مجلة جامعة الشارقة للعلوم القانونية

اسم المقال: الطبيعة القانونية لعناوين المواقع الإلكترونية في دولة الإمارات العربية المتحدة
اسم الكاتب: نرجس عبد العزيز، أحمد قاسم فرح
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/8617
تاريخ الاسترداد: 2026/11/02 02:08 +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
UNIVERSITY OF SHARJAH

مجلة جامعة الشارقة

مجلة علمية محكمة

للعلوم القانونية



المجلد 20، العدد 4
جمادى الثاني 1445هـ / ديسمبر 2023م

الترقيم الدولي المعياري للدوريات 2616-6526

ديسمبر 2023م **مجلة جامعة الشارقة للعلوم القانونية** المجلد 20 العدد 4

https//:doi.org/10.36394/jls.v20.i4.1

الطبيعة القانونية لعناوين المواقع الإلكترونية في دولة الإمارات العربية المتحدة

نرجس عبد العزيز[1]

أحمد قاسم فرح[2]

تاريخ الاستلام: 07-10-2021 **تاريخ القبول: 08-03-2022**

ملخص البحث:

نتيجة للتطور الهائل في عالم الإنترنت وزيادة تسجيل عناوين المواقع الإلكترونية مع انتقال كثير من المشاريع التجارية والحكومية والخيرية للاستفادة من هذه التطورات نظراً لما تقدمه شبكة الإنترنت من سهولة الوصول للمشاريع وتحقيق الفائدة المرجوة بشكل سريع ومستدام. وانطلاقاً من ذلك عملت التشريعات القانونية على إيجاد إطار قانوني ناظم لعناوين المواقع الإلكترونية، حدّدت بموجبه آلية تسجيلها وطرق تجديدها وأسباب شطبها ووسائل انتقالها وإجراءات التقاضي في حال النزاع عليها، وكافة ما يتصل بها من مسائل قانونية أخرى. وبالرغم من ذلك فقد بقي تباين لافت في تناول الطبيعة القانونية لها، سواء من الناحية الفقهية أو القضائية، وهو ما يستدعي بحث حيثياتها وبيان عناصرها؛ لتحديدها وتوحيد الموقف منها لتحقيق حماية فضلى لها وفعالة بشكل مستقل عن أي حق آخَر، وذلك عوضاً عن الإبقاء على حمايتها فقط في حال ارتباطها بعلامة تجارية. وقد جاءت معالجة هذا الموضوع بطريقة تحليلية مع الأخذ بعين الاعتبار آراء الفقهاء واستبيان التطبيقات القضائية والقانونية الدولية والمحلية مقارنة بقانون دولة الإمارات العربية المتحدة

الكلمات الدالة: عنوان الموقع الإلكتروني، العلامة التجارية، الاسم التجاري، اسم النطاق، ملكية غير مادية، ملكية فكرية.

(1) كلية القانون - جامعة الشارقة (الشارقة – الإمارات العربية المتحدة)

NAR_AZIZ@hotmail.com

(2) كلية القانون - جامعة الشارقة (الشارقة – الإمارات العربية المتحدة)

المقدمة:

يُعدُّ الإنترنت من اختراعات الإنسان العظيمة التي قدمت للبشرية تسهيلات جلية في مجالات عديدة في الحياة، كالتجارة والخدمات الحكومية والمشروعات الخدمية وغيرها من المشاريع والخدمات التي غيرت مجرى حياة البشر منذ اختراعه وانتشاره في ثمانينات القرن العشرين، ولكن هذا الاختراع كاد أن يكون حبيس مكان واحد لولا تطويره للحد الذي وصل إليه الآن، وخصوصًا تطوير بوابته الأولى، وهي عنوان الموقع الإلكتروني وتطوير برمجته لتسهيل الولوج إليه لجمهور المستخدمين في كافة دول العالم

