مجلة جامعة دمشق للعلوم القانونية

اسم المقال: إشكالية تحديد الطبيعة القانونية لأسماء مواقع الإنترنت
اسم الكاتب: راية جمال أبو نصار، أ.د. جمال الدين عبد الله مكناس، د. أحمد خالد عبد العزيز
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/1834
تاريخ الاسترداد: 2026/11/02 01:41 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة دمشق للعلوم القانونية ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

إشكاليّة تحديد الطبيعة القانونية لأسماء مواقع الإنترنت

إعداد: **أ. د. جمال الدين عبد الله**

الباحثة راية جمال أبو نصار **مكناس**

د. أحمد خالد عبد العزيز

الملخص

أسهمت أسماء مواقع الإنترنت إسهامًا كبيرًا في تطور الحياة الإلكترونية، وتمثّل دورها الرئيس بتسهيل عملية الوصول إلى المواقع المختلفة على الشبكة، وتوسعت هذه الأسماء فلم يقتصر دورها على ذلك، بل تجاوزته لتقوم بوظيفة التسويق والترويج للمواقع المختلفة وما تقدمه من خدمات عبر الإنترنت، الأمر الذي أدى إلى ارتفاع قيمة هذه المواقع وأدى تبعًا لذلك إلى ظهور المنافسة في الحصول عليها وحدوث منازعات بين مالكيها ومدعي الحقوق فيها سواء من مالكي العلامات التجارية، والأسماء التجارية، والأسماء الشخصية، والمؤشرات الجغرافية.

وعلى الرغم من تزايد أهمية أسماء مواقع الإنترنت في المجالات التجارية –على وجه الخصوص– لم تنظّم في قانون خاص في غالبية دول العالم، الأمر الذي أدى إلى ظهور آراء مختلفة في تحديد طبيعتها القانونية تبعًا لغياب التنظيم القانوني الخاص بها الذي يحدد طبيعتها القانونية.

وبذلك فإن هذه الدراسة تتناول الطبيعة القانونية لأسماء مواقع الإنترنت وعدم تماشيها مع الأنظمة القانونية القائمة وتحديدًا قانون العلامات التجارية، والحاجة إلى تنظيمها في قانون مستقل نظرًا لعدم إمكانية تطبيق أي من الأنظمة القانونية الحالية عليها، وقد سلطت هذه الدراسة الضوء على النقص والقصور فيها وعجزها عن حماية أسماء مواقع الإنترنت.

وقد توصلنا في هذه الدراسة من حيث النتيجة إلى ضرورة إبرام اتفاقية دولية تضع الأطر العامة لتنظيم أسماء مواقع الإنترنت وما يستتبعه من التزام الدول الأعضاء في الاتفاقية بتعديل قوانينهم الداخلية وصولًا للتنظيم القانوني المستقل لها.

The problem of determining the legal nature of Domain names

ABSTRACT

DOMAIN NAMES contributed significantly in the development of e-life, its key role was to facilitate the access to various sites on the network, it expanded in time to play a significant role of marketing these sites and the services they provide over the Internet, which Increased the value of these names and consequently resulted in the occurrence of competition and disputes between the owners of these domain names and claimants of rights regarding these names, such as owners of trademarks, trade names , personal names, and geographical indications.

despite the increasing value of domain names - particularly in commercial fields -it was not regulated in a separate law in most countries of the world, which led to the occurrence of different opinions in determining their legal nature in the absence of Legal regulation regarding these names.

this study clarifies the legal nature of DOMAIN NAMES and their inconsistency with the general legal systems ,specifically the Trademark Law, and the need to regulate them in a separate law due to the inadequacy of the existing legal systems ,and also highlights its shortcomings and its inability to protect DOMAIN NAMES,

as a conclusion this study suggests enacting international treaty concerning domain names ,in which the member states of the treaty are obligated to amend their domestic laws in accordance with its rules specifically enacting a separate domain names law,

المقدمة:

إنّ سرعة الولوج للمعلومات في أي مكان في العالم وسهولة الحصول عليها وإمكانية التواصل بين مختلف الأفراد بغض النظر عن موقعهم الجغرافي تعد من أهم النقلات التي أحدثتها خدمة الإنترنت لمختلف القطاعات في الحياة اليومية.

وأسهمت أسماء مواقع الإنترنت في إحداث هذه النقلة بتسهيل الوصول إلى المواقع المختلفة بتمكين المستخدم من الوصول إليها باستخدام كلمات وأحرف مفهومة لديه، وتطورت نتيجة لذلك أسماء المواقع وارتبطت بمعظم نواحي الحياة وازدادت أهميتها في ظل التطور التقانيّ المستمرّ؛ إذ أصبحت تشكل عصب التجارة الإلكترونية ووسيلة لتسويق السلع والخدمات على نطاق واسع متجاوزةً بذلك الحدود الجغرافية. وعلى الرغم من أهمية أسماء مواقع الإنترنت إلا أنها تفتقر للتنظيم القانوني في غالبية دول العالم؛ إذ لم تُنظَّم بموجب قوانين خاصة إلا في دول معدودة، الأمر الذي أدى إلى اللجوء لتطبيق القواعد العامة على النزاعات المتعلقة فيها، وتحديدًا أحكام العلامات التجارية، ونتيجة لعدم تنظيم أسماء مواقع الإنترنت في قانون مستقل، فإن طبيعتها القانونية لم تحدد أيضًا.

وتتعدد أسماء مواقع الإنترنت وتتنوع، كما تتمتع هذه الأسماء بخصائصَ خاصة أدت إلى اختلاف الآراء في تحديد طبيعتها القانونية، وتتناول هذه الدراسة مفهوم أسماء مواقع الإنترنت في المبحث الأول، لتنتقل بعدها إلى دراسة الطبيعة القانونية لها في المبحث الثاني.

المبحث الأول: مفهوم أسماء مواقع الإنترنت:

إنّ البحث في مفهوم أسماء مواقع الإنترنت يتطلب بيان تعريفها في المطلب الأول، وتقسيمات أسماء هذه المواقع في المطلب الثاني.

المطلب الأول: تعريف اسم موقع الإنترنت:

تباينت تعاريف أسماء مواقع الإنترنت باختلاف منظور المعرّف، فهناك من عرّفها من منظور تقانيّ بحت، وبعض الباحثين اتجه إلى لمفهوم العام لها، وسنستعرض هذه التعاريف في محاولة للوصول إلى تعريف شامل لأسماء مواقع الإنترنت.

عُرّفت أسماء مواقع الإنترنت بأنها: "وسيلة للبحث أو الدخول إلى المعلومات ونشرها، حيث يتمكن الشخص من معرفة مكانه داخل الإنترنت والجهة المراد الذهاب إليها ".[1]

مع أنّ أسماء مواقع الإنترنت عبارة عن وسيلة يمكن بواسطتها الوصول إلى الجهة المراد الذهاب إليها داخل الإنترنت، إلا أنها لا تعد وسيلة لنشر المعلومات؛ إذ إنّ نشر المعلومات يتم بواسطة مواقع الإنترنت، وليست من وظيفة أسماء هذه المواقع كما جاء في هذا التعريف. كما عرّف اسم موقع الإنترنت بأنه "عنوان للمشروعات عبر شبكة الإنترنت" [2]. إلا أن هذا التعريف جاء عامًا ولم يفصّل في دور اسم موقع الإنترنت؛ إذ إنّه لم يعد مجرد عنوانًا للموقع، بل تجاوز ذلك ليعدّ معرّفًا بالمواقع والسلع والخدمات التي تتضمنها.

وعُرّف اسم موقع الإنترنت بأنه "صورة مألوفة لمستخدم الإنترنت من رقم بروتوكول الإنترنت تسمح بتوجيه المعلومات والرسائل بالاتجاه المطلوب خلال شبكة الإنترنت "[3].

---

[1] منصور، محمد حسين،2007، المسؤولية الإلكترونية، بلا طبعة، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، ص201.

[2] غنام، شريف محمد،2007، حماية العلامة التجارية عبر الإنترنت في علاقتها بالعنوان الإلكتروني، (ط)1، دار الجامعة الجديدة، ص 15.

[3] Marinkovic,A.(2012).On domain names and trademarks.journal of internet law,15(12),p2

ونجد أن هذا التعريف يركّز على الوظيفة التقانيّة لأسماء مواقع الإنترنت، إلا أنه يتجاهل دورها في الترويج والتسويق للسلع والخدمات التي تقدمها المواقع التي تحمل هذه الأسماء، وقصر وظيفتها على تسهيل الوصول إلى المواقع المختلفة على الشبكة.

ونرى أنه من الممكن تعريف اسم موقع الإنترنت على نحو يجمع بين وظيفته التقانيّة والتجارية بأنه: اسم يستخدم للدلالة على عنوان برتوكول الإنترنت الخاص في موقع إنترنت معيّن، يعمل على تسهيل الوصول للمواقع المختلفة على الشبكة، ويسهم في عملية الترويج والتسويق للسلع والخدمات التي تقدمها تلك المواقع.

