مجلة جامعة الشارقة للعلوم القانونية

اسم المقال: تسوية المنازعات المتعلقة بأسماء النطاق: دراسة مقارنة بين التشريعين الأردني والجزائري
اسم الكاتب: محمد خير محمود العدوان، سعيد مبروكي مبروكي
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/8289
تاريخ الاسترداد: 2026/11/02 06:20 +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 الشارقة للعلوم القانونية ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

جامعة الشارقة
ملتقى الحضارات

مجلة جامعة الشارقة

دورية علمية محكمة

للعلوم القانونية



المجلد 15، العدد 1
رمضان 1439 هـ / يونيو 2018 م

الترقيم الدولي المعياري للدوريات 2616-6526

تسوية المنازعات المتعلقة بأسماء النطاق:
دراسة مقارنة بين التشريعين الأردني والجزائري

محمد خير محمود العدوان

كلية الحقوق - جامعة اليرموك

إربد - الأردن

سعيد مبروكي مبروكي

كلية الحقوق - جامعة محمد بوضياف المسيلة

المسيلة - الجزائر

تاريخ الاستلام: 01-12-2016 **تاريخ القبول: 23-07-2017**

ملخص البحث:

انطلاقا من حقيقة عدم بلورة النظام القانوني الخاص بأسماء النطاق وخلو معظم التشريعات الخاصة بالمعاملات الإلكترونية والإنترنت حول العالم من أحكام تنظم موضوع أسماء النطاق أو حمايتها، تعاملت المحاكم الوطنية والهيئات العالمية مع أسماء النطاق على أساس أنها مجرد عناوين إلكترونية تعتمد على إجراءات فنية في عملها، وأنها تمثل العنصر المعتدي على حقوق الملكية الفكرية وهذا ما حال دون الوصول لنظام قانوني ملائم لأسماء النطاق، بالرغم من ذلك ومع مرور الوقت فرضت أسماء النطاق وجودها على الساحة القانونية ولاقت بعض الاعتراف من المحاكم الوطنية في بعض التشريعات والهيئات العالمية، واستفادت من أن الحق على اسم النطاق يكتسب بمجرد التسجيل في المراكز المخصصة لذلك وفق القواعد والشروط المعتمدة، هذا ما يمنحها الحق في دفع أي اعتداء قد تتعرض له من الاعتداءات ذات الصلة به.

الكلمات الدالة: أسماء النطاق، معاملات الكترونية، علامات تجارية.

المقدمة:

لا ينفصل اسم النطاق في اهميته عن أهمية شبكة الانترنت وفعاليتها ؛ ذلك أن عمل نظام شبكة الانترنت يوجب التعرف على جميع الأجهزة المتصلة مع أنظمته المسؤولة عن إدارته، وآلية ذلك هي اسم النطاق الذي أوجده (جون بوستل) وفيه استبدل تسلسل أرقام عنوان (Internet Protocol) لأجهزة الحاسوب عن طريق تسلسل جديد هو تسلسل أحرف يشكل كلمة مفهومة يختارها صاحب العنوان IP وتتميز بأنها سهلة الحفظ والتذكر، وأطلق على هذا التسلسل الجديد اسم النطاق، فمثلا اسم النطاق لجامعة اليرموك هو (yu)، (www.yu.edu.jo) هو اختصار لجامعة اليرموك بالإنجليزية (University Yarmouk) في حين يمكن أن يكون عنوان IP الخاص بالجامعة هو (195.92.249.55) فهذه الأرقام تشكل عائقا وصعوبة في تذكرها على عكس التسلسل الحرفي للجامعة (www.yu.edu.jo) الذي يبدو سهلا لتذكره.

ومع نهاية سنة 2001 وبعد مرور 10 سنوات على إطلاق هذه الخدمة تم تسجيل 30 مليون اسم موقع حول العالم أو ما يعرف لدى المختصين باسم النطاق، ووفقا لآخر الإحصائيات لسنة 2015 وصل العدد إلى 915,236,453 اسم نطاق حول العالم[1].

بالتالي أصبح لزاما على الشركات أو الأفراد التي تهدف إلى استغلال هذه الخدمة والاستفادة من مزاياها، أن تقوم بحجز اسم نطاق خاص بها يتيح للجمهور رابطا يستعمل لبلوغ المواقع الخاصة بهم، فبالرجوع لسياسة تسجيل أسماء النطاق التي تعتمد على مجموعة من المبادئ عن طريقها يمكن حجز اسم نطاق، ومن هذه المبادئ أولوية التسجيل لمن يتقدم بطلب التسجيل أولا، وهذا ما فتح المجال واسعا أمام الأفراد لحجز أسماء عالمية تعود لعلامات تجارية مشهورة، مما أدى إلى نشوء منازعات متعلقة بأسماء النطاق وملكيتها، ومع التزايد الكبير لمنازعات أسماء النطاق وتوسع نطاقها وكثرتها، تم تغيير سلطة منح أسماء النطاق من هيئة الانترنت للأرقام المخصصة (IANA) إلى هيئة الانترنت للأسماء والأرقام المخصصة (ICANN)، وبالرغم من هذا الإجراء التنظيمي الذي كان يهدف لتنظيم هذا الفضاء الإلكتروني بجملة من القوانين والإجراءات إلا أنه لم يوفق في ذلك، فتدخلت المنظمة العالمية للملكية الفكرية (OMPI) مع هيئة (ICANN) وقاموا باعتماد آلية جديدة وهي آلية السياسة الموحدة لتسوية النزاعات على أسماء النطاق (UDRP) وهو ما عليه الحال إلى يومنا هذا.

تنبهت بعض الدول إلى أهمية أسماء النطاق وما تثيره من نزاعات وشكاوى، ما جعلها تصدر جملة من القوانين تهدف إلى تنظيم كل ما يتصل بأسماء النطاق من ناحية إنشائها وتجديدها وشطبها وإلغائها ونقل ملكيتها وكل ما يتصل بها، ورغم ذلك ظل هناك

(1) http://www.internetlivestats.com/total-number-of-websites
تاريخ آخر زيارة للموقع: 28/04/2015.

فراغ قانوني يكتنف معظم التشريعات حول العالم لعدم مواكبتها هذا التطور الحاصل في التجارة العالمية وخاصة في مجال العالم الافتراضي.

مشكلة البحث:

كان لابد لولوج هذا العالم الافتراضي والدخول في منظومة التجارة العالمية الإلكترونية حصول هذه الشركات على اسم نطاق، ولا يكون ذلك إلا بالتسجيل، فقد يواجه طالب تسجيل اسم النطاق عائقا وهو أن الاسم المراد تسجيله أصبح ملكا لغيره، ومن هنا تثور الإشكالية ونكون أمام العديد من النزاعات والشكاوى المتعلقة بأسماء النطاقات، وهذا يقودنا إلى إشكال آخر أكثر تعقيدا وهو الفراغ القانوني الذي تعاني منه معظم قوانين دول العالم في هذا المجال؛فلا الطبيعة القانونية لأسماء النطاق تحددت ولا طرق دفع الاعتداء على هذا النظام القانوني الفريد، فضلاً عن عدم إفراد قواعد خاصة تنظم تسوية المنازعات المتعلقة باسماء النطاق.

نطاق البحث:

1. المحددات القانونية: تأتي في مقدمتها نصوص السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق من قبل هيئة (ICANN)، أما بالنسبة للجزائر قانون العلامات الجزائري رقم (03-06) المؤرخ في 19 يوليو 2003، وميثاق التسمية للامتداد في الجزائر، مركز أسماء النطاقات لسنة 2012، وقانون الممارسات التجارية الجزائري رقم (04/02) المؤرخ في 23 يونيو 2004 ، بالإضافة القانون المدني الجزائري رقم (75-58) المؤرخ في 20 رمضان 1395 الموافق 26 سبتمبر 1975، وأما بالنسبة للأردن القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة 1976 وقانون العلامات التجارية الأردني وتعديلاته رقم(33) لسنة 1952 و قانون المنافسة غير المشروعة الأردني رقم (15) لسنة 2000، وهذا مع الاستئناس بالفقه والقضاء والفرنسي كلما تطلب الأمر ذلك.
2. المحددات المكانية: ستكون في كل من الأردن والجزائر وفرنسا، وذلك من خلال التشريعات التي تختص في الموضوع.

وعطفا على ماسبق،وبالنظر الى تزايد أهمية اسماء النطاق وشيوع استعمالها والحاجة اليه،فقد ظهرت العديد من المنازعات الناشئة عن هذا الاستعمال، ولما كانت جل هذه الخلافات تمثل اعتداءات تمس حقوق مالكيها وهي اعتداءات قد تصل الخسائر الناجمة عنها الى مبالغ مالية ضخمة، فقد باتت الحاجة ماسة لوضع وسائل يناط بها تسوية هذه المنازعات؛ أي نظم قواعد موضوعية وإجرائية واستحداث هيئات فصل وحكم مرامها رفع الاعتداء عن اسم النطاق،وتعويض المضرور عما لحق به من ضرر بسبب هذا الاعتداء.

وأمام الفراغ التشريعي الذي طال تنظيم اسماء النطاق فقد ظهرت العديد من الوسائل لتسوية هذه النزاعات، كاللجوء للقضاء الوطني(المبحث الأول) ، أو اللجوء للإجراءات

البديلة التي تفرضها مؤسسة الانترنت للأسماء والأرقام المخصصة (ICANN) (المبحث الثاني) ، ولتمام الإحاطة بمفردات موضوع هذا البحث فقد ارتأينا ان نسبق مبحثيه بمطلب تمهيدي مادته التعريف بإسم النطاق وتوضيح مفهومه.

المطلب التمهيدي : تعريف أسماء النطاق:

تعتبر أسماء النطاق عنصراً مهماً لولوج شبكة الانترنت، فهي البوابة الرئيسة لبلوغ ذلك، ويتحقق ذلك بنظام المكافأة بينها وبين عناوين بروتوكولات الانترنت، ويظهر جلياً الجانب الفني لأسماء النطاق فهي سلسلة حرفية توضع كمعرف لمواقع الانترنت، هذه السلسلة الحرفية تحمل في تكوينها العديد من المقاطع، حيث يختص كل مقطع بوظيفة ما كأن يحدد طبيعة النشاط الممارس أو المدى الجغرافي الذي يحدده، بالإضافة للاسم المختار للموقع الذي يحدد صاحب الموقع أو يرمز له، وقد تعدى اسم النطاق وظيفته الفنية كبوابة لولوج شبكة الانترنت، حيث أصبح الفاعلون على شبكة الانترنت من شركات ومؤسسات تجارية يسعون للحصول على أسماء نطاق خاصة بهم.

انطلاقا من أهمية أسماء النطاق والمكانة التي اكتسبتها وسط العالم الافتراضي والواقعي وكأي عنصر جديد فقد جلبت أسماء النطاق اهتمام الفقه (الفرع الأول) والتشريع (الفرع الثاني) بقصد وضع تعريف جامع لها:

الفرع الأول : التعريف الفقهي لأسماء النطاق[1]:

أثار تعريف اسم النطاق جدلا كبيرا لدى الفقه فتباينت تعريفاته، وسبب ذلك الاختلاف هو زاوية الرؤية التي يستند إليها الفقيه عند تعريفه لاسم النطاق[2]، فانقسم الفقه بين من أخذ الجانب الفني لهذا الاسم ،وبين من استند إلى تكوينه، وآخرون أولوا أهمية للوظيفة التي يؤديها:

ومن بين التعريفات التي استندت على الطبيعة الفنية ذاك الذي يعرفه بأنه: «مجرد تحويل أو نقل مجموعة من الأرقام في صورة حروف تشكل مصطلحا يتماشى مع اسم مشروع أو منظمة»[3]، ،وذهب آخر الى أنه: «ترجمة الأرقام عن طريق حروف معينة تسمح بدوران المعلومات على شبكة الانترنت»[4]، ويركز أنصار هذا الرأي على العملية التقنية لتحول اسم

(1) ونرجو ألا يصل لذهن القاريء الكريم أن الباحث قد ألم بجميع التعريفات الفقهية التي قيلت في تعريف اسم النطاق،فما نعرضه في هذا الفرع ليس الا زبدة هذه التعريفات واكثرها شيوعا،كما ان طريقة عرض هذه التعريفات استندت الى اختلاف زاوية النظر الى اسم النطاق من جانب فقهي لآخر.

(2) شريف محمد غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني، (الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة، 2007) بدون طبعة، ص:9 .

(3) غنام، ، المرجع السابق ، ص10.

(4) Nathalie Beaurain, Emmanuel Jez, *Les nom de domaine de l'internet*, (France, 2001), P: 20.

النطاق من سلسلة أحرف إلى سلسلة أرقام تمكن من انتقال المعلومة على شبكة الانترنت وكذا أن اسم النطاق يعتبر مجرد سلسلة حرفية مكافئة لعنوان بروتوكول الانترنتIP تسهل على مستخدم الانترنت تذكر هذه العناوين وحفظها، وهذا ما جعل الشركات الفاعلة في مجال الانترنت تقرر استبدال السلسلة الرقمية بالسلسلة الحرفية لما تمثله من عامل جد مهم في تطوير التجارة الالكترونية، مثال على ذلك بإمكان الطالب أو الهيئة التدريسية في جامعة اليرموك الوصول لموقع الجامعة مباشرة على الرابط (www.yu.edu.jo) بدلا من كتابة سلسلة رقمية قد لا يتذكرها الراغب في زيارة الموقع والتي قد تكون: 195.92.249.55.

واستند جانب آخر من الفقه إلى تكوين اسم النطاق، ومن بين التعريفات التي انتهجت هذا النهج من عرفه بأنه علامة تأخذ صورة اندماج السلسلة الرقمية والسلسلة الحرفية بحيث تتولى هذه العلامة تحديد مكان الحاسوب أو الموقع أو صفحة الانترنت وهو يتكون من ثلاث مقاطع هي:

1. المقطع الأول يحدد طبيعة الجهة التي يتم الاتصال بها وهو (http://www.).
2. المقطع الثاني يمثل نطاقات المستوى الثاني ويرمز له بالرمز (SLD) وهو يحدد الاسم المختار.
3. المقطع الثالث يمثل نطاقات المستوى العالي ويرمز له بالرمز (TLD) وهو يحدد الخادم المصنف مثال على ذلك:(.org)، (.com).[1]

كما تم الاستناد في تعريف اسم النطاق إلى الوظيفة التي يؤديها، فهناك من عرفه بأنه «بدائل العنوان البريدي المحدد للتعرف على شخص بعينه عبر شبكة المعلومات»[2]، وآخر عرفه بأنه «مجرد عنوان للهيئات والمنظمات والمشروعات والأشخاص يمكن الوصول لها عن طريقه»[3].