وبالنظر لآلية عمل الإنترنت من خلال شبكة عنكوبتية متصلة الأطراف بحواسيب وأجهزة ذكية، فإن هذه الحواسيب والأجهزة الذكية تحتاج للغة تخصها للتواصل مع بعضها، وهذه اللغة عبارة عن رموز رقمية معقدة تحتاج إلى دراسة لإتقانها وفهمها وبرمجتها[1]. وبطبيعة الحال عندما قُدِّمت كل هذه التسهيلات لحياة الإنسان من خلال الإنترنت أصبح استخدامه له شيئًا ملحًا ومستمراً، ولكن لا ننسى بأن مجتمع الإنترنت كأي مجتمع أخر يحتاج لتنظيم الحقوق فيه، والتي ولدت منذ لحظة تطوير بروتوكولات الإنترنت من أرقام إلى مجموعة أرقام وحروف[2]DNS؛ لذلك أصبح من المنطقي أن يتدخل القانون ويُنظم هذه التعاملات ويحمي حقوق البشر الموجودة فيه، وكانت البداية من عنوان الموقع الإلكتروني أو ما يسمى DNS.

لهذا تتجلى أهمية بحثنا في التركيز على مُعالجة الطبيعة القانونية لعناوين المواقع الإلكترونية ضمن القانون الإماراتي حيث نصل من خلاله للتحديد الدقيق لطبيعة العناوين الإلكترونية وهل من الممكن أن نعدّها ضمن حقوق الملكية الفكرية أم أنها حق قانوني مستقل عن حقوق الملكية الفكرية. كما أنّ بحثنا هذا تزداد أهميته بعد ملاحظتنا قلة المصادر التي تناولته خصوصا ضمن القانون الإماراتي، كما أنه يساعد الباحثين بعدنا لإيجاد مصادر علمية أكثر عن الموضوع، والجدير بالذكر أن هذه النقطة كانت من أهم المصاعد التي واجهتنا في كتابة البحث

وتتجلى الإشكالية الرئيسة للبحث في تحديد النظام القانوني الذي يحكمها وينظمها، وفي بيان مدى إمكانية اعتبارها حقًّاً من حقوق الملكية الفكرية وتنظيمها من خلالها، أو

---

(1) للمزيد راجع الرابط أدناه:

https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%84%D8%BA%D8%A9_%D8%AD%D8%A7%D8%B3%D9%88%D8%A8%D9%8A%D8%A9 2021\5\31 تاريخ الزيارة.

(2) اختصاراً لـ Domain Name System ، نظام اسم الموقع الإلكتروني.

حقاً قانونياً مستقلاً يجد طبيعته القانونية خارج حدود حقوق الملكية الفكرية، وهو ما قد يُشكّل فراغاً تشريعياً عميقاً يتطلب بحث وتحديد النقاط الرئيسة ذات العلاقة لتحديد النظام الخاص به

وقد اعتمدنا في دراسة موضوع هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي من خلال تحليل الأنظمة التي تتشابه مع عنوان الموقع الإلكتروني بحسب آراء الفقهاء، كالعلامات التجارية والاسم التجاري والعنوان التجاري والموطن الافتراضي، بالإضافة إلى تحليل أحكام القضاء بهذا الخصوص

تتلخص أهمية الدراسة في تحديد الطبيعة القانونية المناسبة لعناوين المواقع الإلكترونية من خلال دراسة شاملة عن مدى انطباق القواعد الخاصة بالعلامات التجارية والاسم التجاري على عنوان الموقع الإلكترونية، ومدى انطباق الطبيعة القانونية لعناوين المواقع الإلكترونية مع الحقوق خارج نطاق حقوق الملكية الفكرية كالموطن الافتراضي والنظام التقني المستقل. وأخيرا خدمة المينيتيل. كما بينا خلال هذه الدراسة موقف القضاء المقارن والفقه في أجزائها كافة. كما تتجلى أهمية الدراسة في تقديم بحث مخصص حول موضوع ومقارنات حديثه في المكتبة الإماراتية

ولتحقيق الدراسة لأهدافها بتحديد الطبيعة القانونية لعناوين المواقع الإلكترونية، فقد ارتأينا تقسيمها إلى مبحثين متتاليين، نعرض في المبحث الأول منهما للطبيعة القانونية لعناوين المواقع الإلكترونية في إطار حقوق الملكية الفكرية، ونبيّن في المبحث الثاني مدى إمكانية التعامل مع هذه العناوين خارج نطاق حقوق الملكية الفكرية

