chi tiết cụ thể của trang web. Ví dụ, nếu trang web của bạn đưa ra những đánh giá về chiếc vợt tennis và tạo các đường liên kết với các đại lý, thì bạn có thể đăng tải cả tuyên bố miễn trách nhiệm ở một vị trí dễ nhìn trên trang web, nói rằng “Nếu trang web này cung cấp đường liên kết đến tới các trang web khác, chủ sở hữu trang web sẽ không chịu trách nhiệm về bất cứ thông tin nào được đưa lên hay hành động của các trang được kết nối này, cũng như đối với đường liên kết với sự liên kết bất kỳ của trang web được kết nối với trang web này”.

<Gợi ý tiện dụng >

Kinh nghiệm tốt nhất là sẵn có bản hợp đồng hiển thị trên màn hình như là bước đầu tiên của quá trình tải dữ liệu xuống hoặc đặt hàng. Người sử dụng được yêu cầu phải đọc toàn bộ hợp đồng và nhấp chuột vào mục “Tôi đồng ý” trước khi có thể tiếp cận với trang web. Việc xem toàn bộ hợp đồng và nhấp chuột vào nút đồng ý sẽ giúp đảm bảo rằng hợp đồng của bạn là hợp đồng “nhấp chuột” có khả năng thực thi.

e. **Các vấn đề khác**

Tốt hơn hết là tham vấn ý kiến của luật sư về Internet để bảo đảm rằng trang web của bạn tuân thủ pháp luật hiện hành, đặc biệt về những vấn đề sau:

- **Tiếp thị và quảng cáo trực tuyến**

Nếu bạn đặt một mục quảng cáo lên trang web của mình, thì hợp đồng quảng cáo trực tuyến của bạn nên đề cập đến những vấn đề nào?

Những quy định pháp luật cụ thể nào bạn cần tuân thủ?

Các hoạt động tiếp thị của bạn có hợp pháp không? Ví dụ, quảng cáo so sánh, thư điện tử rác và kế hoạch khuyến mại hoặc giảm giá lại bị cấm ở một số quốc gia.

- Gỡ bỏ các nội dung xâm phạm quyền

Gỡ bỏ ngay lập tức nội dung xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ – Nếu có ai đó phàn nàn về việc sử dụng trái phép liên quan đến trang web của mình thì bạn cần gỡ nội dung đó (hoặc vô hiệu hoá đường dẫn đến nội dung này) và tìm biện pháp giải quyết tranh chấp. Việc tiếp tục sử dụng nội dung xâm phạm quyền sau khi đã được cảnh báo có thể làm tăng yêu cầu đòi bồi thường và nguy cơ chịu trách nhiệm pháp lý (và tăng mức thiệt hại mà bạn phải bồi thường). Ở một số quốc gia, bạn có thể bị yêu cầu áp dụng các chính sách tháo gỡ thích hợp.

NỘI DUNG 3: Lựa chọn tên miền

1. Các vấn đề cơ bản về tên miền

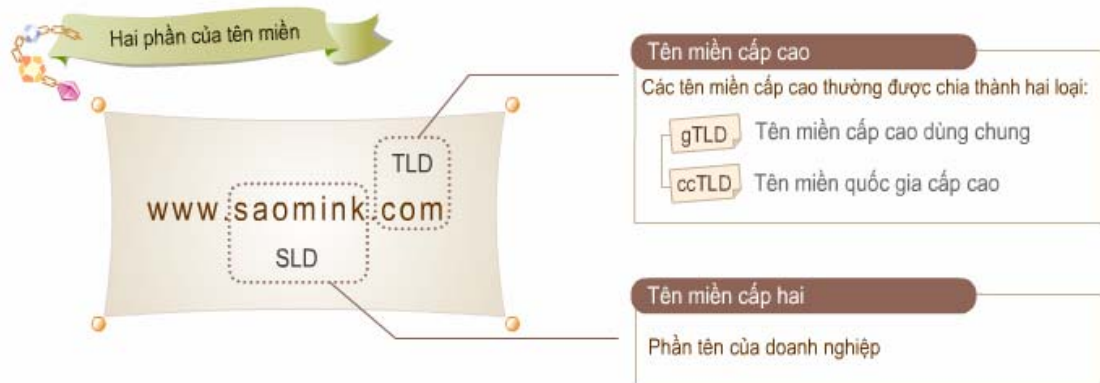
(1) Giới thiệu

Mọi máy tính được kết nối với Internet đều phải có một địa chỉ duy nhất, với một dãy số khá phức tạp gọi là địa chỉ Internet. Trong khi các máy tính dễ dàng hiểu được những quy ước đó thì người sử dụng muốn có một biện pháp nhận biết dễ dàng hơn. Hệ thống quản lý tên miền (DNS) được tạo ra để đáp ứng nhu cầu đó. Về cơ bản, đó là một cơ sở dữ liệu kết nối các địa chỉ số trên cơ sở một - một với chữ cái tương ứng dễ nhớ đơn nhất, còn được gọi là “tên miền Internet.”