المطلب الثاني: تقسيمات أسماء مواقع الإنترنت:

إنّ الوصول إلى موقع الإنترنت يتم بواسطة عنوان (URL)[1] الخاص بذلك الموقع، والذي يتألف من جزأين؛ ثابت ومتغيّر، كما هو موضّح أدناه :

HTTP//:WWW.X.Y

HTTPS//:WWW.X.Y

وتتألف الأجزاء الثابتة من:

1. (https , http) وترمز إلى hypertext transfer protocol وهو عبارة عن بروتوكول يسمح بربط صفحات الإنترنت ببعضها بعضًا والانتقال فيما بينها، وتؤدي الوظيفة ذاتها باستثناء أن (htpps) يشير إلى أنّ البيانات في الموقع آمنه؛ إذ إنّ الحرف (S) اختصار لكلمة (secure).[2]
2. (www) وترمز (www) إلى شبكة الويب العالمية (world wide web).

[1] URL اختصار لـ : (URL : Universal resource locator) وهو عبارة عن عنوان صفحة الإنترنت الذي يتم من خلاله تحديد موقع المعلومات على الإنترنت،حيث أنّه لكل صفحه ويب عنوان URL خاص بها

[2] Vangie Beal, HTTP - HyperText Transfer Protocol,retrived from https://www.webopedia.com/TERM/H/HTTP.html

أما الأجزاء المتغيرة فهي عبارة عن اسم الموقع ويتضمن:

1. نطاق المستوى الثاني (Sld :second level domain) وهو الجزء الأول بعد.www أي بعد النقطة الأولى من العنوان[1]، وفي مثالنا السابق فإن (X) هو نطاق المستوى الثاني.
2. نطاق المستوى العلوي (Tld:Top level Domain) وهو الجزء الأخير من اسم الموقع بعد النقطة الأخيرة [2]، وفي مثالنا السابق فإن (Y) هو نطاق المستوى العلوي (Tld).

فعلى سبيل المثال عنوان (URL) الخاص بموقع yahoo https://www.yahoo.com، وبذلك فإنyahoo تمثل نطاق المستوى الثاني، و com. تمثل نطاق المستوى العلوي.

وتجدر الإشارة إلى أنّ اعتماد أسماء النطاقات سواء من المستوى العلوي أم الثاني يتم من قبل منظمة مختصة بذلك، وهي هيئة أرقام الإنترنت المخصصة (IANA)، وهي الجهة المسؤولة عن الإشراف على توزيع عنوان البروتوكول (IP) والإشراف على نظام أسماء مواقع الإنترنت (DNS) وتفويض نطاقات المستوى العلو وتُدار بواسطة منظمة الإنترنت للأسماء والأرقام المخصصة "الآيكان"".

(ICANN:internet corporation for assigned names and numbers)

وهي عبارة عن منظمة غير ربحيّة مسؤولة عن تنظيم تسجيل أسماء مواقع الإنترنت، ومخولة بتفويض جهات معينة بتسجيل هذه الأسماء، وتعتمد سياسة لتسوية النزاعات المتعلقة بأسماء مواقع الإنترنت [3].

[1] Limechan,A.(2002).Need trademark protection for ageneric domain name.gonzaga law review,38(503),p10

[2] Linnehan,A.(2002).Need trademark protection for ageneric domain name.op.cit,p10

[3] Rooksby,J.(2015).Defining domain name:higher education battels for cyberspace.Brooklyn law review,8(3),p863

وسنتناول كل من أقسام أسماء مواقع الإنترنت بالتفصيل على النحو الآتي:

الفرع الأول: نطاق المستوى العلوي (Tld).

هو الجزء الأخير من اسم موقع الإنترنت، وينقسم إلى قسمين هما:

- نطاقات المستوى العلوي الخاصة برموز البلدان.

(cctld:country code top level domain).

- ونطاقات المستوى العلوي العامة (gtld : Generic top level Domain)[1].

أولًا: نطاقات المستوى العلوي الخاص برموز البلدان (cctld)

يتألف (cctld) من رمز يعبر عن دولة معيّنة؛ فعلى سبيل المثال (.jo) رمز للنطاق العلوي لدولة الأردن، (.ku) رمز للمملكة المتحدة، (.ae) رمز للنطاق العلوي للإمارات العربية، و(.sy) هو نطاق المستوى العلوي لسورية، وكل بلد مسؤول عن النطاق العلوي الخاص به، وعن وضع نظام خاص بتسجيله [2].

ثانيًا: نطاقات المستوى العلوي العامة (gtld).

وهي الجزء الأخير من عنوان موقع الإنترنت، وفي بداية الأمر اقتصرت نطاقات المستوى العلوي المتاحة للأفراد والشركات على:

1. (.com): وهو نطاق علوي خاص بالمواقع التجاريّة.
2. (.net): وهو نطاق خاص بشبكات الإنترنت.
3. (.org): وهو نطاق علوي خاص بالمنظمات غير الربحية.

[1] Wood,L. A name of thrones-why domain name should now be a separate intellectual property right , europain intellectual property review,36(7),p2

[2] Koehler,W.(2016).Top level domain name explosions teapot tempest or meaningful grow.online searcher, 40(3),p38

إضافة إلى نطاقات المستوى العلوي الحصرية لبعض المنظمات الحكومية وهي:

1. (.gov): وهو نطاق علوي خاص بالمواقع الحكوميّة.
2. (.mil): وهو نطاق علوي خاص بالمنظمات الحكومية.
3. (.edu): وهو نطاق علوي خاص بالمؤسسات التعليمية.[1]

ولكن تعاظم أهمية أسماء مواقع الإنترنت في التجارة الإلكترونية ودورها في ترويج السلع والخدمات وزيادة الإقبال على تسجيلها، وسعي عدد من أصحاب الشركات والأعمال إلى الحصول على أسماء المواقع ذات الألفاظ العامة والبسيطة التي تسهّل على المستخدم الوصول إليها، أدى إلى جعل معظم هذه الألفاظ العامة مسجلة بالفعل لاسيما في النطاق العلوي(.com) الأكثر شيوعًا[2]، فظهرت الحاجة للاعتراف بنطاقات مستوى علوي عامة جديدة، وهي:

1. (.aero) نطاق مستوى علوي خاص بمجتمع الطيران.
2. (.biz) نطاق مستوى علوي خاص بالأعمال.
3. (.coop) نطاق مستوى علوي خاص بالجمعيات التعاونية.
4. (.info) نطاق مستوى علوي خاص بالمعلومات.
5. (.musem) نطاق مستوى علوي خاص بالمتاحف.
6. (.name) نطاق مستوى علوي خاص بالأفراد.
7. (.pro) نطاق مستوى علوي الخاص بالمحترفين المرخصين [3].

وحتى عام (2012)[1]بلغ عدد نطاقات المستوى العلوي المتاحة للتسجيل (22) نطاقًا[2] إلا أن المشكلة لم تنتهِ وزادت حاجة مالكي العلامات التجارية إلى تسجيل اسم موقع الإنترنت

[1] Rooksby,J. Defining domain name:higher education battels for cyberspace. Brooklyn law review,op.cit,p865

[2] Randall,N. Choosing a domain name register ,pc Magazine, 20(2),p91

[3]Headley, T. (2005). Internet domain names.the licensing journal ,25 (5), p14

المقابل لعلاماتهم التجارية أو اسمهم التجاري نظرًا لزيادة أهمية الترويج لها عن طريق الإنترنت، إلا أنه كان يواجههم بذلك عدم توافر هذه الأسماء المقابلة لعلاماتهم وسبق تسجيلها، وفي محاولة لمواجهة هذه المشكلة بزيادة عدد النطاقات العلوية المتاحة للتسجيل، وافقت "الآيكان" على برنامج النطاقات العلوية الجديد (new gtld) في عام 2012، وفي عام (2013) سُجّلت نطاقات علوية بغير الأحرف اللاتينية، وهي ما تسمى بأسماء مواقع الإنترنت الدولية.

(ITLD:international top level domain) [3] سُجّل نطاق علوي روسي وصيني، كما سجّل أول نطاق علوي باللغة العربية وهو(.شبكة)[4]وكذلك سجّلت نطاقات المستوى العلوي الجديدة التي تسمى بـ (Brand gtld)، وهذا النوع من نطاقات المستوى العلوي يتيح لأصحاب العلامات التجارية تسجيل علاماتهم بوصفها نطاقًا علويًا[5] فعلى سبيل المثال تستطيع شركه (apple) تسجيل اسم الموقع www.iphone.apple بدلًا من www.iphone.com.

وأوّل العلامات التجارية التي سُجّلت بوصفها نطاق مستوى علوي هي:

(.canon ,.Hitachi ,.unicef)[6] .

[1] وهذه آخر مجموعه من امتدادات النطاق العلوي تم الاعتراف بها من قِبل "الآيكان" قَبل إطلاق برنامج النطاقات العلوية الجديدة في عام 2012 وإتاحة المجال لتسجيل اسم العلامة التجارية كنطاق علوي.

[2] Montagu,A.and walsh,T.(23/4/2013).New gtld program offers opportunities at risk.baseline magazine,p1

[3] Koehler,W.(2012).Top level domain name.online searcher , 20(4),p32.

[4] http://www.newgltds.icann.org ,visited march 11th, 2018

[5] Winterfeldt,B.and Barne,G.(2017).Trademark rights protection mechanisms in the domain name system :current landscape and efforts to diminish protection.intellectual property and technology law journal, 29(9),p17.