وامام قصور كل تعريف سبق عن الاحاطة بمفردات هذا المفهوم،فقد كان الحل هو جمع كل نقاط الارتكاز السابقة في تعريف واحد، وهو ما نراه صائباً، وقد ظهر هذا المنهج في تعريف اسم لنطاق بأنه:«عبارة عن مجموعة من الحروف والأرقام أو العبارات تستخدم للدلالة على عنوان أو موقع حاسوب يستخدمه شخص طبيعي أو اعتباري على شبكة الانترنت لتحديد هذا الموقع وتمييزه عن غيره من المواقع الأخرى»[4]، إذ يتناول

(1) Romain Gola, *La Régulation de l'internet: Nom de domaine et Droit des marques*, (Tome1, Thèse de doctorat, Université de Montréal Université de droit, d'économie et des sciences d'Aix-Marseille III, Marseille, 2002),p:54.

(2) مصطفى موسى العطيات، الجوانب القانونية لتعاملات التجارة الالكترونية «حماية العلامة التجارية الكترونيا»، (عمان،الأردن،دار وائل للنشر، 2011)، ط: 1، ص: 71.

(3) غنام، مرجع سابق، ص14.

(4) مسلم يونس هادي، أسماء النطاق على الانترنت وطبيعتها القانونية، مجلة الرافدين للحقوق – العراق ، 2005، المجلد 2، العدد: 25، ص: 146.

هذا التعريف الجانب الفني و الجانب التركيبي لاسم النطاق بالإضافة للوظيفة التي يؤديها.

الفرع الثاني: تعريف أسماء النطاق في بعض التشريعات الوطنية:

ما يميز أسماء النطاق أنها حديثة الوجود وهذا ما كان له الأثر البارز على نظامها القانوني، فلا نجد في التشريعين الأردني والجزائري ما يسعفنا في بيان تعريف اسم النطاق، وفي ظل هذا الفراغ القانوني كان لابد من البحث في القواعد التنظيمية التي وردت على صورة سياسة تسجيل أسماء النطاق في الأردن أما في الجزائر فجاءت على شكل وثيقة تسمى ميثاق تسمية النطاقات (.dz) و(.الجزائر)، وضعت هذه الأسس لتنظيم إجراءات تسجيل أسماء النطاق وكل ما يتصل بها.

وسياسة تسجيل أسماء النطاق الأردنية وعلى غرار ميثاق التسمية في الجزائر لم يتضمن أي تعريف لاسم النطاق، هذا ما يقودنا للبحث في القواعد العامة والقوانين الخاصة التي لها علاقة بالموضوع كقانون المعاملات الالكترونية في التشريعين.

وبالرجوع للقواعد العامة والقوانين الخاصة ذات العلاقة بالموضوع في كلا التشريعين لا نجد أي تعريف لاسم النطاق، وهذا ما يفتح باب النقد للتشريع الجزائري والأردني، فكان من الأولى إدراج تعريف لاسم النطاق في أسس وإجراءات تسجيل أسماء النطاق، لأنه في الأساس هذا ما كان يجب تحديده كأول مرحلة، فمن غير المنطقي قبول مثل هذه الفراغات القانونية، وما يفتح باب النقد أكثر هو عدم تدارك هذا الفراغ القانوني في القواعد العامة أو في القوانين الخاصة المتعلقة بالمعاملات الالكترونية.

ومما سبق وبعد الوصول إلى نتيجة مفادها خلو كلا التشريعين من أي تعريف لاسم النطاق، فإن هذا لا يمنع من اللجوء إلى أسس وإجراءات تسجيل أسماء النطاق في التشريع الجزائري والأردني لاستخلاص تعريف لأسماء النطاق، فباستقراء وعرض سياسة تسجيل أسماء النطاق الأردنية (.jo) و(.الأردن) وميثاق التسمية في الجزائر يمكن تعريف أسماء النطاق بأنها «عنوان فريد قد يكون لاتينيا أو عربيا يقع ضمن النطاقات العليا للدولة، بحيث يسمح هذا العنوان بتحديد الموقع على شبكة الانترنت وصاحبه وفقا للأحكام المنصوص عليها في سياسة التسجيل»[1].

وليس من باب المقارنة وإنما من باب الزيادة والاستفادة، فإن المشرع الأمريكي تصدى لمثل

(1) راجع في ذلك سياسة تسجيل أسماء النطاق في الأردن على الرابط التالي:
https://www.dns.jo/registration_policy_a.aspx
آخر زيارة للموقع: 12/06/2015، راجع كذلك ميثاق التسمية في الجزائر على الرابط:
http://webidn.nic.dz/images/pdf_nic/charte.pdf
آخر زيارة للموقع: 12/06/2015.

هذه الفراغات القانونية فقد عرف أسماء النطاق في قانون مكافحة العدوان على أسماء النطاق بأنها «عنوان أو اسم الذي يميز مساحة تخص مؤسسة ما عن غيرها في مجال التجارة الالكترونية وأن هذا الاسم هو مرجع هذه المؤسسة على شبكة الانترنت، بالإضافة إلى ذلك يعتبر عنوانا للتعاملات الالكترونية على الشبكة»[1]، والتشريع الفرنسي لم يختلف كثيرا عن نظيره الأمريكي فقد تضمن ميثاق التسمية الخاص بفرنسا (.fr) تعريفا لأسماء النطاق في إطار شرح مصطلحات الميثاق وجاء التعريف كالتالي «هي مجموعة من العناوين التي تخضع للإدارة المشتركة، وتكفل هذه العناوين التقابل بينها وبين عناوين بروتوكولات الانترنت المستخدمة في أجهزة الحاسوب، وتكون هذه العناوين فريدة من نوعها وبإمكانها تمييز المؤسسات عن بعضها البعض»[2]، ما يلاحظ في هذا التعريف أنه استند لاعتبارات تقنية دون أن يعطي تعريفا دقيقا لأسماء النطاق، بينما لو بحثنا في التشريعات العربية نجد أن المشرع المصري قد قام بتعريف اسم النطاق بأنه «عنوان منفرد يسمح بتحديد المواقع على الشبكة»[3]، جاء تعريف المشرع المصري عاما فضفاضا لا يعرف اسم النطاق من كل جوانبه.

أما بالنسبة للمنظمات الدولية التي تضطلع بموضوع أسماء النطاق مباشرة نجد أن هناك قصوراً في تعريف أسماء النطاق، فمؤسسة الانترنت للأسماء والأرقام المخصصة (ICANN) جاء تعريفها لأسماء النطاق مستندا لتكوينه وقد عرفته بأنه «يشتمل اسم النطاق على عنصرين هما الاسم المختار يمثل المستوى الثاني للنطاق (SLD) والعنصر الثاني الذي يحدد نشاط الموقع ومداه الجغرافي وهو يمثل المستوى العالي للنطاق ويرمز له (TLD)، يستخدم هذا العنوان لاحقا ليمد النظم العاملة»[4]، في مقابل ذلك عرفت المنظمة العالمية للملكية الفكرية (OMPI) أسماء النطاق بأنها «عنوان مستخدم الانترنت عادة الذي يسهل معرفته أو تذكره»[5]، هذه المنظمة اعتمدت في تعريفها لاسم النطاق على أساس الوظيفة التي يؤديها وهي أنه مجرد عنوان يسهل على مستخدم خدمة الانترنت تذكره.

خلاصة الحال،فإن اسم النطاق حق مستقل بذاته، ولا يمكن تطبيق الأنظمة القانونية

---

(1) إبراهيم محمد عبيدات، النظام القانوني لأسماء نطاقات الانترنت، رسالة ماجستير، جامعة آل البيت، المفرق-الأردن، 2007، ص20.

(2) راجع في ذلك ميثاق التسمية في فرنسا على الرابط التالي: آخر زيارة للموقع بتاريخ: 12/06/2015
https://www.afnic.fr/medias/documents/Cadre_legal/Charte_de_nommage_22032016_VF.pdf.

(3) علي خالد قطيشات، الطبيعة القانونية لأسماء النطاقات، مجلة العلوم الإنسانية والإدارية، 2012، المجلد 1، العدد 2، جامعة المجمعة السعودية، ص:92.

(4) أنظر في ذلك موقع مؤسسة الانترنت للأسماء و الأرقام المخصصة على الرابط التالي: www.icann.org

(5) وتسمى هذه المنظمة بالانجليزية: The World Intellectuel Organisation، أنظر في التعريف موقع المنظمة : www.wipo2.wipo.int

القائمة عليه، نظراً لما يتميز به من مميزات منفردة عن الأفكار القانونية السائدة، فهو فكرة قانونية لها ذاتيتها الخاصة، وتتجسد هذه الفكرة في أن اسم النطاق يعطي لصاحبه حقاً تعاقدياً انطلاقاً من طبيعة التصرف الذي يتم من خلاله استحداث ملكية اسم النطاق عن طريق عقد يتم إبرامه بين صاحب اسم النطاق ومركز التسجيل، فضلا عن القيمة الاقتصادية التي يتمتع بها والتي تكون أحيانا القيمة الأساسية في جذب العملاء ومحور سمعة الشركة أو المؤسسة[1]، انطلاقا من هذا أصبح اسم النطاق يمثل قيمة بالمعنى الاقتصادي للكلمة وبات ينظر إليه على أساس أنه مال قابل للحيازة .

المبحث الأول:

الحماية القضائية لأسماء النطاق في بعض التشريعات الوطنية

تنطوي أسماء النطاق على أهمية اقتصادية كبيرة، وهذا ما حفز الأشخاص للتسابق والتزاحم لامتلاكها من أجل التوسع في أعمالهم على شبكة الانترنت، لذا فإن تصور التعدي على أسماء النطاق حقيقة لا مفر منها فلم يكن من السهل حصر هذه الاعتداءات ذات الصلة بأسماء النطاق ووضع مبادئ عامة لحمايتها،وإن كان الأسلم والاصح هو تحديد ماهية النزاع بين اسماء النطاق وبين العلامة التجارية،وبيان اساب هذه النزاعات(المطلب الأول)، إلا بالاعتماد على السوابق التي وردت في بعض القوانين الخاصة الشبيهة بموضوع أسماء النطاق التي كان لها الأثر الكبير على قرارات المحاكم التي تفصل في قضايا تسوية منازعات أسماء النطاق، ومن هنا لجأت المحاكم الوطنية لتطبيق القواعد العامة في المسؤولية كما أنه يمكن اللجوء إلى قانون العلامة التجارية في مرات أخرى (المطلب الثاني) .

المطلب الأول: أسباب المنازعات بين العلامات التجارية وأسماء النطاق:

إن تطور استعمال شبكة الانترنت سمح بنمو فرص هائلة من اتصالات سريعة وتوفر المعلومات وأشكال جديدة من التجارة وفي نفس الوقت ظهرت التجاوزات كجرائم المعلوماتية والتحميل غير المشروع، ومن جهتها أصبحت أسماء النطاق محل استعمالات مشبوهة وبالتالي أصبح نمط حجز أسماء النطاق الذي يرتكز على القاعدة «من يأتي أولا يخدم أولا» التي نجم عنها منازعات كثيرة وكذا الممارسات التي يمكن أن تضر بحماية المستهلكين، فضلا عن المصالح المالية للمؤسسات.

وتجمع أغلب النزاعات ذات الصلة بأسماء النطاق بين صاحب اسم النطاق مع مالك

(1) انظر تفصيلا لدى العطيات، مرجع سابق، ص: 94-95.

العلامة المميزة وهذه الأخيرة في غالب الأحيان هي علامة تجارية[1]، لكن يحدث أن يشمل النزاع أصحاب شرعيين لأسماء نطاقات متشابهة، رغم أن هذه الحالات ليست شائعة أو محل اهتمام القانونيين، كما أنه في حال وجود إمكانية لتفادي اللبس يمكن لأسماء النطاق التعايش وعلى النقيض من ذلك يمكن حل النزاع في نطاق قانون المنافسة[2].

وفي أغلب الأحيان يشمل النزاع مالك اسم النطاق مع مالك علامة مميزة، وإن هذه الحالة تتوافق غالباً مع ممارسة القرصنة الالكترونية أو ما يسمى بالانجليزية (Cybersquating)؛ ويقصد به تسجيل أو إعادة تسجيل أو شراء اسم ملكية من طرف شخص سيء النية الذي يعتقد أن هذا الاسم سيكون له قيمة فيما بعد بغرض إعادة بيعه بثمن كبير لمن يريد تسجيل نفس الاسم بطريقة قانونية، وتتعدد أشكال هذه الممارسة وتعتبر الصيغة الأكثر شيوعا لتسجيل أسماء نطاق تنسخ العلامة التجارية أو الاسم التجاري لشركة مشهورة، وهذا التسجيل ستحاول المؤسسة التي نسخ اسمها استعادته بغرض استغلاله لأغراض متنوعة تخصها وهو الشيء الذي يرجوه الذي قام بالقرصنة الالكترونية، وهذا ما يحدث بشكل متكرر حيث تتصل به الشركة بغرض استعادة الاسم مقابل مبالغ مالية يتفق عليها الطرفان[3].

وبغض النظر عن هذه الصيغة الشائعة وهي القرصنة الالكترونية انتشرت ممارسات ضارة أخرى وهي تسجيل اسم نطاق متشابه مع اسم آخر وتسمى بالانجليزية (Typo squating)[4]، تستعمله الشركة من خلال المراهنة على الأخطاء المطبعية بشكل يعيد توجيه زبائن محتملين نحو موقع آخر، وفي هذه المرحلة يقوم القرصان الالكتروني الذي يعتبر طفيلي في هذه العملية بالاستفادة من شهرة طرف آخر حيث يمكنه استغلال الروابط التجارية ذات الصلة بنشاط الطرف الآخر المستغل حتى يتنبه هذا الأخير لهذه المناورة ويحاول حين ذلك استعادة الاسم، فإما تعود المفاوضات على القرصان الالكتروني

(1) عدنان إبراهيم السرحان، أسماء النطاق على الشبكة العالمية للمعلوماتية (الانترنت)، مجلة الشريعة والقانون، 2006، العدد 25، الإمارات العربية المتحدة، ص:333.