(2) Hai cấp độ của một tên miền

- a. Ở mức độ cao nhất là tên miền cấp cao,
- b. Phần có tên doanh nghiệp được gọi là tên miền cấp hai.

Các tên miền cấp cao thường được chia thành hai loại: tên miền cấp cao dùng chung (gTLDs) và tên miền quốc gia cấp cao (ccTLDs). Tên miền có thể được đăng ký dưới dạng gTLD hoặc ccTLD.



2. Cách thức lựa chọn tên miền

(1) Lựa chọn tên miền cấp cao

Một số tên miền cấp cao dùng chung (gTLD) được để mở với ý định không hạn chế về đối tượng có thể đăng ký sử dụng chúng. Đó là các tên miền có đuôi .com, .info, .net và .org. Với đa số các doanh nghiệp kinh doanh hàng hóa hoặc dịch vụ trên Internet để thu lợi thì tên miền có đuôi .com luôn được lựa chọn ("com" viết tắt của chữ "commercial" – thương mại). Tên miền cấp cao dùng chung có đuôi .net được dành cho các trang mạng máy tính, nhưng dường như cũng được sử dụng cho các dịch vụ máy tính và Internet. Về nguyên tắc, tên miền có đuôi .org sẽ dành cho các tổ chức phi lợi nhuận, nhưng đôi khi cũng được sử dụng cho các tổ chức hoạt động để thu lợi nhuận. Một số tên miền cấp cao dùng chung khác được sử dụng một cách hạn chế với ý định chỉ những thực thể đáp ứng các tiêu chuẩn nhất định mới có thể được đăng ký, ví dụ, tên miền .int (chỉ dành cho các tổ chức quốc tế).

Bạn có thể đăng ký sử dụng một tên miền dưới một tên miền quốc gia cấp cao (ccTLD) dành cho một quốc gia, khu vực lãnh thổ hoặc một vị trí địa lý nhất định và mang mã quốc gia gồm 2 chữ cái, ví dụ .kr dành cho Hàn Quốc (đăng ký sử dụng tên miền tại: <http://www.nic.or.kr/>). Các nguyên tắc và chính sách để có được tên miền quốc gia cấp cao ở mỗi quốc gia là khác nhau. Bạn phải xem kỹ các điều khoản và điều kiện tại Cơ quan đăng ký tên miền quốc gia cấp cao. (Để biết thêm thông tin về đăng ký tên miền quốc gia cấp cao, kể cả cơ sở dữ liệu chi tiết về các tên miền quốc gia cấp cao được chỉ định cũng như các Cơ quan đăng ký tên miền, hãy xem tại địa chỉ <http://www.iana.org/cctld/cctld.htm>).

Tuy nhiên, về mặt chức năng thì không có sự khác biệt giữa gTLD và ccTLD. Thậm chí nếu các ccTLD liên quan đến một vị trí cụ thể được xác định bởi hậu tố quốc gia thì nói chung chúng giống hệt về sự truy cập Internet toàn cầu

như gTLD. Ví dụ, một người đang ở Australia có thể truy cập trang web của một doanh nghiệp vừa và nhỏ Hàn Quốc với hậu tố *.kr* để mua sản phẩm.

(2) Lựa chọn một tên miền cấp hai tốt

Một tên miền tốt phải có khả năng làm cho khách hàng tìm ra trang web của doanh nghiệp đó trên Internet một cách dễ dàng. Thế nào là một tên miền tốt và làm thế nào để tạo ra nó? Những gợi ý cơ bản sau có thể giúp ích cho bạn:

- a. Lựa chọn một tên miền giống hoặc tương tự với tên doanh nghiệp hoặc tên sản phẩm của bạn. Một tên miền có mối liên hệ trực tiếp đến doanh nghiệp hoặc sản phẩm của bạn sẽ rất dễ nhớ. Nếu bạn sở hữu một nhãn hiệu được nhiều người biết đến thì việc sử dụng nó làm hoặc trong tên miền cấp hai là cách sáng suốt được lựa chọn.
- b. Lựa chọn tên miền cấp hai mà có tính phân biệt về doanh nghiệp hoặc sản phẩm của bạn. Một tên miền như vậy có thể dễ dàng được bảo hộ theo pháp luật nhãn hiệu.
- c. Không nên chọn một tên miền là nhãn hiệu của một công ty khác. Ở đa số các quốc gia, việc đăng ký nhãn hiệu của một công ty khác làm tên miền bị coi là xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu đó. Có rất nhiều cơ sở dữ liệu, như Công Cơ sở dữ liệu về nhãn hiệu của WIPO (<http://arbitrator.wipo.int/trademark/index.html>) có thể giúp bạn xác định một tên miền cấp hai có xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu bất kỳ đã được đăng ký hay không.
- d. Tránh để tên miền chứa các từ gây tranh cãi như tên các địa danh (ví dụ Champagne, Beaujolais), tên của những người nổi tiếng, tên khoa học của các loại dược phẩm, tên của các tổ chức quốc tế, và tên thương mại (ví dụ, tên doanh nghiệp của người khác).
- e. Hậu tố: Đối với mọi tên miền cấp cao, thì đuôi *“.com”* nói chung được xem là có giá trị nhất vì nó là dạng được biết đến nhiều nhất trên toàn thế giới và được tra cứu nhiều nhất. Tuy nhiên, nếu doanh nghiệp của mình là một công ty nhỏ và bạn chỉ tập trung vào một thị trường quốc gia thì bạn có thể lựa chọn một tên miền cấp cao mã quốc gia.

- f. Các tên miền ngắn thường là hay nhất vì chúng dễ phát âm, dễ nhớ và dễ dàng nhập vào trình duyệt. Mặc dù tên miền có thể dài tới đa 67 ký tự nhưng tốt hơn hết chỉ nên lựa chọn các tên miền ngắn thôi.

Tham khảo thêm 3-1: Các vấn đề liên quan đến nhãn hiệu

Nhãn hiệu và tên miền

Hệ thống nhãn hiệu và hệ thống tên miền là rất khác nhau, nhưng trong những trường hợp nhất định thì hai hệ thống này có thể chồng chéo với nhau và gây ra những hậu quả khó lường. Sự chồng chéo khó giải quyết này phát sinh khi tên thương mại hoặc nhãn hiệu được sử dụng làm hoặc là một phần trong tên miền cấp hai.

Hai nhãn hiệu giống nhau có thể cùng tồn tại và thuộc sở hữu của các công ty khác nhau cho các sản phẩm tương tự tại các khu vực địa lý khác nhau theo pháp luật nhãn hiệu của khu vực có liên quan. Thực tế là hệ thống nhãn hiệu cho phép đăng ký và sử dụng một nhãn hiệu giống hoặc tương tự nhau cho các nhóm hàng hóa hoặc dịch vụ khác nhau tại cùng một khu vực địa lý hoặc một quốc gia, với điều kiện đó không phải là một nhãn hiệu nổi tiếng.

Ví dụ: Nhãn hiệu LIFESAVERS dùng cho bánh kẹo tại Australia thuộc sở hữu của Công ty Nestle và tại Hoa Kỳ, nhãn hiệu này lại thuộc sở hữu của Công ty Nabisco; hay, PETERS là một nhãn hiệu dùng cho kem thuộc sở hữu của một công ty ở vùng tây Australia, nhưng ở các vùng khác của Australia thì nhãn hiệu lại thuộc sở hữu của các công ty khác. Ngược lại, hệ thống tên miền cho phép mỗi tên miền chỉ được sử dụng bởi một người đăng ký mà thôi.

Không giống với nhãn hiệu, tên miền tạo ra sự độc quyền đối với một tên gọi hoặc một từ hoặc cụm từ mà có thể không liên quan đến hàng hóa hoặc dịch vụ được trang web đó chào bán. Do tên miền thường được đăng ký theo nguyên tắc ai đăng ký trước thì được sở hữu, nên chủ sở hữu một nhãn hiệu có thể thấy rằng có người khác đăng ký tên miền giống hoặc tương tự đến mức gây nhầm lẫn với nhãn hiệu của mình.

Chủ sở hữu của một số loại nhãn hiệu nhất định có thể thấy rằng họ không thể đăng ký nhãn hiệu của mình làm tên miền ở một số nước do chính sách tên miền của các nước đó cấm đăng ký tên gọi địa lý hoặc tên gọi chung/mang tính mô tả làm tên miền. Ví dụ, ở Tây Ban Nha, nhãn hiệu MADRID (thuộc sở hữu của một nhà xuất bản tư nhân), và ở Ý, nhãn hiệu ROMA (thuộc sở hữu của một tờ báo Ý) không thể được đăng ký làm tên miền cấp cao dùng chung (ví dụ, www.madrid.es; www.roma.it). Vì vậy, cần lưu ý đến sự khác nhau của các quy tắc đặt tên miền của các Cơ quan đăng ký tên miền và cần nghiên cứu cẩn trọng các quy tắc của Cơ quan đăng ký tên miền quốc gia trước khi nộp

đơn đăng ký một tên miền.