[6] http://www.newgltds.icann.org,visited march 11th ,2018

وتنقسم امتدادات نطاق المستوى العلوي الجديدة (newgtld) إلى قسمين:

1. نطاق علوي مجتمعي (community):

هذا النطاق متاح فقط لمقدمي الخدمات المجتمعية؛ إذ، يجب أن يكون هناك ارتباط بين امتداد النطاق والمجتمع المستهدف بتقديم الخدمة، ويجب على مقدم طلب لتسجيله أن يقدم الوثائق التي تثبت اعتماده من قبل مؤسسة مجتمعية، ليصار إلى قبول تسجيل امتداد النطاق لمصلحته[1].

2. نطاق علوي مفتوح أو عام (standard / open).

هذا النطاق يشمل أي لفظ باستثناء ما ذُكر في النقطة السابقة–النطاق المجتمعي.

الفرع الثاني: نطاق المستوى الثاني (Sld : second level domain):

يعد هذا النطاق "المعرّف الفردي"[2] لكل موقع، فهو الذي يميّز كل موقع من غيره، وغالبًا ما يكون نطاق المستوى الثاني اسمًا لعلامة تجارية أو لاسم التجاري لصاحب الموقع، وهنا لا بدّ من الإشارة إلى أن صاحب اسم الموقع الإلكتروني ليس بالضرورة أن يكون هو صاحب العلامة التجارية أو الاسم التجاري على أرض الواقع كما سنوضّح لاحقًا في هذه الدراسة.

وجميع نطاقات هذا المستوى فريدة من نوعها ضمن نطاق المستوى العلوي الواحد؛ بمعنى أنه لا يمكن تسجيل ذات نطاق المستوى الثاني في نطاق المستوى العلوي ذاته من قبل أكثر من شخص، فلا يمكن تسجيل الاسم (xyz)على سبيل المثال من قبل شخصين في النطاق العلوي (.com)، وإن كان من الممكن تسجيله ضمن نطاق مستوى علوي آخر مثل (.net).

[1] Motague,A. and walsh,T. New gtld program offers opportunities at risk.baseline magazine, op.cit,p1

[2] Marinkovic,A. On domain names and trademarks,op.cit,p2

المبحث الثاني: الطبيعة القانونية لأسماء مواقع الإنترنت:

تعددت الآراء حول تحديد الطبيعة القانونية لأسماء مواقع الإنترنت لا سيّما في ظل غياب التنظيم القانوني لها، الأمر الذي أدى إلى تباين أحكام المحاكم تبعًا لاختلاف النظم القانونية التي تنطبق على النزاعات المتعلقة فيها، ونظرًا لما لتحديد طبيعة أسماء مواقع الإنترنت من أهمية في تحديد النظام القانوني الذي تخضع له وما يستتبعه من توحيد أحكام المحاكم فيها، سيتم بحثها من خلال دراسة قرارات المحاكم المختلفة في هذا الصدد وتحليلها وبحث مدى توافقها مع النصوص القانونية التي استندت لها المحاكم في إصدار قرارتها.

وقد انقسمت الآراء حول تحديد الطبيعة القانونية لأسماء مواقع الإنترنت إلى أقسام عدة، الأول يرى أن الحق فيها ناتج عن عقد خدمات، وآخر يرى أنه حقٌّ ناتج عن عقد ترخيص، في حين يرى آخرون أنه حق ملكية، وسنعرض كل ذلك على النحو الآتي.

المطلب الأول: اسم موقع الإنترنت نتاج عقد خدمات.

تتطلب دراسة هذا الرأي معرفة مضمونه، والوقوف على الانتقادات التي وجهت له وتحليلها وصولًا إلى تحديد مدى صحة تطبيقه على أسماء المواقع من عدمها، وهذا ما سيتم بحثه من خلال تناول مضمون هذه النظرية في الفرع الأول، والانتقادات التي وجّهت لها في الفرع الثاني.

الفرع الأول: مضمون نظرية عقد الخدمة.

يرى أنصار هذا الرأي[1] أن الحق في اسم موقع الإنترنت ناتج عن عقد خدمة بين المسجَّل وبين جهة التسجيل، وبذلك فإن هذا الحق في اسم الموقع لا يمكن أن ينشأ بشكل مستقل عن الخدمات التي تقدمها جهة التسجيل.

[1] Mohammad al ramhi"The legal nature of domain name rights"(2009)8(1)J.I.T.L,p84, found at "A name of thrones-Why domain name should now be a separate intellectual property right",p2.

ويستند أنصار هذا الرأي في ذلك إلى طريقة الحصول عليه (أي طريقة تسجيله)، التي تتم بتقديم طلب من المسجِّل إلى جهة التسجيل، التي تقوم بدورها بالتحقق من توافر اسم الموقع المطلوب، ومن ثم تقوم بتسجيله لصالح طالب التسجيل بعد دفع الرسم المقرر، وبذلك فإن عملية تسجيل اسم موقع الإنترنت ترتب التزامات تعاقدية (ناشئة عن اتفاقية التسجيل)على عاتق طرفي هذه العملية، وتتلخص بما يأتي:

أولًا: التزامات طالب التسجيل:

تجدر الإشارة إلى أنَّ الالتزامات المترتبة على عاتق طالب التسجيل تختلف باختلاف أمين السجل واتفاقية تسجيل اسم موقع الإنترنت المبرمة بين طرفي عملية التسجيل، إلا أن هناك بعض الالتزامات التي يمكن اعتبارها أساسية كونها تمثّل الحد الأدنى من الشروط التي يمكن أن تتضمنها اتفاقية التسجيل، وهي:

1. الالتزام بدفع رسم التسجيل والاستمرار بدفع رسوم التجديد لاحتفاظ مسجل اسم الموقع بحقه به، إذ إنّ إتمام عملية التسجيل والحصول على اسم الموقع المراد لا يعني ثبوت الحق به إلى ما لا نهاية؛ إذ إنّ هنالك أسبابًا عدّة قد يفقد بموجبها مسجل اسم الموقع الحق فيه، ويتفق عليها بموجب اتفاقية التسجيل، ومن ضمنها عدم الالتزام بدفع رسوم تجديد اسم الموقع؛ إذ يخطر أمين السجل المسجِّل بضرورة دفع رسم التجديد قبل انتهاء موعد التجديد، وتخلّفه عن ذلك خلال المهلة الممنوحة له من قبل أمين السجل يؤدي إلى شطب اسم الموقع.
2. التعهد باستخدام اسم الموقع دون الاعتداء على حقوق الآخرين، فقد يتشابه أو يتطابق اسم موقع الإنترنت مع علامة تجارية أو اسم تجاري أو حتى الاسم الشخصي لغير مسجله، ونظرًا لغياب نظام قانوني واضح يحدد من هو صاحب الحق في اسم الموقع في حال تعدد المطالبين به، وحرصًا على عدم تحمُّل ""الآيكان"" وجهة التسجيل لأي مسؤولية في حال تبيّن اعتداء اسم الموقع على حقوق

الآخرين، فإنَّ مسجل اسم الموقع يتعهد بموجب اتفاقية التسجيل بعدم الاعتداء على حقوق الآخرين.

3. الموافقة على الالتزام بالسياسة الموحدة لتسوية المنازعات(UDRP)، وهي عبارة عن سياسة معتمدة من قبل "الآيكان" لتسوية منازعات أسماء مواقع الإنترنت بالطرق البديلة؛ إذ إنّ جميع أمناء السجل المعتمدين ملزمون بأحكام السياسة الموحدة لتسوية المنازعات، ونتيجةً لذلك فإن جميع اتفاقيات التسجيل تتضمن بندًا يُلزم مسجل اسم الموقع بهذه السياسة في حال نشوء نزاع يتعلق بهذا الاسم[1].

ثانيًا: التزامات جهة التسجيل:

يقع على عاتق جهة التسجيل باعتبارها المرجع المختص بتسجيل أسماء مواقع الإنترنت مجموعة من الالتزامات تتمثل بما يأتي:

1. التحقق فيما إذا كان اسم الموقع المراد تسجيله متاحًا، وفي هذه الحالة يسجّل لصالح طالب التسجيل ويربط الاسم المطلوب برقم بوتوكول الإنترنت(IP) المقابل له.
2. تلتزم جهة التسجيل بتقديم خدماتها لمسجِّل اسم الموقع وتمكينه من استعماله طالما استمر في دفع الرسم[2].

وبذلك وحسب أنصار هذا الرأي فإن الحق في اسم الموقع ناتج عن عقد خدمة، وذلك لأن الحق فيه لا يمكن أن ينشأ مستقلًا عن الخدمات التي تقدمها جهة التسجيل، وهذه هي النتيجة التي توصلت إليها محكمة ولاية فيرجينا في حكمها الصادر بتاريخ 2000/4/21 بين شركة network solutions وشركة Umbro. وتتلخص وقائع هذه القضية بقيام شركة كندية بتسجيل اسم الموقع Umbro.com

[1] Dimitrov,G.(may 2001).intellectual property the internet and electronic commerce legal protection of domain names.in international conference on intellectual property,the internet electronic commerce and traditional knowledge, p3

[2] Nguyen, X. Cyberproperty and judicial dissonance: the trouble with domain name classifications,.george mason law review,10, p6

(إضافة إلى مجموعة أخرى من أسماء المواقع) لدىNSI:network solutions، وحاول بعد ذلك مسجِّل اسم النطاق ابتزاز شركة "أمبرو" مطالبًا بمبالغ مالية طائلة، إلا أن شركة "أمبرو" رفضت الانصياع لمطالبه وحاولت الحصول على حقها في اسم الموقع بالطريق القانوني، إضافة للتعويض عن الضرر نتيجة تسجيل اسم الموقع المقابل لاسم الشركة، وحصلت شركة "أمبرو" على حكم بالتعويض وسعت لتنفيذه ب الحجز على أسماء مواقع الإنترنت التي تملكها الشركة الكندية المعتدية والمسجلة لدى (NSI).