(2) هادي، مرجع سابق، ص156.

(3) Claire Albrechtson, *Définition et nature juridique du nom de domaine, DESS droit de l'Internet Administration – Entreprises*, (Paris ,UNIVERSITE Paris I Panthéon-Sorbonne,2005), P:15.

(4) من أمثلة تسجيل أسماء النطاق متشابهة نجد قضية شركة (AMAZON) رقم: (D2002-0516) ضد (Ko-rothkov Victor) الذي قام بتسجيل اسم النطاق (www.ammazon.com) المتشابه مع العلامة التجارية (amazon) و اسم النطاق (www.amazon.com)، لذا قضت (OMPI) بوقف هذا الاسم وحذفه من قاعدة البيانات. مثال آخر قضية شركة (Microsoft) رقم: (D2001-0362) ضد (Charlie Brown) وذلك لاسترجاع اسم النطاق (www.microosoft.com) المسجل من هذا الأخير، قضت (OMPI) بنقل اسم النطاق للشركة المشتكية على أساس التشابه الكبير مع العلامة التجارية (Microsoft) أنظر في ذلك الرابط التالي:http://arbitre.wipo.int/domains/decision/html آخر زيارة للموقع: 17/11/2015.

بالفائدة أو أن تكون ايرادات الاسم الشبيه كبيرة جدا لدرجة سيرفض فيها أية تسوية ودية، وفي هذه الحالة يتوجب على الشركة مباشرة إجراءات قضائية تهدف لوقف هذه الممارسة واستعادة الاسم بقوة القانون ويكون ذلك عن طريق المحاكم أو هيئات التنظيم الأخرى لحل النزاعات[1]، إن هذه الممارسات تضر بالمصالح التجارية للشركات وفي نفس الوقت بمصالح مستخدمي الانترنت مع العلم أن بعض المستهلكين يستوجب عليهم التمييز بين الحقيقي والمزيف على شبكة الانترنت[2] ومن هنا تكتسي حماية المستهلك على شبكة الانترنت أهمية بالغة جدا لدرجة أن لها وقع حقيقي على التجارة الالكترونية في وقت تحاول فيه الدول تنمية هذا القطاع الديناميكي والدافع للنشاط الاقتصادي.

ومن بين أنواع القرصنة الالكترونية الأخرى التي تضر بالمستهلكين ما يسمى بالخداع أو التحايل (fishing)، هذا النوع لا يضر فقط بالمصالح المالية لأصحاب العلامات لكنه يدمر كذلك الثقة التي يضعها مستخدمو الانترنت في أمن التعاملات المبرمة على شبكة الانترنت مما يهدد النمو الجيد للتجارة الالكترونية، ويتعلق الأمر بشكل خاص بممارسة تسمى (Fishing) إن هذا المصطلح الذي يجمع في تركيبته اسمين هما صيد الأسماك والقرصنة[3]، ويتعلق الأمر بخداع مستخدم الانترنت من خلال إرسال بريد إلكتروني مزيف يوهم مستخدم الانترنت على أنه ذو صلة بهيئة ما[4]، وفي أغلب الحالات يبدو أن هذه الرسائل الالكترونية صادرة عن البنوك قد يكون مستخدم الانترنت زبونا لديها، يطلب من الزبون ربط الاتصال بموقع البنك بواسطة اسم المستخدم وكلمة المرور الخاصة به للولوج لحاسبه البنكي، ويتضمن البريد الالكتروني رابط يطلب من صاحب الرسالة النقر عليه يتكون هذا الرابط عادة من اسم نطاق قريب جدا من اسم نطاق البنك بشكل لا يثير شكوكا لدى متلقي البريد مثال على ذلك: إذا كان موقع البنك يمكن الوصول إليه من خلال اسم النطاق التالي:(www.labanque.com) يمكن أن يحتوي البريد الالكتروني على هذا الرابط مع إجراء تعديلات طفيفة عليه بالشكل التالي: (www.1abanque.com) بحيث يتم تعويض الحرف (L) في اسم نطاق البنك بالرقم (1) بدون أن يتفطن الزبون لهذا التغيير، يقوم الزبون بربط الاتصال ويحدد هويته ومن ثم يدخل إلى حسابه ويكشف عن بياناته الشخصية للمحتالين الذين يمكنهم عندئذ تحويل مبالغ مالية من حساب مستخدم الانترنت إلى حسابهم، في هذه الحالة يكون مستخدم الانترنت الخاسر الأول ويجب عليه مباشرة إجراءات قضائية مكلفة بغية استعادة مبالغ مالية تكون في بعض الأحيان طائلة يمكن أن تشكل جميع مكاسبه، لكن مصالح البنوك كذلك تتضرر فضلا عن مصالح

(1) غنام،مرجع سابق، ص102.

(2) Claire Albrechtson, Définition et nature juridique du nom de domaine, Op.Cit, P15.

(3) Claire Albrechtson, Définition et nature juridique du nom de domaine, Ibid, P15-16.

(4) العطيات، مرجع سابق، ص189.

الشركات التي تمارس نشاط التجارة الالكترونية حيث أن الزبائن يتركون التجارة الالكترونية بعد فقدانهم للثقة في هذه التعاملات[1].

وقام المشرع الأمريكي الذي فهم هذه الرهانات بالربط بين القرصنة الالكترونية وحماية المستهلك من أجل ضمان تطور ونمو التجارة الالكترونية حيث صدر قانون في الولايات المتحدة الأمريكية يرمز له بالرمز (ACPA) يعني قانون حماية المستهلك من القرصنة الالكترونية وصودق عليه عام 1999.[2]

وإن رفض أي حماية لأصحاب أسماء النطاق يعني إنكار لوجود مصالح متعددة وتحدي هذه الممارسات، بالإضافة لذاك إن عدم الاعتراف بوجود قانون خاص أي قانون حصري لأسماء النطاق يعني تجاهل الحصرية التي يتمتع بها أصحاب أسماء النطاق من جراء طريقة العمل التقنية لنظام أسماء النطاق التي تسمح بتعايش اسمي نطاق متطابقين، إن هذه الوظيفة المزدوجة لاسم النطاق تعتبر أصل النزاعات الكثيرة الخاصة بالامتدادات الأكثر استعمالا وفي نفس الوقت تبرر ضرورة وجود قانون خاص يحمي أصحاب أسماء النطاق، وقد فهمت كل من الدول والهيئات المسيرة لنظام أسماء النطاق (DNS) ذلك جيدا وقد أخذوا بعين الاعتبار مطالب أصحاب أسماء النطاق وبالخصوص مطالب الشركات التجارية المالكة للعلامات، حيث حاولت بعض الدول وضع تكييف لاسم النطاق من الناحية القانونية من أجل إرساء نظام قانوني مناسب له.

من هنا ظهرت الإجراءات البديلة لحل النزاعات على المستوى العالمي والوطني، والتي طبقت عموما قانون العلامة التجارية، وتتميز التشريعات الوطنية بكونها مترددة خاصة تلك التي تحتل لديها العلامات المميزة مكانة مهمة فترجع إليها لوضع قراراتها عندما تعترف بوجود قانون خاص يتعلق باسم النطاق، رغم أن تطبيق قانون العلامة المميزة لا يحض بالإجماع يبقى النظام القانوني الأكثر استعمالا إلى يومنا هذا.

المطلب الثاني: الوسائل القضائية لحماية أسماء النطاق:

يثبت الحق في اسم النطاق من خلال استيفاء شروط تسجيله لدى الهيئات المكلفة بذلك وهذا ما يمنح صاحب اسم النطاق الحق في دفع أي اعتداء قد يتعرض له، حيث يملك صاحب اسم النطاق الذي تم التعدي عليه في إقليم الدولة التي يمثلها نطاقه اللجوء إلى القضاء الوطني لإقامة دعاوى عامة لحماية اسم النطاق الخاص به، وهي وسيلة اختيارية يتم اللجوء إليها في حال عدم قبول قرارات مراكز تسوية النزاعات[3].

(1) Claire Albrechtson, Définition et nature juridique du nom de domaine, Op.Cit, P16.

(2) العطيات،مرجع سابق، ص189.

(3) شوقي مؤمن طاهر، النظام القانوني لاسم النطاق، مجلة مصر المعاصرة، 2011، المجلد 103، العدد: 502، ص: 246.

إن الدعاوى القضائية التي قد يمارسها صاحب اسم النطاق لا يحكمها أساس قانوني واحد وإنما جاءت متفرقة على عدة قواعد قانونية، فيمكن اللجوء إلى القواعد العامة المتعلقة بالمسؤولية كما أنه يمكن اللجوء إلى قانون العلامة التجارية في مرات أخرى، وما يمكن الإشارة إليه هو أن هذه القواعد القانونية لم تتناول موضوع حل منازعات أسماء النطاق بشكل مباشر وإنما يمكن تكييف هذه القواعد القانونية ومحاولة إسقاطها على موضوع أسماء النطاق، وهذا ما استقر عليه الفقه والقضاء في مختلف التشريعات الوطنية[1].

وبناء على ذلك يتمتع صاحب اسم النطاق بأحقيته في دفع الاعتداء عنه وذلك باللجوء للقضاء من خلال دعوى التقليد (ا) و دعوى المنافسة غير المشروعة (ب) ودعوى التعويض(ج):

أولا: دعوى التقليد:

دعوى التقليد هي من الدعاوى التي يمكن لصاحب اسم النطاق مباشرتها، وذلك لرد الاعتداء الذي وقع على هذا الاسم من اسم نطاق آخر أو علامة تجارية مقلدة لهذا الاسم، وتعرف دعوى التقليد على أنها النقل الحرفي للعلامة أو نسخ الجزء الأساسي المميز للعلامة[2]، ويعرفها البعض الآخر على أنها « كل اعتداء على أي حق من الحقوق الناشئة عن العلامة المسجلة»[3]، ويعرفها آخرون على أنها «اصطناع نسخة غير مصرح بها، أو محاكاة شيء بقصد التضليل»[4].

وبناء على ذلك يحق لصاحب اسم النطاق منع التعدي من استخدام اسم نطاقه كعلامة تجارية في العالم الواقعي أو اسم نطاق آخر في العالم الافتراضي، لأن هذه الصورة من التعدي تحدث لبسا وخلطا لدى الجمهور وتوهمهم أنهم يتعاملون مع المؤسسة الأصلية وهذا هو حال التقليد[5].

ويجب لإقامة دعوى التقليد تحقق عدة شروط يمكن استنتاج بعضها من طبيعة أسماء النطاق والبعض الآخر هي شروط دعوى التقليد وسيتم بيان ذلك من خلال الآتي:

---

(1) محمد موسى أحمد هلسة، منازعات العلامة التجارية وأسماء النطاق في النظام القانوني الفلسطيني،2010 رسالة ماجستير، جامعة بيرزيت، فلسطين، ص:93.

(2) هلسة،المرجع السابق ، ص95.

(3) عبيدات، مرجع سابق، ص96.

(4) نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية-الملكية الصناعية،(الأردن دار وائل للنشر، 2005)، ط :1، ص:334.

(5) Romain Gola, *La Régulation de l'internet: Nom de domaine et Droit des marques*, Op.Cit, P194 .

أ: إثبات ملكية اسم النطاق

يشترط لقبول دعوى التقليد من جانب صاحب اسم النطاق أن يثبت ملكيته لهذا الاسم المعتدى عليه، ويتحقق ذلك بأن يكون اسم النطاق جديدا ومميزا ومشروعا، وأن يكون قد استكمل إجراءات تسجيله فعليا، ويمكن إثبات ملكية اسم النطاق بتقديم الشهادة الممنوحة من طرف مراكز التسجيل أو وزارة التجارة والصناعة في حال تسجيل اسم النطاق كاسم تجاري[1].

ب: الالتباس والخلط بين اسم النطاق واسم نطاق آخر أو علامة تجارية

يشترط لمباشرة دعوى التقليد أن يثبت صاحب اسم النطاق أن استخدام اسم نطاق آخر أو علامة تجارية من جانب الغير أدى إلى وجود التباس وخلط في ذهن المستهلكين، كما يجب أن يثبت أن هذا الالتباس يترتب عليه ضرر[2] بمالك اسم النطاق أو العلامة التجارية الحقيقي، فالضرر هنا يستتبع المسؤولية التقصيرية ويقصد به الأذى الذي يصيب مالك اسم النطاق أو علامة تجارية بسبب التعدي على حق من حقوقه أو بمصلحة مشروعة له[3].

ومعيار تقدير الالتباس هو في مدى تطابق وتماثل الخدمات والمنتجات التي يمثلها اسم النطاق أو العلامة التجارية، ويتم تقدير تحقق هذه الشروط من طرف قاضي الموضوع استنادا على ظروف كل حالة على حده[4].

ج: تقليد حرفي أو شبه حرفي لاسم النطاق

يتمثل هذا الشرط في وجود تقليد لاسم النطاق من جانب مالك علامة تجارية أو تقليد علامة تجارية من جانب اسم النطاق أو من جانب اسم نطاق آخر، في كل هذه الحالات يعتبر هذا الشرط منطقي لمباشرة دعوى التقليد، ويقصد بالتقليد الحرفي لاسم النطاق هو نقل حرفي لاسم النطاق وتسجيله كعلامة تجارية دون التغيير في مكوناته، أي أن العلامة التجارية تكون متطابقة كليا مع اسم النطاق، أما فيما يتعلق بالتقليد الحرفي لاسم نطاق من اسم نطاق آخر فلا يمكن أن يتحقق ذلك لاعتبارات فنية لا تتيح مثل هذا التطابق والتماثل، بينما يتحقق فعل تقليد العلامة التجارية من خلال اسم النطاق في حال

(1) غنام، مرجع سابق، ص160.