3. Các vấn đề cần lưu ý trên thực tiễn

(1) Đăng ký tên miền

Bất kỳ ai, dù là cá nhân, tổ chức hay doanh nghiệp, đều có thể đăng ký tên miền. Bất kỳ ai hiện muốn hay hiện đang nghĩ về việc có được một sự hiện diện mang tính cá nhân và có tính phân biệt trên Internet thì nên đăng ký tên miền.

Một vấn đề quan trọng khác của tên miền là thời gian vô hạn của nó. Giống như nhãn hiệu, có thể sở hữu tên miền nếu bạn tiếp tục nộp phí gia hạn hoặc duy trì.

(2) Quảng cáo tên miền

Ngay khi bạn đã đăng ký tên miền thì điều quan trọng là phải làm cho sự hiện diện và nội dung của trang web hấp dẫn đối với những người sử dụng. Bước đầu tiên là đăng ký tên miền với các trang web có chức năng tra cứu, như *www.yahoo.com*, *www.google.com* và *www.altavista.com*. Công cụ tìm kiếm là các công cụ đặc thù phục vụ cho việc tra cứu các trang web và các tài liệu trên Internet tương ứng với các từ khóa hoặc cụm từ quy định và cho kết quả là một danh mục các tài liệu chứa các từ khóa hoặc cụm từ đó. Trước khi đăng ký tên miền với công cụ tra cứu, cần phải tìm hiểu hệ thống xếp hạng của các công cụ tra cứu khác nhau.

4. UDRP: một công cụ giải quyết tình trạng chiếm dụng tên miền

(1) UDRP

Tổ chức Quản lý tên miền quốc tế (ICANN), Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO) và các Cơ quan quản lý Internet quốc gia đã đưa ra các biện pháp để bảo vệ các chủ sở hữu nhãn hiệu và những người đăng ký tên miền hợp pháp và bảo vệ lợi ích của họ. Ngày 24 tháng 10 năm 1999, Ban Quản lý ICANN đã thông qua Bộ quy tắc liên quan đến Chính sách giải quyết tranh chấp tên miền thống nhất (UDRP) quy định các thủ tục và các yêu cầu khác cho mỗi giai đoạn của thủ tục hành chính giải quyết tranh chấp. Thủ tục được quản lý bởi các Tổ chức Giải quyết tranh chấp được ICANN công nhận. Trung tâm Hòa giải và Trọng tài của WIPO (Trung tâm của WIPO) là cũng một Tổ chức Giải quyết tranh chấp như vậy.

(2) Các dấu hiệu đăng ký có tính chất lừa đảo

a. Tên miền trùng hoặc tương tự đến mức gây nhầm lẫn với nhãn hiệu liên quan;

- b. Chủ sở hữu nhãn hiệu có quyền hoặc lợi ích pháp lý đối với tên miền, mà người đăng ký tên miền không có quyền đó; và
- c. Người đăng ký đã đăng ký và sử dụng tên miền với ý đồ xấu.

Nhiều vụ chiếm dụng tên miền (Chiếm dụng tên miền có nghĩa là việc người đầu cơ đăng ký tên thương mại/nhãn hiệu của người khác làm tên miền nhằm mục đích bán lại tên miền đó cho chủ sở hữu tên thương mại/nhãn hiệu với giá rất cao) liên quan đến các nhãn hiệu và tên gọi nổi tiếng sẽ được giải quyết theo thủ tục này, đặc biệt là vụ: *microsoft.org*, *juliaroberts.com*, và *sony.net*. Thủ tục này có thể chỉ được sử dụng cho các tên miền cao cấp dùng chung (gTLD) và một số ít tên miền cao cấp quốc gia (ccTLD) tại các nước đã chấp nhận Chính sách giải quyết tranh chấp thống nhất của WIPO. Các nước khác nói chung có các quy định giải quyết tranh chấp thay thế khác.