فقد اعتبرت المحكمة الابتدائية أنّ أسماء مواقع الإنترنت ممتلكات معنوية تصلح لأن تكون محلًا للحجز والتنفيذ، وأمرت(NSI) بإيداع أسماء مواقع الإنترنت لتباع بطريق المزاد.

إلاّ ان محكمة الاستئناف نقضت الحكم وتوصلت إلى أنّ اسم موقع الإنترنت يرتبط ارتباطًا وثيقًا بالخدمات التي تقدمها جهة التسجيل، ولا يمكن أن يوجد مستقلًا عن هذه الخدمات، ومن ثم فإنه نتاج عقد خدمة بين المسجِّل وجهة التسجيل ولا يصلح محلًا للتنفيذ[1].

الفرع الثاني: الانتقادات التي وجهت لنظرية عقد الخدمة.

انتقد التحليل الذي يعدّ اسم موقع الإنترنت ناتجًا عن عقد خدمة بأنه يتنافى مع القيمة المالية التي أصبحت تقدَّر بها أسماء مواقع الإنترنت؛ إذ لا يمكن أن يكون مصير موقع يقدّر بملايين الدولارات معلّقًا فقط على خدمات جهة التسجيل.

إضافة إلى ذلك نرى أنّ بعض عناصر الملكية يمكن الحصول عليها بذات الطريقة التي يتم فيها الحصول على اسم موقع الإنترنت، ومع ذلك لا تعد نتاج عقد خدمات وإنما تعد حق ملكية.

[1] Supreme court of Virginia ,Network solutions Inc. vs. Umbro international Inc,case No.991168,april.21.2000 ,retrieved from www.caselaw.findlaw.com ,visited June 15,2018

فعلى سبيل المثال تعد العلامة التجارية حقًا معنويًا ينتمي لحقوق الملكية الفكرية[1]، والحصول عليها يتطلب اتخاذ إجراءات مشابهة إلى حدٍ ما لتلك المتبّعة عند تسجيل اسم موقع الإنترنت، وهذا ما سيتم إثباته ببحث الالتزامات التي ترتبها عملية تسجيل العلامة التجارية على طرفي هذه العملية، و يمكن إجمالها بما يأتي:

أولًا: الالتزامات المترتبة على عاتق طالب تسجيل العلامة التجارية.

يقع على عاتق طالب تسجيل العلامة التجارية مجموعة من الالتزامات تتمثل بـ:

1. تقديم طلب تسجيل العلامة التجارية ودفع رسم التسجيل من قبل مقدم الطلب والاستمرار بدفع الرسوم السنوية للاحتفاظ بحقه فيها.
2. استعمال العلامة التجارية؛ إذ إنّ عدم استعمالها لفترة زمنية معينة (ثلاث سنوات كما حددتها اتفاقية تريبس) يؤدي إلى جعلها عرضةً للشطب، إلّا إذا ثبت أن عدم الاستعمال يعود لأسباب خارجة عن إرادة مالك العلامة [2].

ثانيًا: الالتزامات المترتبة على عاتق جهة التسجيل:

1. التحقق من عدم وجود علامة مشابهة أو مطابقة للعلامة المطلوب تسجيلها مسجلة للصنف ذاته وفي المنطقة الجغرافية ذاتها[3].
2. قيد العلامة التجارية في سجل العلامات التجارية بعد استيفاء الشروط والإجراءات القانونية، ومنح طالب التسجيل شهادة تسجيل العلامة التجارية التي تخوله حق استعمالها واستغلالها والاستئثار بها بالنسبة للصنف والمنطقة الجغرافية التي سجلت فيها.[4]

---

[1] خاطر، نوري حمد، (2010)، الملكية الصناعية دراسة مقارنة في القوانين الأردني والإماراتي والفرنسي،ط(2)،دار وائل للنشر،عمان،ص306

[2] المادة رقم (19) من اتفاقية تريبس –اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة لعام 1994.

[3] زين الدين، صلاح،2015، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، (ط1)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ص148.

[4] العطيات، مصطفى موسى، الجوانب القانونية لتعاملات التجارة الالكترونية حماية العلامة التجارية الكترونيا، ط (1)، دار وائل للنشر، عمان، ص 146.

وعلى الرغم أنّ الالتزامات المترتبة على طرفي عملية التسجيل تتشابه إلى حدٍ ما في كل من العلامة التجارية وأسماء مواقع الإنترنت، إلاّ أن الحق في العلامة التجارية لا يعدّ نتاج عقد خدمة وإنما هو حق معنوي ينتمي إلى حقوق الملكية الفكرية[1]، وقد يجادل بعضهم بأن العبرة في اعتبار الحق في اسم الموقع نتاج عقد خدمة بأن الحق فيه لا يمكن أن ينشأ دون تسجيله لدى جهة التسجيل، في حين أنّ الحق في العلامة التجارية ينشأ بالاستعمال وأنّ تسجيلها كاشفٌ للحق فيها وليس منشئًا له، ومن ثمّ ليس لتحديد طبيعة عملية تسجيل العلامة التجارية، فيما إذا كان عقد خدمة أم لا، أي دور في تحديد طبيعة الحق في العلامة، كون الحق فيها ابتداءً هو حق ملكية سابق على عملية التسجيل، مما ينبني عليه أن اعتبارها حق ملكية وليست نتاج عقد خدمة من الأمور المسلّم بها.

إلا أننا نرى أنّ هذا الأمر لا يمكن تعميمه؛ إذ إنّ طبيعة تسجيل العلامة التجارية هو بذاته محل خلاف، وقد تعددت النظم القانونية بشأنه؛ إذ عدّ بعضها تسجيل العلامة التجارية كاشفًا للحق فيها، الذي ينشأ بالاستعمال بغض النظر عن التسجيل[2]. وعدّت نظم أخرى تسجيل العلامة التجارية منشئًا للحق فيها بغض النظر عن الاستعمال، كالنظام الألماني والمطبق في بعض الدول العربية مثل لبنان[3].

وبتفسير النظام الأخير فإنَّ الحق في العلامة التجارية لا يمكن أن ينشأ مستقلًا عن الخدمات التي تقدمها جهة التسجيل (تمامًا كما هو الحال في أسماء مواقع الإنترنت) ومع ذلك فإنه لا يعدّ نتاج عقد خدمة وإنما حق ملكية.

[1] الشواورة، نسيم خالد، (2017)، العلامة التجارية وحمايتها من أعمال المنافسة غير المشروعة، ط (1)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان،ص95.

[2] العطيات، مصطفى موسى، الجوانب القانونية لتعاملات التجارة الالكترونية - حماية العلامة التجارية إلكترونيا، مرجع سابق، ص 164.

[3] زين الدين، صلاح، (2015)، العلامات التجارية وطنيًا ودوليًا، (ط3)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ص129.

ومن ثم ومما سبق تقديمه فإننا نجد أن نظرية عقد الخدمة لا تنطبق على طبيعة الحق في اسم موقع الإنترنت كونها تتنافى مع قيمته المالية، إضافة إلى ما تم إثباته من تنظيم بعض العناصر المشابهة لاسم موقع الإنترنت على أنها حق ملكية وليست عقد خدمة، الأمر الذي يتطلب البحث عن نظرية أخرى لتحديد طبيعة أسماء مواقع الإنترنت.

المطلب الثاني: الحق في اسم موقع الإنترنت نتاج عقد ترخيص.

ستتم دراسة هذا الرأي ببحث مضمونه، والانتقادات التي وجهت له، ومدى انطباقه على أسماء مواقع الإنترنت؛ إذ سنبين مضمون هذه النظرية في الفرع الأول، والانتقادات التي وجهت إليها في الفرع الثاني.

الفرع الأول: مضمون نظرية عقد الترخيص.

يرى أنصار هذا الرأي[1]أن الحق في اسم موقع الإنترنت هو حق ناتج عن عقد ترخيص؛ إذ تُرخِّص جهة التسجيل للمسجّل باستعمال اسم الموقع فقط، دون اعتباره مالكًا له، ويستند أنصار هذا الرأي في ذلك إلى أنّ نقل ملكية اسم موقع الإنترنت لا تتم بين مسجِّل اسم الموقع والمشتري بطريق مباشر، بل لابد من إبرام عقد تسجيل جديد بين المشتري وجهة التسجيل[2]، مما يدلّ على أنّ مسجِّل اسم موقع الإنترنت لا يتمتع بحق ملكية يخوله حق التصرف فيه، بل يتمتع بحق انتفاع بموجب عقد ترخيص فيما بينه وبين جهة التسجيل.

ويعرَّف عقد الترخيص الذي يعد من تطبيقات عقد الإيجار[3] بأنّه :"تمكين مالك الشيء (المرخِّص) الغير من استعماله لفترة زمنية محددة، وفق شروط معينة في عقد الترخيص لقاء بدل يدفعه المرخَص له"[4].