(2) المقصود بالضرر هنا أن فعل تقليد اسم النطاق أو علامة تجارية يجب أن يؤدي إلى إلحاق ضرر بمالك اسم النطاق أو العلامة التجارية، ويتحقق ذلك بحدوث التباس وخلط لدى جمهور المستهلكين الذين ينصرفون عن بضائع أو خدمات مالك اسم النطاق أو العلامة التجارية، وهذا ما يلحق بالمالك خسائر مالية بالإضافة إلى تشويه صورة اسم النطاق أو العلامة التجارية لدى جمهور المستهلكين.

(3) هلسة، مرجع سابق، ص95.

(4) غنام، مرجع سابق، ص161.

نقلها دون التغيير فيها وبالتالي يكون اسم النطاق مماثلا للعلامة التجارية في هذه الحالة[1]، أما فيما يخص النقل شبه الحرفي فيكون بنقل أجزاء أو مكونات من العلامة التجارية أو اسم النطاق، بحيث أنه يترك الانطباع بوجود وحدة بين العلامة التجارية واسم النطاق.[2]

وإن قيام المعتدي بفعل التعدي هو في الأصل إخلال بواجب قانوني مقترن بادراك المخل ويمثل هنا الركن المادي لدعوى التقليد، كما يجب إدراك المعتدي لنتائج أفعاله وهذا ما يمثل الركن المعنوي الذي يقصد به اتجاه نية المعتدي في ارتكاب فعل التقليد، بعد تحقق هذه الشروط يجب توفر الركن الشرعي الذي يقضي بأنه لا جريمة ولا عقوبة إلا بنص.[3]

تستند دعوى التقليد في القانون الأردني إلى قواعد ضمن قانون العلامة التجارية الأردني تحديدا نص المادة (37) التي تنص على إجراءات رادعة للأفعال التي تشكل اعتداء على العلامة التجارية بالتقليد أو التزوير وقد جاء النص كالآتي: «1- يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر ولا تتجاوز سنة واحدة أو بغرامة لا تقل عن مائة دينار ولا تتجاوز ستة آلاف دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين كل من ارتكب بقصد الغش فعلا من الأفعال التالية: أ- زور علامة تجارية مسجلة وفقا لأحكام هذا القانون أو قلدها بطريقة تؤدي إلى تضليل الجمهور أو وسم داخل المملكة علامة تجارية مزورة أو مقلدة على ذات المصنف من البضائع التي سجلت العلامة التجارية من أجلها.ب- استعمال دون حق علامة تجارية يملكها الغير على المصنف ذاته من البضاعة التي سجلت العلامة التجارية من أجلها.....»، فبما أن اسم النطاق يمثل حقا من هذه الحقوق التي يكفلها القانون وباعتبار أن اسم النطاق يمكن أن يتخذ كعلامة تجارية أو اسم تجاري أو كحق مستقل عن ذلك، هذا يقودنا لحماية اسم النطاق بموجب دعوى التقليد الواردة في قانون العلامة التجارية الأردني[4].

ومما لا شك فيه هو أن المشرع الجزائري هو الآخر لم يضع قواعد لحماية أسماء النطاق في القواعد العامة أو الخاصة، إنما يمكننا الرجوع للقواعد المنظمة لدعوى التقليد في قانون العلامات الجزائري، تحديدا نص المادة (26) وما يليها، المشرع الجزائري كغيره من التشريعات أقر على عقوبات رادعة لكل من يقوم بجريمة التقليد وهذا ما ورد في نص المادة (32) التي تنص على أن «....كل شخص ارتكب جنحة تقليد، يعاقب بالحبس من ستة أشهر

(1) Romain Gola, *La Régulation de l'internet: Nom de domaine et Droit des marques*, Op.Cit, P195-196.

(2) غنام، مرجع سابق، ص160.

(3) انظر تفصيلاً في ذلك: وليد كحول، جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، مجلة المفكر، سبتمبر 2014 العدد:11، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر،ص: 484-489، أنظر كذلك :عبيدات، مرجع سابق، ص96.

(4) عبيدات، مرجع سابق، ص95.

إلـى سـنتين وبغرامـة مليونيـن وخمسـمائة ألـف دينـار إلـى عشـرة ملاييـن دينـار أو بإحـدى هاتيـن العقوبتيـن فقـط مـع: الغلـق المؤقـت أو النهائـي للمؤسسـة، مصـادرة الأشـياء والوسـائل والأدوات التـي اسـتعملت فـي المخالفـة، إتـلاف الأشـياء محـل المخالفـة»، أمـا فيمـا يخـص منازعـات أسـماء النطـاق المعروضـة أمـام القضـاء الجزائـري لـم تسـجل أي دعـوى فـي هـذا الخصـوص حتـى هذا التاريـخ ويمكـن تفسـير ذلـك لوجـود مكتـب لحـل منازعـات أسـماء النطـاق علـى مسـتوى مركـز أسـماء النطـاق الجزائـر(NIC) الـذي يتبـع سياسـة إلزامية عرض النـزاع كأول مرة أمـام المركز قبـل اللجـوء إلـى القضـاء، وهـذا مـا يفسـر عـدم وجود دعـاوى أمـام القضـاء الجزائري، وبالنسـبة لفرنسـا[1] يتـم رفـع دعـوى التقليـد أمـام المحاكـم الابتدائيـة المختصة بصـورة مسـتعجلة وهـذا طبقا للمـادة (L716-3)[2] والمـادة (L716-6)[3] مـن قانـون الملكيـة الفكريـة الفرنسـي وكذلـك نـص المـادة (808)[4] والمـادة (809)[5] مـن قانـون الإجـراءات المدنيـة الفرنسـي ويشـترط لرفـع

(1) بالنسبة للقضاء الفرنسي هناك تطبيقات كثيرة في هذا الخصوص لذا سنستعرض قضية شركة (Kraft foods) التي تمتلك العلامة (MILKA) ضد السيدة (MILKA Badumir) صاحبة مؤسسة الخياطة، هذه الأخيرة قامت بتسجيل اسم نطاق (milka.fr) لصالحها، طلبت شركة (Kraft foods) بشكل ودي من صاحبة المؤسسة نقل اسم النطاق الذي أنشأته لصالح الشركة صاحب العلامة، إلا أن هذه السيدة رفضت الحل الودي، عرض النزاع أمام محكمة نانت (Nante) التي أصدرت حكمها بتاريخ 14 مارس 2005 بنقل اسم النطاق إلى الشركة خلال شهر مع غرامة 150 يورو عن كل يوم تأخير، تم استئناف الحكم أمام محكمة فرساي أصدرت المحكمة حكمها بتاريخ 26 أبريل 2006 بتأييد قرار محكمة نانت(Nante). لمزيد من التفاصيل حول هذه القضية راجع الموقع: http://www.legalis.net/jnet. آخر زيارة للموقع: 12/09/2015.

(2) L'article (L716-3):Lorsque le juge a subordonné la saisie à la constitution de garanties par le demandeur, celles-ci doivent être constituées avant qu'il soit procédé à la saisie. A peine de nullité et de dommages intérêts contre l'huissier, celui-ci doit, avant de procéder à la saisie, donner copie aux détenteurs des objets saisis ou décrits de l'ordonnance et, le cas échéant, de l'acte constatant la constitution de garanties. Copie doit être laissée aux mêmes détenteurs du procès-verbal de saisie. Toutefois, en matière de substitution de produits ou de services, l'huissier n'est tenu de donner copie de l'ordonnance.

(3) L'article (L716-3):Le chapitre V bis du titre III du livre III est applicable à la retenue par l'administration des douanes des marchandises susceptibles de porter atteinte à une marque, telle que prévue au chapitre VI bis du titre Ier du livre VII.

(4) L'Article 808: Dans tous les cas d'urgence, le président du tribunal de grande instance peut ordonner en référé toutes les mesures qui ne se heurtent à aucune contestation sérieuse ou que justifie l'existence d'un différend.

(5) L'Article 809: Le président peut toujours, même en présence d'une contestation sérieuse, prescrire en référé les mesures conservatoires ou de remise en état qui s'imposent, soit pour prévenir un dommage imminent, soit pour faire cesser un trouble manifestement illicite.
Dans les cas où l'existence de l'obligation n'est pas sérieusement contestable, il peut

الدعوى بصورة مستعجلة توفر شرطين أساسيين هما جدية الدعوى ووضوح الأدلة[1]، وفي هذه الحالة يأمر القاضي بوقف الأفعال الدالة على التقليد بالإضافة لفرض غرامة على المقلد لإجباره على وقف كافة أشكال التقليد، عرض الكثير من الدعاوى في هذا الخصوص أمام القضاء الفرنسي واستدل في أحكامه بالأسس السابق ذكرها وقد أقر ببعض القواعد التكميلية لهذه الإحكام حتى يستفيد اسم النطاق من الحماية في دعوى التقليد وهي كالآتي:

أسبقية تسجيل اسم النطاق على العلامة المميزة. 2- أن يكون اسم النطاق والعلامة متطابقين في المنتجات والخدمات.3- أن يؤدي التطابق إلى إحداث لبس وخلط لدى الجمهور طبقا لنص المادة (L713-2) والمادة (L713-3) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي.[2]

ثانيا: دعوى المنافسة غير المشروعة:

الدعوى الثانية التي يجوز لصاحب اسم النطاق أن يرفعها أمام القضاء هي دعوى المنافسة غير المشروعة التي يقصد بها استعمال وسيلة غير مشروعة للسيطرة على السوق التجارية أو الاستئثار بالمستهلكين بغية إلحاق الضرر بفئة معينة من الناس بصورة مقصودة[3] في حين عرفها البعض بأنها «استخدام وسائل تؤدي إلى وقوع المستهلك في الغلط عن طريق خلطه ما بين مؤسسة المدعي ومؤسسة مزاحمة للمدعي عليه من أجل تحويل هؤلاء المستهلكين»، وعرفت أيضا بأنها «كل تصرف أو وسيلة مستعملة لتحقيق غرض معين واغتصاب العملاء من منشأة صناعية أو محل تجاري»[4]. أما تعريف التشريعات للمنافسة غير المشروعة لا نجد أي قانون يتضمن تعريف هذا المصطلح، غير أنه باستعراض القواعد القانونية المنظمة لهذه الدعوى في مختلف التشريعات نجد أن المشرع الجزائري من خلال قانون (04/02) المتعلق بالممارسات التجارية الجزائري قد اعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة في مجال العلامات تقليدها، وهذا ما ورد في الفقرة الثانية من نص المادة الثانية التي تنص على أنه « تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون، لا سيما منها الممارسات التي يقوم بها من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي: ...2- تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتوجاته أو خدماته أو الإشهار الذي

---

accorder une provision au créancier, ou ordonner l’exécution de l’obligation même s’il s’agit d’une obligation de faire.

(1) Romain Gola, La Régulation de l’internet: Nom de domaine et Droit des marques, Op.Cit, P366-369.

(2) Romain Gola, La Régulation de l’internet: Nom de domaine et Droit des marques, Ibid, P195-203.

(3) كريم مغبغب، الماركات التجارية والصناعية،(لبنان الطبعة الأولى، بدون دار النشر، 2005) ص:199.

(4) عبيدات، ص:86.

يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك»[1]، والتشريع الأردني كغيره من التشريعات لم يورد أي تعريف للمنافسة غير المشروعة، غير أنه بين أن كل منافسة تتعارض مع الممارسات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية تعتبر عملا من أعمال المنافسة غير المشروعة وقد حددها على وجه الخصوص لا الحصر، وقد ورد ذلك في نص المادة الثانية من قانون المنافسة غير المشروعة الأردني رقم (15) لسنة [2]2000 الذي يبدو أنه نقل حرفيا من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883 تحديدا الفقرة الثانية من المادة العاشرة للاتفاقية. والمشرع الفرنسي عرف المنافسة غير المشروعة من خلال نص المادة (L713-3) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي بأنها « اصطناع أو تقليد علامة منتجات أو خدمات غير متماثلة توجب المسئولية المدنية متى كانت مشهورة»[3]، ومن هنا نجد أن دعوى المنافسة غير المشروعة تستند على جذب جمهور المستهلكين من خلال ترويج أكبر قدر ممكن من الخدمات والمنتجات ضمانا لازدهار التجارة، وعلى ذلك يتنافس التجار ومقدمي الخدمات في ترويج خدماتهم ومنتجاتهم بأفضل المعايير التي تخدم حاجة المستهلك، والمنافسة بهذا الشكل تحقق نفعا لأنها توفر التوازن بين الإنتاج والاستهلاك، ولكن غالبا ما يؤدي هذا التزاحم إلى الخروج عن الإطار القانوني المشروع للمنافسة وذلك بمحاولة جذب جمهور المستهلكين بأي وسيلة كانت دون الاهتمام بمدى مشروعيتها وتسببها بالضرر للغير كأن تحرم المتضرر من زبائن محتملين.[4]

وتبرز هنا مدى أهمية دعوى المنافسة غير المشروعة في حماية التجار ومقدمي الخدمات وكذا جمهور المستهلكين في توفير بيئة آمنة للمنافسة الشريفة التي لا تتنافى

(1) قانون الممارسات التجارية الجزائري رقم (04/02) المؤرخ في 23 يونيو 2004، الصادر في الجريدة الرسمية رقم (41) بتاريخ 27 يونيو 2004.

(2) أنظر نص المادة الثانية من قانون المنافسة غير المشروعة رقم (15) لسنة 2000 والتي تنص على أن «أ- يعتبر عملا من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع الممارسات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية وعلى وجه الخصوص ما يلي :
1. الأعمال التي بحكم طبيعتها تسبب لبسا مع منشاة احد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.
2. الادعاءات المغايرة للحقيقة في مزاولة التجارة والتي قد تسبب نزع الثقة عن منشاة احد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري .3. البيانات أو الادعاءات التي قد يسبب استعمالها في التجارة تضليل الجمهور فيما يتعلق بطبيعة المنتجات أو طريقة تصنيعها أو خصائصها أو كمياتها أو صلاحياتها للاستعمال .4. أي ممارسة قد تنال من شهرة المنتج أو تحدث لبسا فيما يتعلق بمظهره الخارجي أو طريقة عرضه أو قد تضلل الجمهور عند الإعلان عن سعر المنتج أو طريقة احتسابه .
ب. إذا كانت المنافسة غير المشروعة متعلقة بعلامة تجارية مستعملة في المملكة سواء أكانت مسجلة أم غير مسجلة وتؤدي إلى تضليل الجمهور فتطبق في هذه الحالة إحكام الفقرة أ من هذه المادة .
ج. تسري الأحكام الواردة في الفقرتين (أ) و (ب) من هذه المادة على الخدمات حسب مقتضى الحال.»