المبحث الأول: الطبيعة القانونية لعناوين المواقع الإلكترونية في نطاق حقوق الملكية الفكرية

من منطلق فهم الطبيعة القانوني لعناوين المواقع الإلكترونية لا مفرّ من توضيح ماهية عنوان الموقع الإلكتروني. اختلف الفقهاء في تعريفه من الناحيتين التقنية والوظيفية وفي تحديد طبيعته القانونية. فمنهم من عرفّه من وجهة نظر تقنية على أنه عبارة عن "ترجمة لعنوان IP[1] ليصبح مجموعة من حروف وأرقام تسمى عنوان الموقع الإلكتروني DNS"، فعلى سبيل المثال، فإن الوصول إلى الموقع الإلكتروني لهيئة الإنترنت للأسماء والأرقام المخصصة يحتاج لتذكر رقم الآي بيIP الخاص به وهو192.0.34.163 أو كتابة .www

(1) اختصارا لـ Internet Protocol بروتوكولات الإنترنت.

ican.org وهو الأسهل[1]. ونرى بأن هذا الجانب من الفقه قد حصر فهمه لعناوين المواقع الإلكترونية بأصل نشأتها عندما كانت مجرد أرقام.

على الجانب الآخر، فقد أخذ البعض في تعريفه لعنوان الموقع الإلكتروني باعتبار الوظيفة التي يُؤديها؛ إذ عرّفته محكمة استئناف باريس بأنه عبارة عن "عنوان افتراضي يحدد مواقع المشروعات على شبكة الإنترنت"[2].

وبدورنا لن نطيل البحث في تعريفه إنما هي مقدمة لمعرفة ماهيته للوصول إلى تكوينه الفريد وبالمقابل الانتقال إلى طبيعته القانونية؛ لذا فإننا سننطلق في تحليل الطبيعة القانونية لعناوين المواقع الإلكترونية من افتراض وجوب شمول تعريفها للجانبين الفني والوظيفي على حدّ سواء، بحيث يكون عبارة عن ترجمة بروتوكول الإنترنت IP الرقمي إلى حروف وأرقام هدفها تسهيل الوصول للمواقع الإلكترونية

وقد أدّى الازدواج التعريفي لعناوين المواقع الإلكترونية إلى إيجاد اختلاف في الوسط القانوني لمعرفة طبيعته القانونية، ومن ثم تحديد الأحكام القانونية التي يخضع لها، فذهب بعض القانونيين بالنظر لتعريفه إلى اعتباره حقاً من حقوق الملكية الصناعية كالعلامة التجارية والاسم التجاري والعنوان التجاري، مبررين ذلك بتشابه خصائصه مع الخصائص المميزة لهذه الحقوق من حيث كونه حقاً معنوياً لا وجود له على أرض الواقع وليس ملموساً. في حين أخذ الفريق الآخر من القانونيين بوضعه خارج إطار الملكية الصناعية، وذهبوا إلى اعتباره موطناً افتراضياً أو نظاماً تقنياً مستقلاً بذاته، وقد وضعنا نصب أعيننا التفصيل في آراء الفقهاء وتفنيدها، والرد عليها لغايات تحقيق أهداف هذا البحث

منذ القِدم عرف الإنسان أنواع الحقوق التي تحفظ ماله ونفسه، حيث تنقسم إلى قسمين رئيسيين هما: الحقوق الشخصية والحقوق العينية، فالحقوق العينية هي: "سلطة مباشرة على شيء معين يعطيها القانون لشخص معين" [3]، أما الحقوق الشخصية فهي: "رابطة قانونية بين دائن ومدين يطالب بمقتضاها الدائن مدينة بنقل حق عيني أو القيام بعمل أو

(1) Beginner's Guide to Domain Name, ICANN.find the attached :
https://www.icann.org/en/system/files/files/domain-names-beginners-guide-06dec10 - en.pdf last view 15\4\2021.

(2) أشار إليه هادي مسلم يونس، أسماء النطاق عبر الإنترنت وطبيعتها القانونية، (مجلة الرافدين للحقوق، سنة 2005، مجلد رقم 2،عدد 25، جامعة الموصل)، ص: 145.