[1] Conrad ,supra note 6 ,at 429-30 ,found at " cyber property and judicial dissonance ,p5"

[2] Marinkovic,A. On domain names and trademarks,op.cit,p7

[3]خاطر، نوري، الملكية الصناعية دراسة مقارنة في القوانين الأردني والإماراتي والفرنسي، مرجع سابق، ص331.

[4]القليوبي، سميحة، (2013)، الملكية الصناعية، ط(9)،دار النهضة العربية،القاهرة،ص263

وبتطبيق هذا التعريف على تسجيل اسم موقع الإنترنت، فإنَّ جهة التسجيل ستكون المرخِّص، وهي التي تمكِّن مسجِّل اسم الموقع (المرخَص له) من الانتفاع به واستغلالهاه لفترة زمنية محددة في عقد الترخيص (اتفاقية التسجيل) لقاء التزام المسجِّل (المرخَص له) بدفع رسم التسجيل الذي يمثل المقابل للمنفعة التي يحصل عليها.

الفرع الثاني: الانتقادات التي وجهت لنظرية عقد الترخيص:

انتقدت نظرية عقد الترخيص كون تطبيقها يفترض أن جهة التسجيل (المرخِّص) مالكة لاسم الموقع للقول بإمكانية قيامها بالترخيص للغير باستعماله، ولكن هذا الأمر يتنافى مع حقيقة أنّ اسم الموقع ينشأ بتسجيله، وأن اسم الموقع لا يوجد قبل هذا التسجيل، ومن ثمّ فمن غير المتصور أن تكون جهة التسجيل مالكة لشيء لم يُخلق بعد[1].

إضافة إلى ذلك فإننا نرى أن اشتراط إبرام عقد جديد بين مشتري اسم الموقع وجهة التسجيل قد يكون لأغراض شكلية أو تنظيمية فقط وذلك لضمان صحة البيانات المتعلقة باسم الموقع في حال انتقال ملكيته للغير، وضمان عدم وجود بيانات خاطئة تؤدي إلى ضياع حقوق المتضررين من اسم الموقع لعدم تمكّنهم من تحديد مالكه الفعلي.

ومن ثمّ فإنّ نظرية عقد الترخيص لم تُفلح أيضًا في تحديد الطبيعة القانونية لاسم موقع الإنترنت، ما يستدعي بحث النظرية الأخيرة، وهي نظرية حق الملكية.

المطلب الثالث: نظرية حق الملكية.

نظرًا لعدم تمكّن النظريات السابقة من تحديد الطبيعة القانونية لأسماء مواقع الإنترنت، اتجهت المساعي لبحث مدى إمكانية اعتبار اسم موقع الإنترنت حق ملكية، وسيتم بحث هذه النظرية من خلال دراسة مضمونها في الفرع الأول والانتقادات التي وجهت إليها في الفرع الثاني، وذلك كما يأتي:

[1] Nguyen,X. Cyberproperty and judicial dissonance: the trouble with domain name classifications , op.cit , p5

الفرع الأول: مضمون نظرية حق الملكية:

يرى أنصار هذا الرأي[1] أنّ الحق في اسم موقع الإنترنت عبارة عن حق ملكية، استنادًا إلى السلطات التي يخولها تسجيل اسم موقع الإنترنت لمسجّله والتي تتشابه مع عناصر حق الملكية.

ولبحث هذه النظرية لا بد من تعريف حق الملكية وبيان عناصره للتحقق من مدى تماشيه مع الحق في اسم موقع الإنترنت.

أولًا: تعريف حق الملكية وعناصره:

يعرّف حق الملكية بأنه "سلطة المالك في التصرف في ملكه تصرفًا مطلقًا، عينًا ومنفعةً واستغلالًا "[2]

ومن التعريف يمكن أن نستخلص عناصر حق الملكية المتمثلة بـ:

1. حق الاستئثار في الشيء المملوك.

فيحق لمالك الشيء الاستئثار به ومنع الغير من استعماله أو الانتفاع به بأي شكل من الأشكال.

2. حقّ التصرف.

يحق لمالك الشيء التصرف به بأي طريقة يشاء سواء بنقل ملكيته بعوض (كالبيع) أو دون عوض (كالهبة) كما ان له الحق في إتلافه [3]

3. حق الاستغلال واستعمال الشيء المملوك.

---

[1] Albustanji,H.(2016).Domain name protection under Jordanian legal system,lambert academic publishing. Also see Wood,L.(2014).A name of thrones-why domain name should now be a separate intellectual property right.

[2] المادة (1018) من القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة (1976) المنشور في الجريدة الرسمية عدد (2645) تاريخ (1976/8/1).

[3] السنهوري، عبد الرزاق حمد، (2000).الوسيط في شرح القانون المدني الجديد حق الملكية، ط(3)،منشورات الحلبي، بيروت، ص479

فيحق لمالك الشيء استغلاله واستعماله بأي طريقةٍ يشاء سواء بنفسه أم بواسطة الغير من خلال الترخيص باستعماله [1].

ثانيًا: تطبيق عناصر حق الملكية على أسماء مواقع الإنترنت:

بإسقاط عناصر حق الملكية على أسماء مواقع الإنترنت نجد أنَّ مسجِّل اسم الموقع له:

1. الاستئثار باسم موقع الإنترنت؛ إذ توصلنا إلى عدم جواز تسجيل ذات الاسم من قبل أكثر من جهة، فلا يجوز أن يتكرر اسم النطاق من المستوى الثاني ذاته في نطاق المستوى العلوي ذاتها.

2. استعمال اسم الموقع واستغلاله عن طريق إنشاء صفحة إنترنت تحمل هذا الاسم وتمكين مستخدمي الإنترنت من الوصول إليها.

3. التصرف في اسم الموقع؛ إذ يحق لمسجّل اسم الموقع نقل ملكيته بغض النظر عن الطريقة التي يتم بموجبها نقل هذه الملكية من حيث اشتراط إعادة تسجيل المشتري اسم الموقع باسمه بموجب اتفاقية تسجيل جديدة مع جهة التسجيل؛ إذ إنّ هذا الأمر لا ينفي حق مالك اسم الموقع في نقل ملكيته[2].

وبذلك نتوصل إلى أن تسجيل اسم موقع الإنترنت يخوّل المسجّل التمتع بعناصر حق الملكية المتمثلة بالحق في الاستئثار به واستغلاله والتصرف فيه، وهذه هي النتيجة التي توصلت إليها محكمة ولاية "مينيسوتا" في حكمها الصادر بتاريخ 2016/3/23 في القضية بين systematic Rain inc. و Sprinkler warehouse inc. ؛ إذ رفعت المدعية شركة (Sprinkler) دعوى بمواجهة المشتكى عليها شركة systematic وذلك لاعتدائها على مواد محمية بموجب قانون حق المؤلف والمتمثلة بموقع الإنترنت واسم هذا الموقع العائد للمدعية، وحصلت الأخيرة على حكم بالتعويض وسعت لتنفيذه بالحجز

[1] السنهوري، عبد الرزاق حمد، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد حق الملكية، مرجع سابق، ص479.

[2] Marinkovic,A.On domain names and trademarks,op.cit,p7

على أسماء المواقع العائدة للجهة المشتكى عليها، ودافعت الأخيرة بأن أسماء مواقع الإنترنت ليست ممتلكات ولا تصلح محلًا للتنفيذ، وبهذا قضت المحكمة الابتدائية.

إلاّ أن محكمة الاستئناف نقضت الحكم واعتبرت أن أسماء مواقع الإنترنت لها قيمة مادية وقابلة للتنفيذ وأن التنفيذ عليها يتم بعرضها للبيع في المزاد العلني واستيفاء المحكوم له حقه من الثمن[1]، وبذلك فإن محكمة ولاية مينيسوتا قد اعترفت في قرارها بأن اسم موقع الإنترنت عبارة عن حق ملكية يصلح محلًا للتنفيذ.

ونرى أن ما توصلت له محكمة الاستئناف الأقرب للصواب، كون أسماء مواقع الإنترنت تتمتع بقيمة مادية يمكن تقديرها، ومن ثمّ يمكن بيعها والتنفيذ عليها.

الفرع الثاني: الطبيعة المعنوية للحق في اسم موقع الإنترنت:

قد يرد حق الملكية على شيء مادي (ملكية العقار أو المنقول) كما قد يرد على شيء غير مادي (معنوي) كحقوق الملكية الفكرية، الأمر الذي يتطلب الوقوف على الخصائص العامة للحق في اسم موقع الإنترنت لتحديد فيما إذا كان ينتمي لفئة الحقوق المادية أم المعنوية، وذلك على النحو الآتي:

يعرّف الشيء غير المادي بأنه "الشيء من نتاج الذهن الذي لا يدرك بالحس وإنما يدرك بالفكر". [2]

وحيث إنّ اسم موقع الإنترنت يعد شيء معنويًا غير محسوس ومن نتاج الذهن، فإنه بذلك ينتمي للحقوق المعنوية كحقوق الملكية الفكرية، وتتلخص الخواص العامة لحقوق الملكية الفكرية بـ:

1. جميع حقوق الملكية الفكرية عبارة عن حقوق معنوية ترد على أشياء غير مادية.
2. جميع حقوق الملكية الفكرية تقوم على أساس المنافسة؛ إذ إنّ الهدف من تنظيمها تشجيع المنافسة المشروعة.