(3) Romain Gola, *La Régulation de l'internet: Nom de domaine et Droit des marques,* Op.Cit, P211.

(4) G. DECOCQ, *note sous Conseil de la concurrence 9 juin 2000, Com.com.électr*, n° 11, novembre. 2000, P22.

مع القوانين والأعراف، وهذا هو الأصل في المعاملات التجارية أو غيرها، وبالتالي فإن الحياد عن هذا الأصل هو من قبيل المنافسة غير المشروعة التي تصدى لها القانون بمنح الشخص المعتدى عليه الحق في رفع دعوى جبر الضرر الذي لحق به، وعليه تستند دعوى المنافسة غير المشروعة إلى قواعد المسؤولية بشكل عام، كما هو حال دعوى التقليد، كون أن التقليد صورة من صور المنافسة غير المشروعة[1]، والصورة المقصودة في هذه الدعوى هو حصول التباس وخلط لدى جمهور المستهلكين سواء في العالم الواقعي أو الافتراضي[2]، ولمباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة يجب توافر شروط تتعلق بطبيعة أسماء النطاق على شبكة الانترنت وعلاقتها بالعلامة التجارية كإلزامية إثبات ملكية اسم النطاق[3] أو العلامة التجارية ووجود منافسة حقيقية بين اسم النطاق واسم نطاق آخر أو علامة تجارية، بالإضافة إلى هذه الشروط يجب توفر شروط هذه الدعوى في شكلها التقليدي وهي ارتكاب عمل من أعمال المنافسة غير المشروعة والضرر ورابطة السببية، وهذا ما سيتم التفصيل فيه من خلال ما يلي:

أ: المنافسة

يجب أن تكون هناك منافسة حقيقية بين اسم النطاق واسم نطاق آخر أو مع علامة تجارية من حيث التماثل في الخدمات والسلع التي يروجها لدرجة أنه يسبب غش وإيهام لجمهور المستهلكين، فإذا كانت المنافسة على خدمات أو منتجات غير متماثلة أو كان الهدف من استخدام اسم النطاق أو العلامة التجارية لصالح أعمال خيرية فلا يتوفر هنا عنصر المنافسة بين الأطراف[4]، وللقاضي هنا تقدير وجود المنافسة من عدمها وتقدير مدى استفادة المنافسين من شهرتهم على شبكة الانترنت بحيث يحدث الالتباس لدى المستهلك جراء هذا التشابه بين أسماء النطاق متنافسة أو مع علامة تجارية منافسة[5].

ب: ارتكاب عمل من أعمال المنافسة غير المشروعة

إلى جانب وجود عامل المنافسة يجب توافر شرط ضروري لترتب المسؤولية في المنافسة غير المشروعة، وهو قيام المنافس بتصرف يتصف بعدم المشروعية إذ يستعمل المنافس وسائل عديدة لتحويل جمهور المستهلكين من محل المنافس له وهذه الوسائل

(1) زينة غانم عبد الجبار صفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية دراسة مقارنة،(الأردن ،دار الحامد للنشر والتوزيع،2002) ط:1، ص: 64.

(2) مغبغب،ص: 199.

(3) وسيأتي بيان شروط دعوى التقليد لاحقاً.

(4) هلسة، ص: 102.

(5) العطيات، ص:325-326.

تخالف قواعد التعامل التجاري وهو ما يعد خطأ موجبا للمسؤولية[1].

ويقوم الخطأ في المسؤولية التقصيرية على عنصرين أحدهما مادي وهو فعل التعدي والآخر معنوي ويتمثل في الإدراك[2]، وهذا ما أخذ به المشرع الجزائري من خلال نص المادة (124) من القانون المدني الجزائري التي تنص على أن « كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه، ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض» هذا الأساس القانوني المتضمن في نص المادة مكن العديد من التصرفات الخاطئة والضارة بالإفلات من العقاب تحت طائلة أن المسئول عنها لم يقصد عمدا إلحاق الضرر بالمدعي وهذا ما يعيق الحل القانوني للعديد من القضايا التي ينتفي فيها عنصر التعدي مع وجود الضرر[3]، أما المشرع الأردني فوفق إلى حد كبير حين لم يشترط ضرورة توافر الخطأ في الفعل الموجب للمسئولية وإنما اكتفى بأن يفضي أي فعل إلى ضرر لأن الهدف من المسؤولية هو جبر الضرر، وهذا ما تضمنه نص المادة (256) من القانون المدني الأردني التي تنص على أن «كل إضرار بالغير يلزم فاعله ولو غير مميز بضمان الضرر»[4].

ج: الضرر:

يجب أن يؤدي فعل المنافسة غير المشروعة إلى إلحاق ضرر بصاحب اسم النطاق أو العلامة التجارية كانصراف المستهلك عن منتجات وخدمات صاحب اسم النطاق[5]، هذا ما يؤدي إلى خسائر مالية وتشويه صورة اسم النطاق، فالحق في اسم النطاق هو حق مزدوج فمن جهة هو حق مالي يتمثل في الفائدة التي يجنيها صاحب اسم النطاق من استغلال اسمه، ومن جهة أخرى هو حق معنوي لصيق بشخص صاحب اسم النطاق، ومن ثم فإن المساس باسم النطاق يسبب ضررا ماديا ومعنويا لصاحب اسم النطاق في الوقت نفسه، كما أنه لا يشترط لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة أن يكون الضرر محققا بل يكتفي باحتمال وقوع الضرر وهذا بغرض حماية التجارة من أعمال المنافسة غير المشروعة بالنسبة للمستقبل[6].

---

(1) غنام، ص:164-165.

(2) Romain Gola, *La Régulation de l'internet: Nom de domaine et Droit des marques*, Op.Cit, P 213-214.

(3) عبيدات، ص:89.

(4) عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية،(الاردن، دار وائل للنشر، 2005) ط:1، ص:183.

(5) مغبغب، ص:229.

(6) عبيدات، ص:88.

د: رابطة السببية:

تعتبر رابطة السببية ركنا أساسيا في دعوى المنافسة غير المشروعة، لذا يجب أن تقوم رابطة سببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة والضرر، فلا يوجد ضرر بدون حدوث أعمال غير مشروعة ويتم إصلاح الضرر من الفعل الذي سبب حدوثه[1].بناءً على ما سبق اتجه أغلب الفقه إلى اعتبار اسم النطاق علامة مميزة، وعلى ذلك فإن صاحب اسم النطاق له الحق في حماية حقوقه من خلال قواعد المنافسة غير المشروعة إذا وقع الاعتداء عليه، وسنده في ذلك اللبس والخلط لدى جمهور المستهلكين جراء تسجيل اسم نطاق أو علامة تجارية مشابهة تقدم نفس منتجات وخدمات صاحب اسم النطاق المدعي[2]. ويوجد جانب آخر من الفقه ذهب إلى القول بأنه يتم حماية اسم النطاق حسب الغرض الذي أنشئ من أجله، فإذا كان اسم النطاق يمثل علامة تجارية يجوز حمايته بموجب قواعد التقليد المتضمنة في قانون العلامة التجارية، وأما إذا كان اسم النطاق يجسد اسما تجاريا فيجوز حمايته وفقا لقواعد المنافسة غير المشروعة، وأما في حالة عدم تسجيل اسم النطاق لدى وزارة التجارة فيحمى بموجب دعوى المنافسة غير المشروعة[3].

ومن هنا يحق لصاحب اسم النطاق دفع أي اعتداء عن ملكيته للاسم إذا اعتدي عليه بتسجيل لاحق عن طريق اسم نطاق مشابه أو علامة تجارية وذلك بمباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة يطلب من خلالها وقف التعدي أو إلغاء اسم النطاق المشابه أو العلامة التجارية، كما يمكن له أن يطلب نقل اسم النطاق المشابه أو العلامة التجارية لصاحب اسم النطاق.وفي هذا الصدد واعتمادا على قواعد المنافسة قضت محكمة النقض الفرنسية بتاريخ 13 ديسمبر 2005 في قضية اسمي النطاق (locteur.fr) المملوك لشركة سياحية فرنسية واسم النطاق (locateur.com) المملوك لشركة إدارة المحافظ المالية بأنه «لا يمكن نقل أحد أسماء النطاق لشركة أخرى لا توجد بينهما منافسة لاختلاف نشاطهما»[4]، وفي قرار آخر للمحكمة الابتدائية لباريس بتاريخ 6 يوليو 2006 بأن « التقليد الذي يؤدي لوجود التباس بين اسم نطاق والعلامة يتضح من وحدة المنتجات والخدمات المقدمة منهما»[5]، وفي حكم لنفس الجهة القضائية بتاريخ 28 يونيو 2006 الذي يقر بأن « خطر الالتباس متحقق بين اسم النطاق والعلامة عندما تكون المنتجات والخدمات المقدمة واحدة

(1) الخشروم، ص:190.

(2) عبيدات، ص:90.

(3) عبيدات، ص:90-91.

(4) Cass.com, 13 dec 2005, JCP 2006, n 6-7, www.legifrance.gouv.fr

(5) TGI Paris, 6 jan 2006, http://www.legalis.net/jnet.

متطابقة ومتماثلة تماما»[1]، حكم آخر لمحكمة كولون الابتدائية بألمانيا التي منعت استخدام اسمي النطاق (rechtaanwalte-koln.de) و(lawyers.cologne.de) وهما اسما نطاق لشركة محاماة، إذ اعتبرت المحكمة أن استخدام اسمي النطاق المذكورين يعتبر من قبيل المنافسة غير المشروعة لشركات المحاماة الأخرى في مدينة كولون[2].

ثالثا: دعوى التعويض:

تنص المادة (256) من القانون المدني الأردني على أنه : « كل إضرار بالغير يلزم فاعله ولو كان غير مميز بضمان الضرر»، وفي نفس السياق نص القانون المدني الجزائري وبالتحديد نص المادة (124) التي تنص على أنه: « كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه، ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض»، طبقا لهاتين المادتين فإن الحماية المدنية مقررة لكافة الحقوق استنادا للقواعد العامة في المسئولية المتضمنة في القانون المدني، إذ يحق لكل من وقع عليه الاعتداء المطالبة بالتعويض عن الضرر المادي والمعنوي الذي لحق به[3].

وعليه فإنه متى قامت مسئولية الغير عن الاعتداء على اسم النطاق بإحدى صور الاعتداء المعروفة كالقرصنة الالكترونية أو استحداث أسماء نطاق مشابهة أو بتسجيل علامة تجارية متطابقة مع اسم النطاق فكل هذه الممارسات تهدف لإحداث لبس وخلط لدى المستهلك، أو بغرض تحقيق الربح أو مساومة صاحب الحق بقصد بيع اسم النطاق المعتدي له[4]، فمتى ثبتت هذه المسئولية فان صاحب اسم النطاق يستحق التعويض عن الأضرار التي لحقت به، ذلك أن هذا الاعتداء ينتهك الحقوق المشروعة لصاحب اسم النطاق في اسمه مما يؤدي إلى حرمانه من حقوقه الكاملة على اسم النطاق.

وعلى ضوء ما سبق تسمع دعوى التعويض بشأن اسم النطاق بموجب قواعد المسؤولية المدنية على أساس غصب وانتحال مسميات هذا الحق ولما يسببه من ضرر للمالك، كما أنه يجوز للمدعي المطالبة بالتعويض إلى جانب دعوى التقليد أو دعوى المنافسة غير المشروعة، ويقدر التعويض في هذه الدعوى عن الخسارة اللاحقة والكسب الفائت، ويتم احتساب الخسارة اللاحقة بجمع الأرباح وخصم التكاليف أو عن طريق اللجوء إلى الخبرة، ويحسب الكسب الفائت على أساس مقدار الحرمان من بيع المنتجات وتكلفة الخدمات التي

(1) TGI Paris 28 jan 2006, http://www.legalis.net/jnet.

(2) هلسة، ص:103.

(3) الخشروم، ص170.

(4) العطيات،ص:72.

يقدمها اسم النطاق المعتدى عليه أو عن طريق الخبرة[1].

يشير الواقع العملي إلى أنه عرض على القضاء الأردني حوالي ثلاث نزاعات تتعلق بأسماء النطاق، وقد تم اللجوء للقواعد العامة المتعلقة بالمسؤولية وقانون العلامة التجارية للفصل في هذه القضايا.

القضية الأولى لفريق الوحدات الرياضي ضد شركة الوحدات للألبسة، وتتمحور حيثيات هذه القضية في أن شركة بيع الألبسة الرياضية قامت بتسجيل اسم النطاق تحت اسم الوحدات، وباشرت هذه المؤسسة المدعى عليها عملها على أساس تسويق الألبسة، ومن ثم قامت بإعادة توجيه نشاطها على شبكة الانترنت نحو الترويج لكل ما يتعلق بالمدعي من نقل للأحداث الرياضية والتسويق لمنتجاته. قام فريق الوحدات برفع دعوى قضائية ضد هذه المؤسسة، بغرض وقف استعمال اسم النطاق، وبعد نظر المحكمة في حيثيات القضية ومراسلة مركز تكنولوجيا المعلومات الوطني الأردني للاستفسار حول الغرض الذي أنشئ من أجله اسم النطاق. قضت المحكمة بوقف العمل باسم النطاق ونقله للمدعي على أساس تقليد العلامة التجارية للمدعي، مع الحكم بالتعويض جبرا للضرر الذي أصاب المدعي جراء فعل التقليد الذي ألحق بالمدعي خسائر مالية.[2]

القضية الثانية تعود حيثياتها لنزاع حول اسم النطاق (www.hanania.jo) بين شركتين تملكان العلامة التجارية «حنانية»، تدعي الشركة الأولى بأحقيتها على اسم النطاق المسجل من الشركة الثانية المدعى عليها، وبعد نظر المحكمة في النزاع حكمت بأحقية المدعى عليها في استعمال اسم النطاق (www.hanania.jo) ورفض طلبات المدعي على أساس أن علامتها التجارية «حنانية» تعتبر لاغيه لعدم تجديدها[3].