(3) الإمارات العربية المتحدة، قانون المعاملات المدنية، قانون اتحادي رقم 5، صادر بتاريخ 15\12\1985، مادة رقم 1/109.

الامتناع عن عمل"[1]، وظلّ هذا التقسيم للحقوق صامداً لأمد طويل حتى ظهر نوع جديد من الحقوق مرتبط بالفكر والإبداع البشري نتيجةً للتقدم التقني والتطور في عالم الاقتصاد والتجارة والقانون، وهذه الحقوق ترد على أشياء غير مادية أو غير ملموسة وهي ثمرة ونتاج للفكر والمعرفة والخيال[2]، وهي مرتبطة بالنتاج الذهني للإنسان[3]، وذلك على عكس الحقوق العينية والشخصية المرتبطة بالشيء أو الشخص ذاته[4].

ويستند أنصار الرأي الداعم لبحث الطبيعة القانونية لعناوين المواقع الإلكترونية داخل نطاق حقوق الملكية الفكرية إلى التشابه الموجود بين هذه العناوين وعناصر الملكية الصناعية، وعلى وجه الخصوص العلامة التجارية والاسم التجاري، بالنظر لما تقدّمه جميعها من خدمات ومميزات وخصائص تجعلها قريبة من بعضها. ونتساءل بالتالي إلى أي مدى تتشابه هذه العناصر مع عناوين المواقع الإلكترونية؟ وما الفرق بينها؟ وهل هناك مُكنة قانونية لإلحاق عناوين المواقع الإلكترونية بعناصر الملكية الصناعية؟

وللإجابة عن هذه التساؤلات، سنعرض في المطلب الأول لمدى إمكانية اعتبار عنوان الموقع الإلكتروني علامة تجارية، ومن ثم نبيّن في المطلب الثاني مدى انطباق القواعد الخاصة بالاسم التجاري على عنوان الموقع الإلكتروني

المطلب الأول: مدى انطباق القواعد الخاصة بالعلامة التجارية على عنوان الموقع الإلكتروني

تُعرّف العلامة التجارية بأنها "كل ما يأخذ شكلا مميزا من أسماء أو كلمات أو إمضاءات أو حروف أو أرقام أو رسوم أو رموز أو عناوين أو دمغات أو أختام أو صور أو نقوش أو إعلانات أو عبوات أو أية علامة أخرى أو أي مجموع منها إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم أما في تمييز بضائع أو منتجات أو خدمات أيا كان مصدرها وأما للدلالة على أن البضائع أو المنتجات تعود لمالك العلامة بسبب صنعها أو انتقائها أو الاتجار بها أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات"[5]. وباستقراء النص السابق نجد أن المشرّع الإماراتي قد

(1) الإمارات العربية المتحدة، قانون المعاملات المدنية، قانون اتحادي رقم 5، صادر بتاريخ 15\12\19855مادة رقم 108.

(2) علي سيد قاسم، حقوق الملكية الفكرية في قانون دولة الإمارات العربية المتحدة دراسة مقارنة، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2012)، ط2، ص:7.

(3) عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن ماضي، التنظيم القانوني للملكية الفكرية دراسة مقارنة، (القاهرة: مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، 2015)، ط1، ص43.

(4) علي سيد قاسم، مرجع سابق، ص7.

(5) الإمارات العربية المتحدة، قانون العلامات التجارية، رقم 37 لسنة 1992، المادة 2.

وضع تعريفاً شاملاً لكل العناصر المكونة للعلامة التجارية، وجعل منها كل ما يأخذ شكلاً مميزاً لتمييز البضائع والمنتجات والخدمات التي تعود لمالك العلامة إما بسبب صنعها، أو انتقائها، أو الاتجار بها أو لتأدية خدمة من الخدمات[1].

كما جاء تعريف العلامة التجارية في المادة 1-15 من اتفاقية تريبس (TRIPS)[2] بأنها "أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة عن التي تنتجها منشأة أخرى، ويدخل في عداد العلامة التجارية الأسماء والحروف والأرقام والأشكال ومجموعات الألوان وأي مزيج منها يصلح للتسجيل كعلامة تجاري"[3].