---

[1] Minnesota supreme court,sprinkler warehouse inc. vs. systematic rain inc.,case No.(A14-1121),march.23.2016, retrieved from www.law.justia.com,visited july 19,2018

[2] السنهوري، عبد الرزاق حمد، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، حق الملكية، مرجع سابق، ص275.

3. الهدف من حماية حقوق الملكية الفكرية هو حماية صاحب الفكرة أو الاختراع في مجال الملكية الصناعية والأدبية، وبالنسبة للملكية التجارية فالهدف من تنظيمها وحمايتها هو تشجيع المنافسة وتحقيق العدالة بعدم السماح لغير مالك هذه الحقوق باستعمالها.[1]

وبتطبيق هذه العناصر على أسماء مواقع الإنترنت، فإنّ الهدف من تنظيم هذه الأسماء هو تشجيع المنافسة وتحقيق العدالة، لا سيّما بتزايد القيمة المالية لها ودورها في تمييز السلع والخدمات[2]، الأمر الذي يؤكد انتماء اسم موقع الإنترنت إلى حقوق الملكيّة الفكريّة التي حددتها اتفاقية "تريبس" في الفقرة الثانية من المادة الأولى منها؛ إذ جاء فيها أنّ اصطلاح الملكيّة الفكريّة يعني "جميع فئات الملكيّة الفكريّة المنصوص عليها في الأقسام من (1) إلى (7) من الجزء الثاني"، وهذه الأقسام هي:

1. حق المؤلف والحقوق المتعلقة به " الحقوق المجاورة لحق المؤلف".
2. العلامات التجاريّة.
3. المؤشرات الجغرافيّة.
4. التصميمات الصناعيّة.
5. براءة الاختراع.
6. التصميمات التخطيطيّة للدوائر المتكاملة.
7. حماية المعلومات السريّة.

وبذلك فإن أسماء مواقع الإنترنت لا تعد من عناصر الملكية الفكرية المنظمة كحقل مستقل بموجب اتفاقية "تريبس"، ولكن هل يعني هذا إمكانية حمايتها تحت مظلة أحد فروع الملكية الفكرية القائمة؟ هذا ما سيتم بحثه من خلال الفرع الآتي.

[1] القليوبي، سميحة، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص 12.

[2] Marinkovic,A.On domain names and trademarks,op.cit,p6

الفرع الثالث: انتماء اسم موقع الإنترنت لعناصر حق الملكية القائمة:

تتجه غالبية الدول إلى تطبيق أحكام قانون العلامات التجارية على أسماء مواقع الإنترنت نظرًا لغياب التنظيم القانوني لها[1] ببحث وجود تطابق أو تشابه بين العلامة التجارية واسم الموقع على نحو يمكن أن يؤدي إلى تضليل الجمهور[2]؛ وذلك كون العلامات التجارية الفرع الأقرب من فروع الملكية الفكرية لاسم موقع الإنترنت، فهي تعد معرّفًا بالسلع والخدمات في الوقت الذي يعتبر فيه اسم الموقع أيضًا معرّفًا بالموقع أو بمحتوى الموقع، فمن غير المنطقي تطبيق أحكام حق المؤلف على اسم موقع الإنترنت لافتقاده شرطًا أساسيًا من شروط حق المؤلف، ألا وهو الإبداع والابتكار؛ إذ يقوم حق المؤلف على حماية الأفكار الابداعية التي تبرز فيها شخصية المؤلف و تُفتقد في مجال أسماء مواقع الإنترنت؛ إذ إنّ غالبية أسماء مواقع الإنترنت عبارة عن ألفاظ عامة تفتقر للابتكار، ولكن يجب عدم الخلط بين اسم الموقع والموقع ذاته؛ إذ يُحمى محتوى الموقع من منشورات مختلفة سواء مصنفات أدبية فنية أم غيرها مما تنطبق عليه شروط حق المؤلف بموجب قانون حق المؤلف متى انطبقت عليها شروطه[3]. وكذلك الأمر من الصعب تقريب أسماء مواقع الإنترنت من الملكية الصناعيّة لافتقارها شرط الفكرة المبتكرة والتطبيق الصناعي بالنسبة لبراءة الاختراع، وكونها لا تعد رسمًا أو نموذجًا صناعيًا بالنسبة للرسوم والنماذج الصناعية، الأمر الذي دفع المحاكم في ظل غياب التنظيم القانوني لأسماء مواقع الإنترنت إلى تطبيق أحكام العلامات التجارية عليها نظرًا لكونه أقرب عناصر الملكية الفكريّة لها، وسنبحث أوجه الشبه والاختلاف بين العلامة التجارية واسم موقع الإنترنت على النحو الآتي:

---

[1] Jacqueline,D.(2010).Bad faith in cyberspace:grounding domain name theory in trademark,property,and restution. harvard journal for law and technology, 23(2), p451

[2] انظر قرار محكمة بداية حقوق عمان، رقم (1771)، لعام 2011، تاريخ 2011/6/28، منشورات قسطاس، انظر، أيضًا، قرار محكمة استئناف عمان رقم (23600)، لعام 2011، تاريخ2011/8/23، منشورات قسطاس.

[3] حوى، فاتن حسين، (2014)، المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية، ط (2)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ص82.

أولا: التعريف العام بالعلامة التجارية:

تعرّف العلامة التجارية أنّها " أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره ".[1]

تخوّل العلامة التجارية مالكها الحق في الاستئثار بها ومنع الغير من استخدام علامة مماثلة أو مشابهة لها في الأعمال التجارية بالنسبة للصنف ذاته والمنطقة الجغرافية المسجلة بها العلامة التجارية ذاتها، على نحو يمكن أن يؤدي إلى تضليل الجمهور[2].

وتخوّل العلامة التجارية مالكها، أيضًا، الحق في استعمالها لتمييز السلع والمنتجات التي يملكها، والخدمات التي يقدمها، والترخيص باستعمالها والتنازل عنها.[3]

وسبق أن عرّفنا اسم موقع الإنترنت بأنه اسم يستخدم للدلالة على عنوان بروتوكول الإنترنت الخاص في موقع إنترنت معيّن، يعمل على تسهيل الوصول للمواقع المختلفة على الشبكة، ويسهم في عملية الترويج والتسويق للسلع والخدمات التي تقدمها تلك المواقع.

يتبين بالنظر إلى التعريف العام بأسماء مواقع الإنترنت والعلامات التجارية وجود نقاط تشابه واختلاف فيما بينهما، وذلك على نحو الآتي:

ثانيًا: أوجه التشابه بين العلامة التجارية واسم موقع الإنترنت:

يتشابه اسم موقع الإنترنت والعلامة التجارية في نواحٍ عدة، هي:

1. وظيفة العلامة التجارية تتمثل بتمييز السلع والمنتجات والخدمات التي تحمل العلامة من غيرها، وتحديد مصدرها، وتقليل التكلفة وعناء البحث عن السلع والمنتجات التي يرغب بها المستهلك[1].

[1] المادة (2) من قانون العلامات التجارية الأردني، رقم (33) سنة (1952) وتعديلاته المنشور في الجريدة الرسمية عدد (1110) صفحة (243)، تاريخ 1952/6/1..

[2] المادة رقم (16) من اتفاقية تريبس.

[3] المادة رقم (21) من اتفاقية تريبس.

وكذلك الأمر بالنسبة لاسم موقع الإنترنت؛ إذ إنّه يحل محل رقم بروتوكول الإنترنت(Ip adress)، ما يسهل عملية الوصول إلى الموقع الذي يرغب به المستخدم؛ إذ إنّكل جهاز حاسوب مرتبط مع شبكة الإنترنت له رقم بروتوكول (IP adress) خاص به، وهو عبارة عن معرّف رقميّ للجهاز، ويتألف رقم البروتوكول من مجموعة من أربعه أرقام يفصل بين كل منها نقطه[2]، فعلى سبيل المثال رقم البروتوكول الخاص بموقع google.com هو (72.14.207.991)[3]، وبذلك فإن نظام أسماء مواقع الإنترنت سهّل الوصول للمواقع المختلفة بالاستعاضة عن هذه الأرقام بأحرف لاتينية.

إضافةً إلى ذلك، فإنه يلعب دورًا بارزًا في الوصول إلى السلع والخدمات وتحديد مصدرها، وبذلك فإن دوره لا يقتصر على الأعمال التقانيّة فحسب، وإنما يتجاوز ذلك ليصبح معرّفًا فرديًا بمواقع الإنترنت وما تحتويه من سلع وخدمات وغيرها.[4]

2. تعدّ العلامة التجارية، بالنسبة لأصحاب السلع والخدمات، وسيلة للتسويق والترويج بارتباط هذه السلع والخدمات في أذهان المستهلكين مع العلامة التجارية التي تحملها، وكذلك تحقيق الثقة لديهم بجودة المنتجات التي تحمل علامة تجارية معينة أصبحت معروفه لهم[5].

وكذلك الأمر بالنسبة لاسم موقع الإنترنت، فإنه أصبح يشكّل وسيلة لتسويق السلع والخدمات وترويجها بالطرق الإلكترونية وعلى نطاق عالمي، ويسهم في إيجاد ثقة مستخدمي الإنترنت بجودة السلع والخدمات التي يمكن أن يجدوها على الموقع الذي يروّج لها[6].

---

[1] القليوبي، سميحة، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص488.