وما تجدر الإشارة إليه أن هذه الدعاوى ليست كافية لتوفير حماية قانونية لأسماء النطاق، إزاء التعديات التي يتعرض لها أسماء النطاق وخاصة منها ما يتعلق بشبكة الانترنت، إذ أنها تمثل الحلول القانونية الممكنة المتضمنة في القوانين الوطنية والتي تختص بالعلامة التجارية وحقوق الملكية الفكرية الأخرى، كما أن معايير الالتباس متروك تقديرها للقاضي، وهذا ما يؤثر سلبا على توحيد التعامل مع قضايا التعدي، لعدم وجود مرجعيات خاصة يلجأ إليها

(1) عبيدات، ص:94.

(2) قضية رقم (2015 / 3615) مدعي عام عمان في 20 مايو 2015. الباحث تعذر عليه الحصول على نسخة من قرار المحكمة، وإنما تم بحث ذلك مع مسئول مركز أسماء النطاق على مستوى مركز تكنولوجيا المعلومات الوطني الأردني بتاريخ: 10/06/2015.

(3) قضية رقم (2014 / 629) محكمة بداية عمان في 27 فبراير 2014. الباحث تعذر عليه الحصول على نسخة من قرار المحكمة، وإنما تم بحث ذلك مع مسئول مركز أسماء النطاق على مستوى مركز تكنولوجيا المعلومات الوطني الأردني بتاريخ: 10/06/2015.

القاضي الوطني، ومن هنا تبرز أهمية إصدار قانون خاص متعلق بأسماء النطاق.وفي الأخير يتبين أن اللجوء للقضاء الوطني من أجل تسوية منازعات أسماء النطاق، قد يواجهه الكثير من الصعوبات كطول إجراءات التقاضي والنفقات الكبيرة التي تتطلبها هذه القضايا، وهذا ما يجعل صاحب اسم النطاق قد يلجأ لتسوية النزاع وفق قواعد السياسة الموحدة (UDRP) التي تتيح له فرصة تسوية النزاع في آجال قصيرة ونفقات أقل.

المبحث الثاني:

حماية أسماء النطاق وفق الإجراءات البديلة

يعتبر إجراء السياسة الموحدة لتسوية النزاعات (UDRP) المطبق على النطاقات العامة النوعية من طرف مؤسسة الانترنت للأسماء والأرقام المخصصة (ICANN) أولى الإجراءات البديلة لتسوية النزاعات في مجال أسماء النطاق(المطلب الأول)، ويتمحور هذا الإجراء حول قانون العلامة التجارية، وبالفعل كان هدف هذا الإجراء حماية أصحاب العلامات التجارية ضد بعض الممارسات المتكررة مثل القرصنة الإلكترونية، أما فيما يخص أسماء النطاق الوطنية هناك بعض الدول من تبنت الإجراءات البديلة لتسوية النزاعات وهي إجراءات مستوحاة من إجراء السياسة الموحدة لتسوية النزاعات (UDRP) ولقد لجأت إلى استعمالها كما هي بشكل طوعي أو عدلت طريقة تطبيقها، والبعض الآخر من الدول رفض أن يكون طرفا في تسوية النزاعات المتعلقة بأسماء النطاق (المطلب الثاني).

المطلب الأول: إجراء السياسة الموحدة لتسوية النزاعات (UDRP) المطبق من طرف (ICANN)

لم تظهر الإجراءات البديلة لتسوية النزاعات إلا بعد استحداث (ICANN)، في وقت كانت أسماء النطاق مستعملة منذ فترة طويلة، وإن ما جلب انتباه كل الفاعلين بتنظيم شبكة الانترنت هو كثرة النزاعات بين أصحاب أسماء النطاق وأصحاب العلامات التجارية، حيث أجرت المنظمة العالمية للملكية الفكرية (OMPI)[1] دراسة حول النزاعات ذات الصلة بأسماء النطاق بناءا على طلب (ICANN) ما تطلب القيام بدراسة لمشاكل العلامات التجارية وحمايتها وكذا وضع أسس وقواعد لتحقيق حلول لها[2]. وكانت هذه الدراسة سببا لاستحداث إجراءات السياسة الموحدة من

(1) و تسمى هذه المنظمة بالانجليزية: The World Intellectuel Organisation وقد أنشأت هذه المنظمة في عام 1967 في السويد وأصبحت تابعة للأمم المتحدة في عام 1974 ومقرها جنيف بسويسرا، وتظم هذه المنظمة حاليا 177 دولة، تختص هذه المنظمة بقضايا الملكية الفكرية عموما. وللمزيد من التفاصيل راجع موقع المنظمة على الرابط التالي: www.wipo2.wipo.int

(2) لندة يشوي، الإشكالات القانونية الناشئة عن استعمال أسماء المواقع الالكترونية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية،2009 ، العدد : 3 ، ص: 498.

قبل ICANN في العام 1999، ولا يكمن هدف هذا الإجراء في حل كل النزاعات المتعلقة بأسماء النطاق إنما جاء للقضاء على ممارسة القرصنة الإلكترونية، التي تسببت في النزاع بين أصحاب أسماء النطاق وأصحاب العلامات التجارية[1]. لكنه وفي 28 جوان 2000 قامت (OMPI) بدراسة ثانية لوضع نظام آخر لحل الإشكالات المتعلقة بالملكية الفكرية لأسماء النطاق التي لم يشر إليها في النظام الأول، دخل هذا النظام حيز التطبيق في شهر جويلية من العام 2000[2]،إن إجراءات السياسة الموحدة الموضوعة من طرف (ICANN) تطبقها هيئات مختلفة مكلفة بتطبيق مبادئ عامة للإجراء، وعدد هذه الهيئات هو أربع موزعة كالتالي:

1. مركز التحكيم والوساطة التابع للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (OMPI) ومركزه في سويسرا.
2. منتدى التحكيم الوطني والمعهد الدولي للوقاية من النزاعات وتسويتها (CPR) ومقره الولايات المتحدة الأمريكية،
3. المركز الآسيوي لتسوية منازعات أسماء النطاق ومقره الصين و هونكونغ.
4. محكمة التحكيم الوطنية (NAF).[3]

ترتكز إجراءات السياسة الموحدة لتسوية النزاعات (UDRP) المطبقة من هيئات تسوية النزاعات السالفة الذكر على فصلين قانونيين، يتضمن الأول ما يلي « سياسة حل منازعات أسماء النطاقات الموحدة» ويتعلق الأمر بمبادئ عامة للإجراء، أما الفصل الثاني يتضمن قواعد تطبيق هذا الإجراء ويسمى «قواعد سياسة تسوية منازعات أسماء النطاق الموحدة»، يقضي إجراء السياسة الموحدة لتسوية النزاعات (UDRP) تطبيق المبادئ العامة على أسماء النطاق المسجلة ضمن النطاقات العامة النوعية (.com) و(.net) و(.org)، ويتم فرضها على أصحاب أسماء النطاق المسجلة ضمن هذه النطاقات بواسطة عقد تسجيل موقع بين صاحب اسم النطاق ومكتب التسجيل وبالتالي يقبل صاحب اسم النطاق في حال وجود نزاع أن يتم تسويته من طرف هيئة تسوية النزاعات بتطبيق إجراء السياسة الموحدة لتسوية النزاعات (UDRP) الذي قد يقوم بوقف أو إلغاء أو تحويل اسم النطاق الخاص به[4].يهدف هذا الإجراء إلى تسوية حالات القرصنة الإلكترونية والتسجيلات التعسفية التي تمس بحقوق الآخرين، ولا تهدف هذه الإجراءات إلى تسوية النزاعات بين أصحاب الحقوق المتنافسة، ولهذا السبب تتجه القواعد الأساسية لإجراء السياسة الموحدة لتسوية النزاعات (UDRP) بشكل بديهي نحو

(1) Claire Albrechtson*, Définition et nature juridique du nom de domaine*, Op.Cit, P20.

(2) يشوي،ص:499.

(3) Claire Albrechtson, *Définition et nature juridique du nom de domaine*, Op.Cit, P20.

(4) غنام، ص: 202-208، أنظر كذلك: العطيات، ص:366-368. أنظر كذلك: سرحان، ص:360.

حماية أصحاب العلامات التجارية[1]، وبالفعل حتى يتمكن رافع الشكوى من استرجاع حقوقه أمام هيئة تسوية النزاعات عليه إتباع الإجراءات الآتية:

الفرع الأول: حالات اللجوء لإجراء السياسة الموحدة لتسوية النزاعات:

أوجبت المادة الرابعة[2] من السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق توافر ثلاث شروط مجتمعة حتى يخضع النزاع لهذه السياسة، بحيث يقع إثبات توافر هذه الشروط على عاتق المشتكي، وتنحصر هذه الشروط في الآتي:

أ: إثبات التطابق والتشابه بشكل يؤدي للالتباس لدى جمهور المستهلكين

يشترط لخضوع النزاع لإجراءات السياسة الموحدة (UDRP) أن يثبت المشتكي أن تسجيل اسم النطاق أو العلامة التجارية من جانب الغير يتماثل أو يتشابه مع اسم نطاقه أو علامته التجارية، بحيث أن هذا التسجيل ينتج عنه التباس وخلط لدى جمهور المستهلكين، حيث يخضع تقدير هذا التماثل والتشابه للجنة تسوية النزاعات المكلفة بالنظر في موضوع الشكوى، وتقدر التماثل والتشابه على أساس المظهر العام دون الدخول في التفصيلات الخاصة لكل من العناصر المتنازعة[3].

ب: إثبات أن صاحب اسم النطاق لا يملك الحق والمصلحة مشروعة منه

تتطلب قواعد السياسة الموحدة (UDRP) لقبول الشكوى المتعلقة باسم النطاق، إثبات صاحب اسم النطاق أو العلامة التجارية أن مسجل اسم النطاق أو العلامة التجارية ليس له أي حق أو مصلحة مشروعة من ذلك، والحق في اسم النطاق أو العلامة التجارية يستند لقاعدة الأسبقية في التسجيل، فإن من يسبق في تسجيل اسم النطاق يكون صاحب الحق فيه والحقوق المتفرعة عنه، ونفس الشيء بالنسبة للعلامة التجارية، لذا فصاحب هذا الحق له الاعتراض على التسجيل اللاحق لاسم نطاقه أو علامته التجارية. أما المصلحة

(1) العطيات، ص:369.

(2) أنظر الفقرة (أ) من نص المادة الرابعة من السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق التي تنص على مايلي» الإجراء الإداري الإلزامي: أ-النزاعات القابلة للتطبيق: مطلوب من صاحب اسم النطاق الخضوع= =للإجراء الإداري بصفة إلزامية، في حال قيام طرف ثالث(مقدم الشكوى) بإثبات التعدي وفقا للإجراء، أن يكون: 1- اسم نطاق المشتكي عليه مطابق أو مشابه بصورة مشوشة لعلامة تجارية أو علامة خدمة التي يكون لمقدم الشكوى حقوقا عليها 2- لا يوجد لصاحب اسم النطاق حقوق أو مصالح مشروعة فيما يتعلق باسم النطاق 3- قد تم تسجيل اسم نطاق المشتكي عليه و تم استغلاله بسوء نية. خلال الإجراء الإداري يجب أن يثبت مقدم الشكوى وجود كل عنصر من هذه العناصر الثلاثة. لمراجعة قواعد السياسة الموحدة (UDRP) راجع موقع (ICANN) على الرابط التالي: http://www.icann.org/ar/dndr/udrp/policy-ar.htm آخر زيارة للموقع: 12/02/2016.

(3) غنام، ص:217.

المشروعة لمسجل اسم النطاق تتمثل في حالات وردت في الفقرة (ج)[1] من المادة الرابعة من قواعد السياسة الموحدة (UDRP) وهي كالآتي:

1. أن يثبت صاحب اسم النطاق أنه قبل علمه بوجود نزاع يتعلق باسم نطاقه، قد استخدمه بالفعل وبحسن نية لعرض منتجات وخدمات من خلاله أو أنه قام بإجراءات تدل على التجهيز لاستخدامه.
2. إثبات صاحب اسم النطاق أنه مشهور باسم النطاق المتنازع عليه.
3. إثبات صاحب اسم النطاق أنه قد استغل اسم نطاقه استغلالا غير تجاري لا يهدف إلى تحقيق الربح عن طريق تحويل عملاء محتملين لموقعه، أو لديه نية الإضرار بعلامة الخدمة ذات العلاقة.[2]

ج: إثبات أن اسم النطاق تم تسجيله أو استعماله بسوء نية

يشترط أخيرا لخضوع النزاع إلى إجراءات السياسة الموحدة (UDRP) إثبات سوء نية المشتكى عليه عندما سجل اسم النطاق أو العلامة التجارية، وقواعد السياسة الموحدة (UDRP) أولت أهمية بالغة لمصطلح سوء النية وقد ترجم هذا الاهتمام بما تضمنته الفقرة (ب)[3] من نص المادة الرابعة من قواعد السياسة الموحدة (UDRP) التي حددت أربع حالات

---

(1) أنظر الفقرة (ج) من نص المادة الرابعة من السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق والتي تنص على ما يلي : **كيفية إثبات الحقوق أو المصالح المشروعة الخاصة بك في اسم النطاق** ردا على إحدى الشكاوى.عند تلقي شكوى، يجب أن تشير إلى الفقرة 05 من قواعد لائحة الإجراءات فيما يخص تحديد الطريقة التي ينبغي بها إعداد الرد الخاص بك .أي ظرف من الظروف التالية، على وجه الخصوص ولكن بلا حصر، إذا وجد من قبل اللجنة أنها تستند على أساس تقييم جميع الأدلة المقدمة، ستثبت الحقوق أو المصالح المشروعة الخاصة بك لاسم النطاق لأغراض الفقرة04 (أ)(ii): 1- قبل تقديم أي إشعار لك بشأن النزاع، استخدامك، أو التحضير لاستخدام اسم النطاق أو اسم مماثل لاسم النطاق فيما يتعلق بحسن نية تقديم السلع أو الخدمات؛ أو2 - أنك تعتبر(بصفتك الفردية، أو التجارية، أو بكونك أي منظمة أخرى) معروفًا لاسم النطاق، وحتى لو لم تحصل على أي حقوق في علامة تجارية أو علامة خدمة؛ أو3 - أنك تقوم باستخدام مشروع غير تجاري أو عادل لاسم النطاق، بدون نية تحقيق مكاسب تجارية لتضليل المستهلكين أو لتشويه العلامة التجارية أو علامة الخدمة موضع النقاش. . لمراجعة قواعد السياسة الموحدة (UDRP) راجع موقع (ICANN) على الرابط التالي:
http://www.icann.org/ar/dndr/udrp/policy-ar.htm. مرجع سابق

(2) غنام، ص:225، أنظر كذلك: العطيات، ص:375-376.