Tham khảo thêm 3-2: Thủ tục UDRP

1. Đơn khiếu nại được nộp cho Tổ chức Giải quyết tranh chấp được ICANN công nhận, do người khiếu nại lựa chọn, ví dụ, Trung tâm của WIPO;
2. Bị đơn (cá nhân hoặc tổ chức) sẽ nộp tài liệu trả lời;
3. Tổ chức Giải quyết tranh chấp sẽ thành lập Ban Giải quyết tranh chấp - bao gồm một hoặc ba người để đưa ra phán quyết đối với tranh chấp đó;
4. Ra quyết định của Ban Giải quyết tranh chấp và thông báo cho các bên có liên quan; và
5. Việc thi hành quyết định của Ban Giải quyết tranh chấp bởi (những) Cơ quan đăng ký tên miền có liên quan trong trường hợp quyết định đề cập đến việc hủy bỏ hoặc chuyển giao (các) tên miền.

NỘI DUNG 4: Bảo vệ trang web của bạn

1. Những nội dung của trang web cần được bảo vệ

Trước khi bàn luận về các biện pháp bảo vệ, đầu tiên hãy xem xét các nội dung của một trang web có thể được bảo hộ bởi quyền sở hữu trí tuệ. Trên thực tế, có nhiều đối tượng có trong trang web có thể được bảo hộ dưới dạng các đối tượng khác nhau của quyền sở hữu trí tuệ, ví dụ:

- (1) Các hệ thống công nghệ mới, các công cụ tra cứu hoặc các công cụ kỹ thuật trên Internet có thể được bảo hộ dưới dạng sáng chế hoặc giải pháp hữu ích;
- (2) Phần mềm có thể được bảo hộ theo quyền tác giả và/hoặc sáng chế;

- (3) Thiết kế của trang web có thể được bảo hộ dưới dạng quyền tác giả;
- (4) Nội dung trang web có tính sáng tạo, như tài liệu, hình ảnh, hình vẽ, âm nhạc và đoạn phim có thể được bảo hộ dưới dạng quyền tác giả;
- (5) Các cơ sở dữ liệu có thể được bảo hộ dưới dạng quyền tác giả hoặc bởi hệ thống pháp luật riêng về bảo hộ cơ sở dữ liệu;
- (6) Tên thương mại, biểu trưng, tên sản phẩm, tên miền và các dấu hiệu khác được đăng tải trên trang web có thể được bảo hộ dưới dạng nhãn hiệu;
- (7) Các biểu tượng đồ họa máy tính, bố trí màn hình, các giao diện dùng đồ họa (GUI) và thậm chí các trang web có thể được bảo hộ theo pháp luật kiểu dáng công nghiệp;
- (8) Các yếu tố ẩn của trang web (như hình ảnh đồ họa mật, mã nguồn, mã máy, thuật toán, chương trình hoặc các mô tả kỹ thuật khác, các biểu đồ dữ liệu, các biểu đồ logic, hướng dẫn sử dụng, cấu trúc dữ liệu và các nội dung cơ sở dữ liệu khác) có thể được bảo hộ bởi pháp luật bí mật thương mại.

Đối tượng bảo hộ	Các nội dung trên trang web của bạn
Sáng chế	Các hệ thống công nghệ mới, Các công cụ tra cứu hoặc các công cụ kỹ thuật Internet khác, Phần mềm
Quyền tác giả	Cơ sở dữ liệu, Thiết kế trang web, Nội dung trang web: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dữ liệu thông tin ▪ Hình ảnh ▪ Hình vẽ ▪ Nhạc và đoạn phim
Pháp luật riêng về cơ sở dữ liệu	
Nhãn hiệu	Tên thương mại, Biểu trưng, Tên sản phẩm, Tên miền, Các dấu hiệu được đăng tải khác
Kiểu dáng công nghiệp	Các yếu tố liên quan đến máy tính, như: <ul style="list-style-type: none"> Các biểu tượng đồ họa Bố trí màn hình Giao diện đồ họa của người sử dụng Các trang web
Bí mật thương mại	Các biểu tượng đồ họa <ul style="list-style-type: none"> ▪ Đồ họa mật ▪ Mã nguồn ▪ Mã máy ▪ Thuật toán <ul style="list-style-type: none"> ▪ Biểu đồ dữ liệu ▪ Biểu đồ logic ▪ Hướng dẫn sử dụng ▪ Cấu trúc dữ liệu <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nội dung dữ liệu ▪ chương trình hoặc các mô tả kỹ thuật khác

2. Cách thức bảo vệ trang web

Một số biện pháp dự phòng để bảo vệ trang web khỏi bị lạm dụng, bao gồm:

(1) Bảo vệ các quyền sở hữu trí tuệ của bạn

Bạn nên xây dựng những chiến lược phù hợp để bảo vệ các quyền sở hữu trí

tuệ ngay từ đầu nhằm tránh bị mất các quyền pháp lý đối với chúng. Bạn nên:

- a. Đăng ký nhãn hiệu;
- b. Đăng ký tên miền thân thiện với người sử dụng và gắn với nhãn hiệu, tên doanh nghiệp hoặc đặc điểm của doanh nghiệp mình. Nếu có thể đồng thời đăng ký bảo hộ tên miền làm nhãn hiệu thì bạn nên làm như vậy. Việc đăng ký tên miền làm nhãn hiệu sẽ:
 - Củng cố sức mạnh của bạn trong thực thi quyền chống lại người bất kỳ đang cố gắng sử dụng tên miền đó trên thị trường cho các sản phẩm và dịch vụ tương tự; và
 - Ngăn cấm người khác đăng ký tên miền đó như một nhãn hiệu.
- c. Đăng ký trang web và các đối tượng có khả năng bảo hộ quyền tác giả với Cơ quan Quản lý quyền tác giả quốc gia (tại những nước có yêu cầu về việc này);
- d. Suy nghĩ về việc đăng ký bảo hộ sáng chế đối với các phương pháp kinh doanh trực tuyến tại những nước có bảo hộ đối tượng này.

(2) Hãy cho mọi người biết rằng nội dung đó đã được bảo hộ

Nhiều người nghĩ rằng các thông tin/tài liệu trên các trang web có thể được sử dụng một cách miễn phí. Hãy lưu ý họ về các quyền sở hữu trí tuệ của bạn.

- a. Gắn ký hiệu ®, TM, SM hoặc các ký hiệu tương tự vào nhãn hiệu của bạn.
- b. Sử dụng thông báo về quyền tác giả (ký hiệu © hoặc từ “Được bảo hộ quyền tác giả” (Copyright) hoặc chữ viết tắt bằng tiếng Anh là “Copr.”; tên của chủ sở hữu quyền tác giả và năm đầu tiên công bố tác phẩm để thông báo với công chúng rằng nội dung đã được bảo hộ quyền tác giả.
- c. Một lựa chọn khác là sử dụng các hình chìm có gắn các thông tin về quyền tác giả vào chính các nội dung số hóa. Ví dụ, một tệp tin âm nhạc được gắn hình ảnh chìm bằng cách sử dụng một hoặc một số đoạn nhạc để mã hóa thông tin về quyền sở hữu. Hình chìm là rất hữu ích để ngăn ngừa sự sao chép, cũng như theo dõi tác phẩm một cách trực tuyến và chứng minh hành vi tội phạm.
- d. Thông báo cho công chúng rằng trang web và phương pháp kinh doanh của bạn đã được bảo hộ độc quyền. Ví dụ, bạn có thể liệt kê ở phía dưới trang

web về các bằng độc quyền sáng chế đã được cấp cho trang web, cùng với nhãn "sáng chế" hoặc chữ viết tắt bằng tiếng Anh là "pat".

(3) Hãy cho mọi người biết cách thức họ có thể sử dụng nội dung của trang web

Chèn một thông báo về quyền tác giả vào tất cả các trang web của bạn và giải thích rõ ràng về các điều kiện sử dụng nội dung của trang web đó. Người xem ít nhất phải biết được:

- a. Họ có thể làm gì đối với trang web đó (ví dụ, họ có được phép tạo ra các đường dẫn tới trang web, tải xuống hoặc in các tài liệu trên trang web đó hay không, với điều kiện nào); và
- b. Phải liên lạc với ai để xin phép sử dụng quyền tác giả đối với các tài liệu có trên trang web.

(4) Kiểm soát việc truy cập và sử dụng các nội dung trên trang web của bạn

Bạn có thể sử dụng các biện pháp bảo vệ bằng công nghệ mà chỉ những người sử dụng chấp nhận các điều kiện nhất định khi sử dụng các tác phẩm và/hoặc đã trả phí li-xăng cho việc sử dụng đó thì mới có thể tiếp cận được nội dung của các tác phẩm được đăng tải trên trang web của mình. Các công nghệ sau thường được sử dụng:

- a. Các thỏa thuận trực tuyến thường được sử dụng để cấp cho những người sử dụng một li-xăng hạn chế đối với việc sử dụng các nội dung có trên hoặc thông qua trang web của bạn.
- b. Mật mã là một kỹ thuật mã hóa và giải mã. Đặc biệt, các sản phẩm phần mềm, các tác phẩm ghi âm và các tác phẩm nghe nhìn có thể được gắn mật mã để bảo vệ chúng khỏi việc sử dụng trái phép. Khi khách hàng tải xuống một tệp tin chứa nội dung, phần mềm đặc biệt, họ sẽ phải liên hệ với một trung tâm phân phối quyền để thu xếp việc thanh toán, giải mã tệp tin và được giao một "mã khóa cá nhân" – ví dụ, một mật khẩu – cho khách hàng để xem hoặc nghe nội dung đó.
- c. Hệ thống Kiểm soát truy cập hoặc truy cập có điều kiện: Dưới hình thức đơn giản nhất, các hệ thống này sẽ kiểm tra mã số của người sử dụng, xác nhận các tệp tin chứa nội dung và các quyền lợi (ví dụ, đọc, thay đổi, biểu diễn, v.v.) của từng người sử dụng đối với mỗi tệp tin.

- d. Chỉ cung cấp các bản kém chất lượng cho những người bị nghi ngờ lạm dụng. Ví dụ, bạn có thể đăng tải các hình ảnh lên trang web của mình với đầy đủ chi tiết để xác định liệu chúng có hữu ích hay không, ví dụ, trong một thiết kế quảng cáo, nhưng sẽ bị thiếu chi tiết và chất lượng kém hơn để có thể in lại chúng trên một tạp chí.

(5) Phát hiện những xâm phạm quyền đối với trang web của bạn

Để phát hiện hành vi xâm phạm quyền, bạn có thể lấy ngẫu nhiên các mẫu tin từ trang web của bạn và tra cứu mẫu tin đó bằng cách sử dụng các công cụ tra cứu như Google và Alltheweb. Nếu bạn chỉ nhận được các hình vẽ duy nhất trên trang web của bạn và muốn tìm xem liệu có ai đó đang sử dụng chúng hay không, hãy nhập tên của bức ảnh lên địa chỉ <http://images.google.com>. Hiện có nhiều công nghệ khác có thể giúp bạn tìm ra người xâm phạm quyền của mình, bao gồm “các chương trình mạng nhện” (Spider Program) để tra cứu trên mạng Internet các bản sao từ các trang hoặc các hình vẽ của bạn, cũng như việc sử dụng trái phép các nhãn hiệu của bạn và “các dấu vân tay” giống như các dãy số ẩn nhằm giúp bạn nhận ra khách hàng nào đã vi phạm thỏa thuận li-xăng để trao quyền sở hữu cho người khác.

3. Các biện pháp chống hành vi xâm phạm

Khi phát hiện ra ai đó đang xâm phạm quyền tác giả hoặc quyền đối với nhãn hiệu của mình trên trang web của người đó, bạn hãy áp dụng các biện pháp sau:

- (1) Chụp ảnh màn hình hoặc in tất cả trang có liên quan, và in mã nguồn từ trang web xâm phạm quyền của mình;
- (2) Phải chắc chắn rằng có thể chứng minh nội dung trang web của bạn là bản gốc và bạn sở hữu chúng trong một khoảng thời gian là hơn trang web xâm phạm quyền của người khác;
- (3) Gửi yêu cầu chấm dứt hành vi xâm phạm quyền của bạn cho chủ sở hữu trang web xâm phạm quyền của bạn và yêu cầu gỡ bỏ các tài liệu của mình ra khỏi trang web đó. Một luật sư về sở hữu trí tuệ có thể giúp bạn soạn thảo một bức thư như vậy;
- (4) Nếu như chủ sở hữu không trả lời, bạn có thể (i) gửi một thông báo về hành vi xâm phạm quyền đến công cụ tra cứu bất kỳ mà ở đó trang web xâm phạm quyền của mình được liệt kê và yêu cầu họ gỡ bỏ mọi liên kết đến trang web xâm phạm quyền của mình; và (ii) gửi một thông báo về hành vi xâm phạm

quyền đến công ty cũng cấp dịch vụ cơ sở dữ liệu cho trang web đó hoặc nhà cung cấp dịch vụ Internet (ISP) và yêu cầu họ gỡ bỏ trang web đó ra khỏi máy chủ.