[2] Randall,N(16/1/2001).Choosing a domain name register.op.cit,p90.

[3] www.google.com.uk,visited march 17.2018

[4] wood,L A name of thrones-why domain name should now be a separate intellectual property right,op.cit,p3

[5] زين الدين، صلاح، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص116.

[6] القليوبي، سميحة، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص489.

ثالثًا: أوجه الاختلاف بين اسم الموقع والعلامة التجارية.

تختلف أسماء مواقع الإنترنت عن العلامات التجارية في نواحٍ عدة، هي:

1. يشترط لحماية العلامة التجارية أن تكون هذه العلامة قادرة على تمييز السلع والخدمات التي تمثلها، ويترتب على ذلك أن الألفاظ العامة والوصفية لا تحمى باعتبارها علامة تجارية لفقدها أحد الشروط الأساسية للعلامات التجارية؛ وهي التميّز والانفرادية.

ومسوّغ عدم حماية الألفاظ العامة والوصفية هو الحرص على عدم احتكار هذه الألفاظ –التي يجب أن تكون متاحة للجميع– من قبل أشخاص معينين ومنحهم سلطة منع غيرهم من استعمالها.[1]

ويستثنى من ذلك الألفاظ العامة أو الوصفية التي أدى استخدامها لمدة طويلة إلى ارتباطها بذهن الجمهور بالمنتج أو السلعة التي تمثلها، ومن الأمثلة على ذلك العلامة التجارية(lux)[2].

أما بالنسبة لاسم موقع الإنترنت فليس هناك شروط معينه للألفاظ المستخدمة به، بل على العكس فإن الألفاظ العامة سهلة التذكر لها قيمه أكبر في هذا القطاع؛ لأنّها تسهّل عملية البحث على الإنترنت وتحقق زيارات أكبر للموقع الذي يحمل اسمًا عامًا، فعلى سبيل المثال من يرغب بالوصول إلى موقع لبيع السيارات وليس لديه اسم موقع محدد قد يقوم بالبحث عن موقع (carsforsale.com)، وبذلك سيزيد عدد الأشخاص الواصلين عن طريق التكّهن إلى هذا الموقع مقارنة بالمواقع الأخرى التي لا تحمل اسمًا عامًا يرتبط بالسلع والخدمات التي يقدمها، الأمر الذي سيحقق فائدة بالنسبة لمالكه بالترويج والتسويق لموقعه بشكل عام، وللسلع والخدمات التي يقدمها بشكل خاص.[3]

---

[1] Brooks,A. The cautious interplay between trademarks and internet domain names.illinois bar journal,88(74),p3

[2] زين الدين، صلاح، العلامات التجارية وطنيًا ودوليًا، مرجع سابق، ص93.

[3] Nguyen,X. Cyberproperty and judicial dissonance: the trouble with domain name classifications,op.cit,p17

ونرى أن الغاية من عدم جواز تسجيل العلامة التجارية العامة أو الوصفية–وهي الحيلولة دون احتكار الألفاظ العامة كما سبق الإشارة إليه–غير متحققة في مجال أسماء مواقع الإنترنت، وذلك لأنه ما إن يسجّل اسم الموقع، بغض النظر عن ماهيته سواء كان لفظًا عامًا أم غيره، سيمتنع على أي شخص أو كيان آخر تسجيله، أي أنه يُحتكر تلقائيًّا، ولكن إذا أُجري أي تغيير على اسم الموقع ولو بحرف واحد، فليس هناك ما يمنع تسجيله.

2. تخضع العلامة التجارية قبل تسجيلها إلى إجراءات فحص موضوعيّ للتحقق من توافر الشروط القانونية المطلوبة فيها، أي للتحقق من توافر صفة العلامة الفارقة والجدة ومشروعية العلامة التجارية[1].في حين لا يخضع اسم موقع الإنترنت (باستثناء امتداد النطاق العلوي الجديد)[2] لإجراءات فحص موضوعي؛ إذ لا يشترط فيه سوى ألّا يكون مسجلًا مسبقًا في نطاق المستوى العلوي ذاته طبقًا لقاعدة "من يأتي أولًا يُخدم أولًا: a" first come,first served"[3] فمتى كان الاسم المطلوب متاحًا يُسجَّل دون قيد أو شرط، وبإمكان طالب التسجيل اختيار ما يشاء من الألفاظ المتاحة، حتى أن جهة التسجيل و"الآيكان" لا تتحمل أية مسؤولية في حال كان الاسم المراد تسجيله ينتهك حقوق صاحب علامة تجارية[4].

3. الحماية الإقليميّة للعلامة التجاريّة.

الأصل أن حماية العلامة التجارية ليست مطلقة، بل تقتصر على الإقليم الذي سجلت به والصنف الذي تنتمي له، حيث أن مالك العلامة التجارية لا يملك احتكارها سوى بالمنطقة الجغرافية التي قام بتسجيلها فيها، وفي ذات الصنف التي سُجِّلت به[5]،ما

[1] Mainkovic,A. On domain names and trademarks ,op.cit,p6

[2] يمرّ تسجيل اسم النطاق العلوي الجديد (New gtld) بإجراءات أكثر تعقيدًا من تلك المتعلقة بتسجيل نطاق المستوى الثاني (sld) من خلال مروره بمراحل متعددة تبدأ بتقديم طلب التسجيل وفحصه والإعلان عنه والاعتراض عليه ومن ثم منح التفويض بتسجيل النطاق العلوي|

http:// www.newgltds.icann.org.en/applicants/agb.visited may 17,2018

[3] Nguye,X.op.cit,p2

[4] Mullineaux,M. and jakubik,M.(2000).Focus:development in domain name registration and litigation. journal of internet law , 3(12),p17.

[5]الشواورة، نسيم خالد، العلامة التجارية وحمايتها من أعمال المنافسة غير المشروعة، مرجع سابق،ص102.

لم تكن العلامة التجارية مشهورة والتي تتمتع بحماية خارج حدود الإقليم الذي سجلت به، وفق أحكام اتفاقية باريس [1].

في حين، ما إنْ يسجّل اسم موقع الإنترنت فإنه سيمتنع على أي جهة أو كيان آخر في أي مكان في العالم تسجيله، أي أن اسم موقع الإنترنت يتمتع بحماية مطلقة على خلاف العلامة التجارية التي تتمتع بحماية إقليمية مقيّدة بصنف ومنطقة جغرافيّة.

4. يقترن احتفاظ مالك العلامة التجارية بحقه بها بالاستعمال؛ بمعنى أن عدم استعمال العلامة لمدّة معينة سيجعلها عرضةً للشطب. فعلى مستوى التشريع الأردني إن عدم استعمال العلامة التجارية لمدة(3) سنوات سيؤدي إلى شطبها، إلا إذا أثبت مالك العلامة التجارية أن عدم الاستعمال يعود لأسباب خارجة عن إرادته[2].

على خلاف الأمر بالنسبة لأسماء مواقع الإنترنت، فليس هناك ما يلزم مسجِّل اسم الموقع على استعماله، فقد يسجّل من قبل شخص معين دون أن يستخدمه طوال حياته، وهذا الأمر قد يكون العامل الرئيس للنزاعات بين أسماء مواقع الإنترنت والعلامات التجاريّة؛ إذ إنّ السماح بتسجيل أسماء المواقع دون اشتراط استخدامها، يعد بمثابة تخفيف من شروط التسجيل، ومن ثمّ سيزيد من عدد الأسماء المسجلّة من قبل غير مالكي العلامات التجارية، ما سيضطر أصحاب العلامات التجارية إلى المحاربة للحصول على اسم الموقع المقابل لعلامتهم في حال وجد مُسجّلا من قبل شخص غير مالك للعلامة التجارية وليس لديه أية مصلحة أو نيّة في استخدام الموقع الذي يحمل العلامة التجارية اسمًا له.

5. العلامات التجارية لا تكون إلاّ لأغراض تجارية، في حين قد يكون الغرض من اسم موقع الإنترنت تجاريًا، وقد يكون مجرد عنوان لصفحة على الإنترنت لا تهدف إلى ممارسة أي نشاط تجاري كبيع السلع أو تقديم خدمات[3].

---

[1] المادة رقم 6/ثانيًا من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لعام 1883.

[2] المادة (22) من قانون العلامات التجارية الأردني.

[3] wood,L. A name of thrones-why domain name should now be a separate intellectual property right,op.cit,p3

وبذلك فإننا نرى وبعد عرض أوجه الشبه والاختلاف بين أسماء مواقع الإنترنت والعلامة التجارية أنه من الممكن النظر إلى كليهما بوصفهما مبرراتٍ للاعتراف باسم موقع الإنترنت بوصفه حقلًا مستقلًا من حقول الملكيّة الفكريّة؛ إذ إنّ أوجه الشبه المتمثلة بطبيعة كل منهما كحقوق معنوية، ووظيفة كل منهما، والهدف من الحماية المتمثل بتسهيل الوصول للسلع والخدمات وتحديد مصدرها وتشجيع المنافسة، تدل على إمكانية حمايتها تحت مظلّة حقوق الملكيّة الفكريّة العامة، وأن أوجه الاختلاف المتمثلة بشروط حماية كل منهما ونطاقه تدل على عدم إمكانية حماية أسماء مواقع الإنترنت تحت مظلة قانون العلامات التجاريّة –الذي يعد الحقل الأقرب من حقول الملكية الفكرية إلى أسماء مواقع الإنترنت– الأمر الذي يستدعي الاعتراف بأسماء مواقع الإنترنت بوصفها حقلًا مستقلًا من حقول الملكية الفكرية، ويستلزم إنشاء قانون خاص لتنظيمها.