وباستعراض هذه التعريفات نصل إلى أن القوانين والاتفاقيات الدولية قد اتفقت على جوهر العلامة التجارية والذي يكمن في إشارة أو علامة تُميِّز البضائع أو الخدمات الخاصة بتاجر معين عن سلع ومنتجات تاجر آخر[4].

ونتساءل هنا فيما إذا كان هذا هو الحال بالنسبة لعنوان الموقع الإلكتروني؟ أي بمعنى هل يتطابق التعريف الخاص بالعلامة التجارية مع الطبيعة القانونية لهذا العنوان؟ وقد تظهر الإجابة على ذلك من خلال تعريف هذا العنوان بأنه عنوان فريد ومميز يتكون من مزيج بين الأحرف والأرقام اللاتينية والتي تُمكّن المستخدم من الدخول إلى المواقع الإلكترونية ووظيفته هي الإشارة إلى مكان شركة أو شخص على الشبكة الدولية[5]. ويُحاول أصحاب الرأي الداعم لتشبيه عنوان الموقع الإلكتروني بالعلامة التجارية إثبات أنهما وجهان لعملة واحدة وأن التكييف القانوني الذي ينطبق على العلامة التجارية ينطبق أيضاً على عنوان الموقع الإلكتروني، وذلك لعدة أسباب، نذكرها في الفرع الأول ادناه: [6]

(1) علي سيد قاسم، مرجع سابق، ص:7.

(2) TRIPS اختصار لعبارة (Trade- Related Aspect of Intellectual Property Rights) اتفاقية حول الجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية

(3) منظمة ويتو(WTO)، اتفاقية حول الجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية(TRIPS) . https://www.wto.org

(4) فاتن حسين حوى، المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية، (الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010)، ط1، ص:69.

(5) فاتن حسين حوى، مرجع سابق، ص:69.

(6) سامر عامر شاكر سوداح، التنظيم القانوني لأسماء النطاق، رسالة ماجستير، (فلسطين: جامعة النجاح، كلية الدراسات العليا، 2016)، ص:68 وما بعدها

الفرع الأول: تطابق العلامة التجارية مع عنوان الموقع الإلكتروني:

أولاً- أن عنوان الموقع الإلكتروني تجاوز وظيفته الفنية وأصبح يؤدي نفس الوظيفة التي تؤديها العلامة التجارية من حيث التعريف بالمنتجات والسلع والخدمات وذلك حصل تباعاً عندما انتقلت التجارة من العالم الطبيعي إلى عالم الإنترنت الافتراضي[1].

ثانياً- تزايد الإقبال على التجارة الإلكترونية بالإضافة إلى أنه عندما أصبح لعنوان الموقع الإلكتروني أهمية اقتصادية للمشاريع التجارية الإلكترونية وخدماتها على الإنترنت[2].

ثالثاً- عنوان الموقع الإلكتروني يُوفّر الاستقرار والأمان في التجارة الإلكترونية كما توفّره العلامات التجارية، وهذا ما أيدته منظمة العلامة التجارية العالمية[3](INTA) [4].

رابعاً- حتى يتم توفير الحماية القانونية اللازمة لعنوان الموقع الإلكتروني، فقد تم اعتباره علامة تجارية في ظل غياب التنظيم القانوني الخاص به[5].

خامساً- بالنظر لأنه من الممكن تسجيل عنوان الموقع الإلكتروني كعلامة تجارية والعكس، إذن ما المانع من اعتباره علامة تجارية وفرض حماية له على هذا الأساس؟[6]

وقد ذهبت محكمة مقاطعة (Fairfax) بهذا الخصوص في قضية (Umbro) بأنه بموجب تعليمات مكتب براءات الاختراع والعلامات التجارية الأمريكية فإن عنوان الموقع الإلكتروني يُعتبر شكلاً من أشكال العلامات التجارية وهو ما يُتيح لصاحب العلامة التجارية تقديم طلب لتسجيل عنوان الموقع الإلكتروني كعلامة تجارية[7].

---

(1) المرجع السابق، ص: 7 .

(2) المرجع السابق، ص:68.