(3) أنظر الفقرة (ب) من نص المادة الرابعة من السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق والتي تنص على ما يلي : (ب) **دليل التسجيل والاستعمال عن سوء نية** استنادا إلى الفقرة04 (أ)(iii)، ستعتبر الظروف التالية، على وجه الخصوص ولكن بلا حصر، إذا وجدت من قبل اللجنة، دليلا للتسجيل واستعمال اسم نطاق عن سوء نية: 1- الظروف التي تشير إلى أنك قد قمت بتسجيل أو اكتساب اسم النطاق أساسا لغرض البيع والتأجير، أو نقل تسجيل اسم النطاق إلى مقدم الشكوى الذي يعد صاحب العلامة التجارية أو علامة الخدمة أو إلى أحد منافسي مقدم الشكوى هذا مقابل تعويض مالي ذي قيمة كبيرة زيادة عن التكاليف الموثقة الخاصة بك والتي ترتبط مباشرًة باسم النطاق؛ أو2- أنك قد سجلت اسم النطاق لمنع مالك العلامة التجارية أو علامة الخدمة من استخدام العلامة في اسم نطاق مماثل، شريطة تورطك في مثل هذا النمط من السلوك، أو3 - أنك قد سجلت اسم النطاق أساسا بغرض تعطيل أعمال أحد المنافسين؛ أو4 - عن طريق استخدام اسم النطاق، قد حاولت عدا جذب

إذا توافرت إحداها يتحقق معها حالت سوء النية[1]، وتتمثل هذه الحالات في الآتي:

1. تسجيل اسم النطاق بغرض البيع أو الإيجار لمالك علامة تجارية مقابل ثمن مرتفع يتجاوز نفقات التسجيل.
2. تسجيل اسم النطاق بهدف منع مالك العلامة التجارية أو علامة الخدمة من تسجيلها واستعمالها كاسم نطاق على شبكة الانترنت.
3. تسجيل اسم نطاق بهدف تعطيل عمل منافس.
4. تسجيل اسم نطاق بهدف تحويل عملاء محتملين ومن أجل تحقيق ربح عن طريق إحداث لبس وخلط لديهم وجعلهم يعتقدون أن اسم النطاق المسجل يمثل علامة تجارية أو علامة خدمة.[2]

هذه الحالات على سبيل المثال لا الحصر وبالتالي تتمتع لجنة تسوية النزاعات بسلطة تقديرية في تقرير توافر حالات أخرى لسوء النية، وهذا ما يمكن استقراؤه من قرارات لجنة تسوية النزاعات الصادرة في هذا الشأن[3]، إذ توصلت هذه اللجنة إلى أن سوء النية يقترن بتقديم صاحب اسم النطاق لمعلومات مضللة كاذبة عن هويته أو إهمال المشتكى عليه في الرد على ادعاءات المشتكي، كما يمكن اعتباره عمل من أعمال سوء النية تسجيل الشخص لعدة أسماء نطاق وهذا يدل على نيته في الاتجار بها، كما أنه يعتبر من قبيل سوء النية تسجيل اسم نطاق دون استغلاله في أي نشاط[4].

الفرع الثاني: إجراءات تسوية النزاعات:

تبدأ إجراءات تسوية منازعات أسماء النطاق وفق السياسة الموحدة (UDRP) بتقديم شكوى من المشتكي متضمنة بيانات معينة، يتم التأكد من موافقتها لقواعد السياسة الموحدة (UDRP) من طرف الهيئة التي تنظر في النزاع، ثم تقوم هذه الهيئة بإخطار المشتكى عليه للرد على ما جاء في الشكوى، وتفصل الهيئة بعد ذلك في النزاع وفق قواعد السياسة الموحدة (UDRP)، وهذا ما سيتم بيانه في الآتي:

مستخدمي الإنترنت لموقع الويب الخاص بك أو غيرها من المواقع على الإنترنت، لتحقيق مكاسب تجارية، عن طريق خلق احتمال الخلط مع علامة مقدم الشكوى فيما يخص المصدر، أو الرعاية، أو الارتباط، أو تأييد من موقعك على الويب أو عنوانك أو الموافقة= = من قبل منتج خاص بك أو خدمة على موقع الويب أو عنوانك. لمراجعة قواعد السياسة الموحدة (UDRP) راجع موقع (ICANN) على الرابط التالي:
مرجع سابق .http://www.icann.org/ar/dndr/udrp/policy-ar.htm

(1) غنام، ص:226، أنظر كذلك: العطيات، ص:382.

(2) رامي محمد علوان، النزاعات حول العلامات التجارية وأسماء مواقع الانترنت، مجلة الشريعة والقانون، 2005،العدد:22 ،الإمارات العربية المتحدة، ص:313.

(3) أنظر في ذلك لاحقاً : حالات عملية تسوية النزاعات عن طريق إجراء السياسة الموحدة (UDRP)

(4) غنام، ص:227-230، أنظر كذلك: العطيات، ص:383-385.

أ: إيداع الشكوى:

تتم تسوية منازعات أسماء النطاق عن طريق السياسة الموحدة (UDRP) وفق إجراءات يجب على المشتكي إتباعها في تقديم شكواه، وهي أن يقوم المشتكي باختيار أحد مراكز التسوية الأربعة السابق ذكرها، ويمكن تقديم الشكوى ورقيا أو إلكترونيا بما لا يزيد عن عشرة (10) صفحات أو (3000) كلمة، ويجب تضمين الشكوى بعدة بيانات تتطلبها قواعد السياسة الموحدة (UDRP) وهي كالآتي:

1. بيانات شخصية عن المشتكي.
2. أدلة تدعم ملكية المشتكي لاسم النطاق أو العلامة.
3. بيان تعيين لجنة تسوية النزاعات، أي لجنة أحادية أو ثلاثية.
4. البيانات الشخصية المتعلقة بالمشتكى عليه.
5. تعيين اسم النطاق أو العلامة محل النزاع.
6. بيان اسم النطاق أو العلامة المعتدى عليها، مع بيان المنتجات والخدمات التي تمثلها.
7. بيان الأسس التي بنيت عليها الشكوى، كأن يثبت صاحب اسم النطاق أنه تعرض للقرصنة الالكترونية، أو أن اسم النطاق محل النزاع يتشابه مع اسم نطاق آخر.[1]

ب: إخطار المشتكى عليه:

بعد إيداع الشكوى، تقوم لجنة تسوية النزاعات المختارة بفحص وتدقيق الشكوى المقدمة والتأكد من موافقتها لقواعد السياسة الموحدة (UDRP)، فإذا كانت مستوفية لجميع القواعد يتم تبليغ المشتكى عليه بإرسال نسخة من الشكوى، ويكون ذلك بعد ثلاث (03) أيام من استلام الشكوى وسداد الرسوم اللازمة.[2]

ج: اللائحة الجوابية:

يجب على المشتكى عليه الرد على الشكوى بلائحة جوابية خلال عشرين (20) يوما من إعلامه بالشكوى، إذ يجب على المشتكى عليه أن يضمن في لائحته الجوابية دفاعه حول الادعاءات التي وردت في الشكوى على أساس أن استخدامه لاسم النطاق أو العلامة التجارية عمل مشروع، وله أن يبدي رأيه في تشكيل اللجنة كأن يطلب أن تكون اللجنة ثلاثية، وفي حال لم يقم المشتكى عليه بالرد على التبليغ فإن لجنة النزاعات تقضي في

(1) Romain Gola, La Régulation de l'internet: Nom de domaine et Droit des marques, Op.cit, P344-362.

(2) غنام، ص:238، أنظر كذلك: طاهر، ص:242.

النـزاع بمـا ورد مـن طلبـات فـي الشـكوى.[1]

د: نظر النزاع وإصدار القرار:

يصدر قرار المحكم أو اللجنة الثلاثية خلال أربعة عشرة (14) يوما من تاريخ بدء إجراءات النظر في الشكوى، في الأحوال العادية وغياب الظروف الاستثنائية، ويجب أن يصدر القرار مكتوبا ومسببا وأن يكون منطوق القرار إما بنقل أو شطب اسم النطاق أو العلامة التجارية، أو رفض الشكوى، ويتم إعلام الأطراف بقرار اللجنة خلال ثلاث (03) أيام من صدوره. [2]

ه: تنفيذ القرار:

يتـم تنفيـذ القـرار خـلال عشـرة (10) أيـام مـن إعلانـه، مـا لـم يقـم أحـد الأطـراف بمباشـرة دعـوى قضائيـة أمـام المحاكـم الوطنيـة، وعليـه يجـب أن تقـدم نسـخة مـن صحيفـة الدعـوى تثبـت ذلـك قبـل انقضـاء عشـرة (10) أيـام مـن صـدور القـرار، ومـن هنـا يكـون قـرار اللجنـة موقـوف النفـاذ ويتـم إيقـاف اسـتعمال أسـم النطـاق إلـى غايـة صـدور الحكـم مـن المحكمـة، أمـا إذا لـم يتـم مباشـرة أي دعـوى قضائيـة يتـم التنفيـذ عـن طريـق إرسـال نسـخة مـن القـرار إلـى مـزود الخدمـة الـذي قـام بتسـجيل اسـم النطـاق لتنفيـذ مـا جـاء فـي القـرار، ويتـم بعـد ذلـك نشـر القـرار كامـلا علـى مواقـع الانترنـت.[3]

مـن هنـا يظهـر أن هـذا الإجـراء يضـل اللجـوء إليـه مقتصـرا علـى أصحـاب العلامـات التجاريـة حصريـا، ويمكـن أن يلاحـظ أن بعـض الـدول خاصـة الولايـات المتحـدة الأمريكيـة تعتـرف بوجـود علامـة تجاريـة قابلـة للحمايـة مـع غيـاب التسـجيل، يحظـى هـذا الإجـراء بشـعبية كبيـرة وسـط أصحـاب العلامـات التجاريـة لأنـه يخدمهـم بشـكل كبيـر، إذ أن حوالـي 80 % مـن النزاعـات تسـوى لفائـدة رافعـي الشـكاوى مـن أصحـاب العلامـات التجاريـة، فضـلا علـى أن الإجـراء بسـيط كونـه قابـل للمباشـرة عـن طريـق الانترنـت كمـا أنـه غيـر مكلـف، ويفصـل فـي النـزاع مـن خبيـر إلـى ثلاثـة خبـراء بـدون الحاجـة إلـى حضـور الأطـراف المتنازعـة.

الفرع الثالث: حالات عملية تسوية النزاعات عن طريق إجراء السياسة الموحدة (UDRP):

سـنعرض فيمـا يلـي بعـض الشـكاوى التـي تـم تسـويتها عـن طريـق إجـراء السياسـة الموحـدة (UDRP) وهـي كالآتـي:

أ: قضية شركة (France Telecom)، وتتلخص حيثيات هذه القضية في أن شركة أمريكية قامت بتسجيل اسمي النطاق (www.pagesjunes.com) و(www.pagesjunes.org)،

(1) طاهر، ص:242.

(2) غنام، ص:239-241.

(3) طاهر، ص:242.

احتجت الشركة الفرنسية لدى (OMPI) بأحقيتها في اسمي النطاق المسجلين على أساس ملكيتها للعلامة التجارية (Pages Junes)، وبعد النظر في الشكوى قرر مركز (OMPI) رفض نقل اسمي النطاق إلى الشركة الفرنسية بحجة أن العلامة (Pages Junes) اسم عام ولا يعد علامة تستوجب الحماية.[1]

ب: قضية بلدية (Wille de Paris)، رفعت هذه البلدية شكوى ضد (Jaff Walter) لقيامه بتسجيل اسم النطاق (www.parvi.org) الذي يتوافق مع العلامة التجارية (Pravi) المملوكة للبلدية، ونظرا للتشابه الكبير بين اسم النطاق والعلامة التجارية الذي قد يسبب لبس وخلط لدى المستهلك، وبعد التأكد من أسبقية تسجيل العلامة التجارية قرر مركز (OMPI) نقل اسم النطاق (www.parvi.org) إلى بلدية باريس (Wille de Paris).[2]

ج: قضية الكاتبة البريطانية (Jeannette Winterson)، رفعت هذه الكاتبة شكوى ضد مجموعة من الأشخاص قاموا بتسجيل أسماء النطاق تتكون من اسمها وهي (jeannettewinterson.com) و(jeannettewinterson.net)
و (jeannettewinterson.org)، وبعد النظر في الشكوى من طرف (OMPI) قررت بنقل أسماء النطاق المسجلة إلى الكاتبة وحجتها في ذلك أن اسم الكاتبة يعد اسما يتمتع بشهرة عالمية مما يستوجب حمايته.[3]

د: وفي قرار آخر لـ (OMPI) تم رفض نقل اسم النطاق (www.madame.com) لمقدم الشكوى على أساس أن الاسم (madame) اسم شائع وعام ولا تتوفر فيه الصفة التمييزية لذا فهو لا يتمتع بالحماية.[4]

تقييم اجراءات السياسة الموحدة:

من الواضح أن استحداث الايكان كان له بالغ الأثر في حماية حقوق مالكي أسماء النطاق ، وهو ما انعكس أيضاً على حماية حاملي العلامة التجارية،وقد كان لإجراءات السياسة الموحدة التي أقرت دور كبير في فض المنازعات الحقوقية المتعلقة بسوء استعمال اسم النطاق،أو الاعتداء عليه،بل امتد الامر لفض التنازع المتوقع بين اسم النطاق وبين العلامة التجارية.

ولا يجرح مما سبق أن إعمال قواعد وإجراءات السياسة الموحدة منوط بإرادة أطراف النزاع، إذ أن هذا هو حال كل القواعد البديلة عن القانون لفض المنازعات،كالتحكيم

(1) أنظر في ذلك: http://www.wipo.int/services/ar/index.html#disputes تاريخ زيارة الموقع: 12/10/2015

(2) ذات الاشارة السابقة.