ونظرًا للطبيعة العالمية لأسماء مواقع الإنترنت المستمدة من عالمية الإنترنت فإنه يجب وضع إطار عام لتنظيمها على المستوى الدولي، وذلك لتوحيد الأحكام العامة المتعلقة بها مع مراعاة المسائل التفصيلية التي يُترَك للدول تنظيمها بما يتوافق مع أنظمتها وقوانينها الداخلية. و هذا لا يتحقق إلاّ بإبرام اتفاقية دولية متعلقة بأسماء مواقع الإنترنت تضع الأطر العامة لها، وإن المنظمة الأقدر على المبادرة باتخاذ هذه الخطوة هي المنظمة العالميّة للملكيّة الفكريّة (الوايبو) باعتبار أن تشجيع إبرام الاتفاقيات الدوليّة المتعلقة بحقوق الملكيّة الفكريّة من الواجبات الملقاة على عاتقها بموجب المادة(4) من اتفاقيّة إنشاء المنظمة العالمية للملكيّة الفكريّة التي نصت على واجبات المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ومن ضمنها "تشجيع إبرام الاتفاقيات الدولية التي تهدف إلى تدعيم حماية الملكية الفكرية"، فضلًا عن واجبها في اتخاذ الإجراءات اللازمة لتوفير الحماية الفعّالة للملكيّة الفكريّة في جميع أنحاء العالم وتنسيق التشريعات الوطنية في هذا المجال[1].

[1] المادة (1/4) والمادة (4/4) من اتفاقية (الويبو) إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية لعام (1967).

الخاتمة:

بالوصول إلى نهاية هذه الدراسة التي عرّفت فيها بأسماء مواقع الإنترنت بشكل مفصل من حيث مفهومها وتقسيماتها، والطبيعة القانونية لها، والنظريات المختلفة التي وضعت بغية الوقوف على حقيقتها، وصلنا إلى النتائج والتوصيات الآتية:

أولًا: النتائج

1. لم تتضمن السياسة الموحدة لأسماء مواقع الإنترنت تعريفًا لها، إلا أنه يمكن تعريفه أنه:" اسم يستخدم للدلالة على عنوان برتوكول الإنترنت الخاص في موقع إنترنت معيّن، يعمل على تسهيل الوصول للمواقع المختلفة على الشبكة، ويسهم في عملية الترويج والتسويق للسلع والخدمات التي تقدمها تلك المواقع".
2. لم تتضمن التشريعات الوطنية ولا السياسة الموحدة تحديد الطبيعة القانونية لأسماء مواقع الإنترنت فيما إذا كانت تشكل عقد خدمة أو عقد ترخيص أو حق ملكية مستقل أم أنه ينتمي لحقول الملكية الفكرية الموحدة، ووصلنا بالنتيجة إلى أنها تعدّ حقلًا مستقلًا من حقول الملكية الفكرية لعدم انطباق أيّ من النظريات السابقة عليها، وبذلك لا يتبقى أي خيار سوى تنظيمها بوصفها حقلًا مستقلًا من حقول الملكيّة الفكريّة.
3. تختلف العلامة التجارية عن اسم الموقع من حيث اشتراط الصفة الفارقة في العلامة التجاريّة، والحماية الإقليمية لها واقتصارها على السلع والمنتجات التي سجلت لها، واقتران الاحتفاظ بالحق فيها بالاستعمال، وخضوع العلامة التجاريّة قبل تسجيلها إلى إجراءات فحص موضوعيّ.
4. تتشابه العلامة التجارية واسم الموقع من حيث وظيفة كل منهما المتمثلة بتمييز السلع والمنتجات والخدمات التي تحمل العلامة من غيرها وتحديد مصدرها. وبالنسبة لاسم الموقع فإنه يلعب دورًا بارزًا في الوصول للسلع والخدمات وتحديد مصدرها، كما يلعب كل منهما دورًا بارزًا في التسويق والترويج للسلع والخدمات.

ثانيًا: التوصيات:

في سبيل تحقيق حماية أفضل لأسماء مواقع الإنترنت بموجب القوانين الوطنية والسياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء مواقع الإنترنت فإننا نوصي بما يأتي:

1. إبرام اتفاقية دوليّة خاصة بأسماء مواقع الإنترنت تضع الأطر العامة لأسماء المواقع تلتزم الدول الأعضاء بموجبها بالتنظيم الداخلي لأسماء مواقع الإنترنت بإصدار قوانين وطنية خاصة بأسماء المواقع.
2. وضع قواعد قانونيّة دوليّة خاصة لتحديد القانون الواجب التطبيق على المنازعات الإلكترونية عامةً والمنازعات المتعلقة بأسماء مواقع الإنترنت خاصةً.
3. الاعتراف بأسماء مواقع الإنترنت بوصفها حقلًا مستقلًا من حقول الملكيّة الفكريّة وتنظيمها تبعًا لذلك في قانون مستقل عوضًا عن تطبيق أحكام العلامات التجاريّة عليها.

المراجع:

أولا: الكتب:

أ)المؤلفات باللغة العربية:

1. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، ط(9)،دار النهضة العربية، القاهرة،2013
2. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيًا ودوليًا، (ط3)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان،2015
3. صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، (ط1)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان،2015.
4. عبد الرزاق محمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد حق الملكية، ط (3)، منشورات الحلبي، بيروت، 2000.
5. غنام، شريف محمد، حماية العلامة التجارية عبر الإنترنت في علاقتها بالعنوان الإلكتروني، ط (1)، دار الجامعة الجديدة،2007.
6. فاتن حسين حوى، المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية، ط (2)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان،2014
7. محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية،2007
8. مصطفى موسى العطيات، الجوانب القانونية للعاملات التجارة الإلكترونية حماية العلامة التجارية إلكترونيًا، ط (1)، دار وائل للنشر، عمان،2011
9. نسيم خالد الشواورة، العلامة التجارية وحمايتها من أعمال المنافسة غير المشروعة، ط (1)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان،2017.
10. نوري حمد خاطر، الملكية الصناعية دراسة مقارنة في القوانين الأردني والإماراتي والفرنسي، ط (2)، دار وائل للنشر، عمان،2010

ب) المؤلفات باللغة الإنجليزية:

1. Albustanji,H.Domain name protection under Jordanian legal system,lambert academic publishing,2016.

ثانيًا: الدراسات والمقالات:

الدراسات والمقالات باللغة الإنجليزية:

1. Brooks,A. The cautious interplay between trademarks and internet domain names.illinois bar journal, 2000
2. Dimitrov, G.intellectual property the internet and electronic commerce legal protection of domain names.in international conference on intellectual property,the internet electronic commerce and traditional knowledge, 2001
3. Headley,T. Internet domain names.the licensing journal,2005
4. Jacqueline,D.Bad faith in cyberspace:grounding domain name theory in trademark,property,and restution.harvard journal for law and technology, 2010
5. Koehler,W.Top level domain name explosions teapot tempest or meaningful grow.online searcher, 2016
6. Linnehan,A.Need trademark protection for ageneric domain name.gonzaga law review,2002
7. Marinkovic,A.On domain names and trademarks.journal of internet law,2012
8. Mohammad al ramhi.The legal nature of domain name rights.j.I.T.L,2009.
9. Montagu,A.and walsh,T.New gtld program offers opportunities at risk.baseline magazine,2013.

10.Mullineaux,M. and jakubik,M.Focus:development in domain name registration and litigation. journal of internet law ,2000
11.Nguyen,X.Cyberproperty and judicial dissonance: the trouble with domain name classifications.george mason law review,2001
12.Randall,N.Choosing a domain name register.pc Magazine,2001.
13.Rooksby,J.Defining domain name:higher education battels for cyberspace.Brooklyn law review,2015
14.Winterfeldt,B.and Barne,G.Trademark rights protection mechanisms in the domain name system :current landscape and efforts to diminish protection.intellectual property and technology law journal, 2017
15.Wood,L.A name of thrones-why domain name should now be a separate intellectual property right.europain intellectual property review,2014.

ثالثًا: الاتفاقيات والقوانين:

أ) الاتفاقيات الدولية:

1. اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية للملكيّة الفكريّة (اتفاقية الوايبو) لعام 1967.
2. اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لعام 1883.
3. اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة (اتفاقية تريبس) لعام 1994.

ب) القوانين:

1. القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة (1976) المنشور في الجريدة الرسمية عدد (2645) تاريخ (1976/8/1).
2. قانون العلامات التجارية الأردني، رقم (33) سنة (1952) المنشور في الجريدة الرسمية عدد (1110) تاريخ (1952/6/1).

رابعًا: المواقع الإلكترونية:

1. http://www. newgltds. icann.org.en/applicants/agb,visited may 17, 2018
2. http://www.newgltds.icann.org,visited march 11th ,2018
3.https://www.webopedia.com/TERM/H/HTTP.html
4. www.caselaw.findlaw.com, visited June 15,2018
5.www.google.com.uk,visited march 17.2018
6. www.law.justia.com,visited july 19,2018
7. www.qistas.com