Tham khảo thêm 4-1: Khả năng bảo hộ sáng chế đối với phần mềm ở Hoa Kỳ

Trong khoảng vài thập kỷ trước, hầu hết các nước phát triển đã cho phép bảo hộ độc quyền sáng chế liên quan đến phần mềm và máy tính với mức độ bảo hộ khác nhau. Điều này dẫn đến việc tăng đột ngột số lượng đơn đăng ký sáng chế đối với phần mềm máy tính, thương mại điện tử và công nghệ Internet. Ngoài ra, một số quyết định gần đây của tòa án Hoa Kỳ đã chấm dứt những nghi ngại về khả năng bảo hộ sáng chế đối với các phương pháp kinh doanh. Ở Hoa Kỳ, việc này đã dẫn đến sự bùng nổ đơn đăng ký sáng chế trong các lĩnh vực quản lý doanh nghiệp, tài chính và kiểm toán, đặc biệt là đối với các phương pháp dùng máy hóa đối với các loại hình này. Vì thế, những người viết phần mềm máy tính và kinh doanh trong thương mại điện tử, cũng như những người cung cấp các dịch vụ ngân hàng, tài chính và bảo hiểm hiện phải đối mặt với nhiều nguy cơ xâm phạm độc quyền sáng chế một cách vô ý hơn.

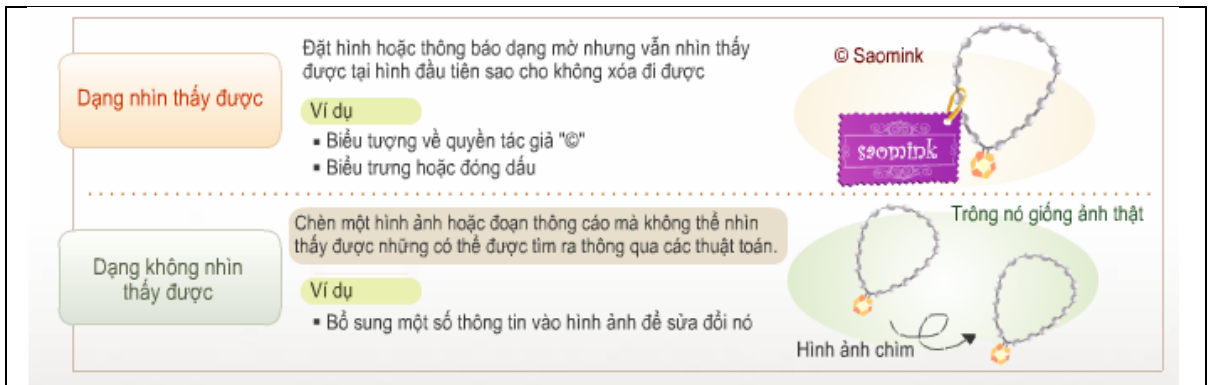
Năm 1996, khi ban hành hướng dẫn làm đơn đăng ký sáng chế đối với phần mềm máy tính, Cơ quan Sáng chế và Nhãn hiệu Hoa Kỳ (USPTO) đã thể hiện một sự ủng hộ đối với loại sáng chế mới này. Bên cạnh những vấn đề khác, hướng dẫn này quy định rằng phần mềm máy tính có chức năng điều khiển hoặc định hình một số phần cứng máy tính có khả năng được cấp bằng độc quyền sáng chế, bất chấp việc liệu nó chứa đựng các quy trình toán học đáng kể hay không.

Hơn nữa, ở Hoa Kỳ việc bảo hộ sáng chế còn áp dụng đối với cấu trúc dữ liệu gắn với một số dạng bộ nhớ đọc được của máy tính. Hơn thế nữa, đối với các sáng chế về phần mềm máy tính, yêu cầu về bản mô tả nhìn chung phải được thể hiện bằng ngôn ngữ thông thường mô tả về tính năng của phần mềm này, tức là mã nguồn của phần mềm không cần phải bộc lộ trong đơn đăng ký sáng chế.

Kết quả là, đặc biệt là ở Hoa Kỳ, số lượng đối tượng không được đăng ký sáng chế đã bị thu hẹp lại còn nguyên lý khoa học, quy luật tự nhiên, hiện tượng thiên nhiên, ý tưởng trừu tượng hoặc các giải pháp mang tính trí tuệ.



Tham khảo thêm 4-2: Gắn hình ảnh chìm



Gắn hình ảnh chìm là một kỹ thuật nhằm chèn các thông báo về quyền tác giả hoặc các thông tin có tính xác nhận khác (dưới dạng hình ảnh) vào trong các bức ảnh điện tử, đoạn âm thanh, hình ảnh và các tài liệu nhằm chỉ ra thông tin về quyền tác giả của các tệp tin.

1. Các dạng hình ảnh chìm

2. Hình ảnh chìm có tác dụng:

(1) Ngăn không cho người khác sao chép trái phép;

(2) Giám sát việc sử dụng thông tin/ tác phẩm;

(3) Chứng minh quyền sở hữu quyền tác giả; và

(4) Theo dõi tác phẩm trực tuyến và chứng minh hành vi xâm phạm quyền.