(3) ذات الاشارة السابقة.

(4) ذات الاشارة السابقة.

والوساطة، إذ يغدو اللجوء الى هذه الاجراءات استثناءً عن الأصل وخروجاً عن القواعد الاجرائية العامة، والمتتبع لكنه هذه القواعد البديلة وتركيبها سيلحظ مدى تخصصها وملائمتها للمسائل الناجمة عن منازعات اسماء النطاق،لذا فإن اللجوء الاختياري لها قد يكون ضرورة تفرضها ملائمة هذه الاجراءات والبعد عن عقم القواعد القانونية العامة.

ويحسب لهذه الإجراءات أنها تطلبت لقبول الخصومة أن يثبت المشتكى سوء نية المشتكى عليه،بحيث لا يغدو الاختصام كيدياً أو لا طائلة منه، فلا يكفي الاعتداء أو سوء الاستعمال بل يجب أن يكون ذلك مشفوعاً بقصد الإضرار وبسوء النية، كما أن هذه الاجراءات وضعت أمثلة إذا تحققت فرضياتها كان المشتكى عليه سيء النية، وبجعل هذه الفرضيات أمثلة لا حالات محددة حصراً فإن هذه الاجراءات توسع هامش تقدير هيئة الحكم لسوء نية المشتكى عليه أو حسنها.

وإذا كان رائد هذه الأجراءات هو حماية حقوق أصحاب العلامات التجارية/اسماء النطاق ولئن كانت هذه الاجراءات سلسة وغير مكلفة ، لكن يؤخذ عليها أنها توقف صلاحيات هيئة الحكم عند حد شطب العلامة/الاسم أو نقله أو رفض الشكوى،ولا يتعدى الأمر ذلك،فلا يملك المشتكى إن ثبت صحة ادعائه أن يطلب الحكم له بالتعويض وفقاً لهذه الإجراءات،هذا فضلاً عن أن الحكم الصادر لا يملك حجية أمام القضاء الوطني ،إذ بمجرد رفع دعوى قضائية فسيترتب حكماً وقف مفعول الحكم الاجرائي البديل.

ثم ماذا لو رفض المشتكى عليه الانقياد لإجراءات السياسة الموحدة سالفة الذكر؛ فإذا كان إعمال هذه الاجراءات اختيارياً فإن حل النزاع وفقها سيظل منوطاً بإرادة طرفي النزاع، فضلاً عن أن الاجراءات ذاتها لم تبين أثر رفض تطبيق الاجراءات،وآليته،وأثره على الحكم الصادر بموجبها،والقيمة القانونية لهذا الرفض.

خاتمة:

لما غدت أسماء النطاق نظاماً قانونياً جديداً ومستقلاً بذاته بعيداً عن المفاهيم المختلفة التي استقرت في القانون، وأمام القصور الواضح في التنظيم القانوني لمختلف جوانب هذه المفردة القانونية سواء على صعيد التشريعات الوطنية أو الهيئات الدولية أو حتى في الدراسات الفقهية فقد صار من الملِّح دفع الاعتداءات التي تطال أسماء النطاق وتكبد مالكيها خسائر باهظة.

وقد كانت حماية أسماء النطاق في القضاء الوطني والهيئات الدولية تقتصر على إسقاط قواعد العلامات التجارية على هذه الاسماء ،وهو ما يضر بمصالح أصحاب أسماء النطاق ، على نحو يجعل من الاعتراف بأحقية أسماء النطاق بقانون خاص بها ضرورة جدية ، وتالياً نعرض ما خلص اليه بحثنا من نتائج وتوصيات:

النتائج:

أولاً: الجانب القانوني الذي اكتسبه اسم النطاق جعل منه يشكل محورا رئيسيا للبحث والدراسة من طرف الفقه والقضاء، وهذا لما لاسم النطاق من آثار قانونية كبيرة على مالكه وعلى الغير، كأن يكون صاحب اسم النطاق عرضة للاعتداء أو يشكل اعتداء على حقوق مشروعة، إضافة إلى ذلك أصبحت أسماء النطاق تمثل واجهة للمؤسسات والشركات لبسط نشاطاتها المختلفة في كافة المجالات.

ثانياً: إزاء تفاقم ظاهرة الاعتداء على أسماء النطاق كان لابد من البحث في وسائل حمايتها، ولمواجهة هذا التحدي وجد أصحاب أسماء النطاق ضالتهم في اللجوء إلى القضاء الوطني بإقامة الدعاوى المدنية التي تستند على بعض القواعد العامة في المسؤولية وكذلك الاستعانة بقواعد حماية العلامة التجارية كدعوى التقليد ودعوى المنافسة غير المشروعة، أما على الصعيد الدولي وضعت (ICANN) و (OMPI) آلية موحدة لتسوية النزاعات وألزمت مسجلي أسماء النطاق بالخضوع لها، إلا أن قرارات هذه الهيئة تفتقر إلى الإلزامية، كما أن القضاء الوطني والدولي لا يقدم حلولا كافية لحماية أسماء النطاق لأن هذه القواعد لم توضع لحماية أسماء النطاق وإنما لحماية أصحاب العلامة التجارية، وهذا ما يفسر تسوية أغلب النزاعات لصالح أصحاب العلامات التجارية على حساب أسماء النطاق.

التوصيات:

أولاً: أن يتدخل المشرع الوطني(الاردني،الجزائري)صراحة في تحديد النظام القانوني لأسماء النطاق، وألا يتوقف عند حد وضع الشروط والأحكام التي تفرض على طالب التسجيل دون مراعاة مصالح صاحب اسم النطاق والغير، ويتحقق ذلك من خلال مشروع قانون أصيل يضمن الحماية الكاملة والشاملة لأسماء النطاق والحقوق المتعلقة بها.

ثانياً: أن يتسنم المشرع الوطني (الاردني،الجزائري)إجراءات السياسة الموحدة التي صاغتها الايكان(ICANN) ،ويدخلها في التشريعات المعمول بها بتصرف، بحيث يضمن فعالية هذه الإجراءات ومراعاتها لخصوصية منازعات أسماء النطاق.

ثالثاً: أن يستحدث المشرع الوطني (الاردني،الجزائري)هيئة أو جهة مختصة ومتخصصة بفض النزاعات الناشئة أو المتعلقة بسوء استعمال أسماء النطاق،ويجعل اللجوء اليها إجبارياً قبل أي اختصام قضائي بشأن هذه النزاعات.

رابعاً: تعديل القصور الذي شاب اجراءات السياسة الموحدة لتسوية النزاعات (UDRP) ؛فهي إجراءات قاصرة تساهم في طول إجراءات التقاضي لأنها تمنح الصلاحية للأطراف المتنازعة طرح النزاع أمام القضاء في أي مرحلة وصل إليها إجراء السياسة الموحدة (UDRP)، فكان من الأولى أن تكون قرارات (ICANN) نهائية مع إمكانية الطعن فيها أمام المحاكم الوطنية.

رابعـاً: التنسـيق الفعـال بيـن الهيئـات الفاعلـة فـي مجـال أسـماء النطـاق، والمتمثلـة فـي مـزودي الخدمـات ومقدمـي خدمـات التسـجيل ووزارة التجـارة الصناعـة، ويتحقـق ذلـك بوضـع نظـم معلومـات حديثـة تكفـل تبـادل المعلومـات أثنـاء عمليـة التسـجيل أو بعدهـا، لتفـادي عمليـات التسـجيل التـي تضـر بمصالـح الغيـر أو تسـاهم فـي حـل المنازعـات فـي آجـال معقولـة.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: الكتب العربية:

نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية-الملكية الصناعية،(الأردن، دار وائل للنشر، 2005)، ط :1.

عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، ،(الأردن، دار وائل للنشر، 2005)، ط :1

زينـة غانـم عبـد الجبـار صفـار، المنافسـة غيـر المشـروعة للملكيـة الصناعيـة (دراسـة مقارنـة)،(الأردن، دار الحامد للنشـر والتوزيـع، 2002)، ط:1.

مصطفـى موسـى العطيـات، الجوانـب القانونيـة لتعامـلات التجـارة الالكترونية «حمايـة العلامة التجاريـة الكترونيا»، (عمـان،الأردن،دار وائل للنشـر، 2011)، ط: 1.

شـريف محمـد غنـام، حمايـة العلامـات التجاريـة عبر الانترنـت في علاقتهـا بالعنـوان الالكتروني، (الإسـكندرية، دار الجامعـة الجديـدة، 2007) بـدون طبعة.

مغبغب، كريم، الماركات التجارية والصناعية،(لبنان، الطبعة الأولى، بدون دار النشر، 2005) بدون طبعة.

ثانياً:المراجع الفرنسية:

C. Manara, Articulation d'une décision UDRP avec le droit français, D, n°1cah de droit des affaires ,(France, 6 janvier 2005).

Claire Albrechtson, Définition et nature juridique du nom de domaine, DESS droit de l'Internet Administration – Entreprises, UNIVERSITE Paris I Panthéon- Sorbonne, Paris, 2005.

G. DECOCQ, Note sous Conseil de la concurrence 9 juin 2000, Com.com.électr, n° 11, novembre. 2000.

Nathalie Beaurain, Emmanuel Jez, Les nom de domaine de l'internet, droit@litec, Litec, France, 2001.

Romain Gola, La Régulation de l'internet: Nom de domaine et Droit des marques, Tome1, Thèse de doctorat, Université de Montréal Université de droit, d'économie et des sciences d'Aix-Marseille III, Marseille, 2002.

ثالثاً:الرسائل الجامعية والابحاث:

إبراهيم محمد عبيدات، النظام القانوني لأسماء نطاقات الانترنت، رسالة ماجستير، جامعة آل البيت، المفرق- الأردن، 2007.

رامـي محمـد علـوان، النزاعـات حـول العلامات التجارية وأسـماء مواقـع الانترنت، مجلة الشـريعة والقانـون، العدد : 22، الإمـارات العربيـة المتحدة، 2005.

شوقي مؤمن طاهر، النظام القانوني لاسم النطاق، مجلة مصر المعاصرة، المجلد 103، العدد 502، مصر، 2011.

عدنـان إبراهيـم السـرحان، أسـماء النطـاق علـى الشـبكة العالميـة للمعلوماتية(الانترنـت)، مجلـة الشـريعة والقانـون، العـدد: 25، الإمـارات العربيـة المتحـدة، 2006.

علـي خالـد قطيشـات، الطبيعـة القانونية لأسـماء النطاقات –دراسـة مقارنـة-، مجلـة العلوم الإنسـانية والإدارية، المجلد الأول، العـدد الثانـي، جامعـة المجمعة ، المملكة العربية السـعودية، 2012.
لندة يشـوي، الإشـكالات القانونية الناشـئة عن اسـتعمال أسـماء المواقع الالكترونية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصاديـة والسياسـية، العـدد الثالـث، جامعة الجزائر كلية الحقـوق، الجزائر، 2009.
محمـد موسـى أحمـد هلسـة، منازعـات العلامـة التجاريـة وأسـماء النطـاق فـي النظـام القانونـي الفلسـطيني «دراسـة مقارنـة»، رسـالة ماجسـتير، جامعـة بيرزيـت، فلسـطين، 2010.
مسـلم يونـس هـادي، أسـماء النطـاق علـى الانترنـت وطبيعتهـا القانونية، مجلـة الرافدين للحقـوق – العـراق ، 2005، المجلـد 2، العـدد: 25.
وليـد كحول،جريمـة تقليـد العلامـات فـي التشـريع الجزائري، مجلة المفكر، العدد الحادي عشـر، كليـة الحقوق والعلوم السياسـية، جامعة محمد خيضر بسـكرة، الجزائر، 2014.

رابعاً :التشريعات العربية:

قانـون الممارسـات التجاريـة الجزائـري رقـم (04/02) المـؤرخ فـي 23 يونيـو 2004، الصـادر في الجريدة الرسـمية رقـم (41) بتاريـخ 27 يونيو 2004.
قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952 وتعديلاته.
قانون المنافسة غير المشروعة الأردني رقم (15) لسنة 2000.
قواعد السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق المعتمدة من قبل (ICANN)

خامساً:التشريعات الأجنبية:

Code civil des Français pour l'année 1804.
Arrêté relatif au vocabulaire informatique et internet, journal officiel du 16 mars 1999 .
Code des Postes et des Communications Electroniques de la France. N° 2010-123 du 9 Février 2010.
Code de la Propriété Intellectuelle De la France pour l'année 1992.
Instruction de la Direction Générale des Impôts, 4 C-4-03 n° 84 du 9 mai 2003 : Dispositions diverses (BIC, IS, dispositions communes). Frais et charges. Dépenses engagées lors de la création
Règlement communautaire (CE) n°874/2004 du 28 avril 2004 relatif à l'enregistrement de noms de domaine en "eu".
Rapport du Conseil d'Etat, Internet et les réseaux numériques, La documentation française, 1998.

سادساً: المواقع الالكترونية:

www.dns.jo
www.afnic.fr
webidn.nic.dz.
www.icann.org
www.wipo2.wipo.int
www.juriscom.net.
arbitre.wipo.int
www.legalis.net/jnet.
www.icann.orgSettlement of Disputes Related to Domain Names

Comparative Study of Jordanian and Algerian Legislations

Mohd. Khair Mahmoud Al-Adwan

Faculty of Law - Yarmouk University

Irbid - Jordan

Saied Mabrouki Mabrouki

College of Law - Med Boudiaf University M'Sila

M'Sila - Algeria

Abstract:

In view of the fact that the legal system on domain names has not yet been developed and due to the fact that most electronic and Internet legislations around the world have been devoid of rules regulating and protecting domain names, national courts and international organizations have dealt with these simply as electronic headlines that are dependent on technical procedures for their work and existence. They have also dealt with them as representing an intrusive element to intellectual property rights, which prevented the formulation of a proper legal system for domain names. However, over time, domain names gained ground on the legal scene and received some recognition from some national courts and some international organizations and statutes. They benefited from the fact that the right to domain name is acquired as soon as it is registered in the designated centers according to the rules and conditions in effect. This is precisely what gives it the right to ward off any related attack it may be subjected to.

Keywords: Domain Names, Electronic Transactions, Trade Marks.