(3) (INTA) اختصار لمسمى International Trade Mark Association (منظمة العلامة التجارية)، وهي منظمة غير ربحية تأسست عام 1878 بهدف تعزيز وحماية العلامات التجارية من خلال سن تشريعات لحمايتها
للمزيد ارجو الاطلاع على الرابط أدناه: https://www.inta.org/ تاريخ الزيارة 11\8\2021.

(4) سامر عامر شاكر سوداح، مرجع سابق، ص:68.

(5) عدنان إبراهيم سرحان، أسماء النطاق على الشبكة العالمية للمعلوماتية الإنترنت، مجلة الشريعة والقانون، 2006، العدد 25، جامعة الإمارات، ص:302.

(6) أشار إليه: سامر عامر شاكر سوداح، مرجع سابق، ص: 69.

(7) George Dimitrov, international Conference on intellectual Property, the internet Electronic Commerce and Traditional Knowledge, by WIOP, 2001, page 2.

سادساً- يُؤدي عنوان الموقع الإلكتروني نفس الوظيفة التي تُؤديها العلامة التجارية وهي تمييز السلع والمنتجات ومعرفة مصدر المنتجات والخدمات بالإضافة إلى الدعاية والإعلان عن هذه الخدمات والمنتجات[1].

بالمقابل يرى آخرون أن عنوان الموقع الإلكتروني لا يمت بصلة للعلامة التجارية ولا يصح بأن يتم تكييفه على أساس هذا الرأي، وقد برّروا رأيهم هذا استناداً لعدة أسباب تكمن في الفروقات ما بين العلامة التجارية وعنوان الموقع الإلكتروني والتي تتجلى للعيان من خلال الآتي الفرع الثاني ادناه[2]:

الفرع الثاني: الفرق بين العلامة التجارية وعنوان الموقع الإلكتروني.

أولا- التسجيل:

لا يُمكن تسجيل نفس العلامة من قِبل أكثر من شخص أو جهة لمنتجات أو خدمات متشابهة ، كما لو تسجيل علامة سلسلة الفنادق انتركونتيننتال لسلسلة فنادق أخرى في نفس الدولة الموجود فيها العلامة التجارية للفندق والتي تقدم نفس الخدمة[3]، بينما من الممكن تسجيل ذات العلامة لمنتجات أخرى بعد الحصول على موافقة مالك العلامة. بالمقابل فإن عناوين المواقع الإلكترونية لا يُمكن تسجيلها لأكثر من شخص[4] فهي فريدة من نوعها، فمثلاً لا يمكن تسجيل عنوان موقع كأمازون (amazon.com) لشخص آخر، سواء كان يمارس نفس النشاط أو غيره، وذلك لأن عناوين المواقع الإلكترونية تخضع لقاعدة (من يُسجل أولاً يُخدم أولاً) والتي تمنح صاحب التسجيل الأول لعنوان الموقع الإلكتروني الحق في امتلاكه للفترة التي تم تسجيله فيها[5].

هذا بالإضافة إلى أن الحق في عناوين المواقع الإلكترونية ينشأ بالتسجيل، وذلك على عكس الحق في العلامة التجارية التي قد تكون موجودة مع البضائع، ويأتي التسجيل فقط لحمايتها بالنسبة للعلامة التجارية غير المشهورة[6]، وحمايتها لا تتطلب التسجيل بالنسبة

(1) Sauliunas, Darius. Problem of Legal Natural of Natural of Internet Omani Name. Doctoral Candidate. Law University of Lithuania.2003. page35.

(2) سامر عامر شاكر سوداح، مرجع سابق، ص:72.

(3) فاتن حسين حوى، مرجع سابق، ص:70.

(4) هادي مسلم يونس، مرجع سابق، ص:150.

(5) المرجع السابق، ص:14.

(6) Korman, Tomas, The Relationship between Domain Names and Trademarks, Master Thesis, Central European University. Hungary, 2013, page 26.

للعلامة التجارية المشهورة، فيكفي بالتالي أن تكون العلامة التجارية مشهورة لتستحق الحماية[1].

ثانيا- المحل:

محل التسجيل في العلامة التجارية ينصب إما على خدمات أو على سلع معينة، بينما محل التسجيل في عنوان الموقع الإلكتروني لا ينحصر ارتباطه بخدمات أو سلع، وإنما قد يمتد ليشمل عناوين لمواقع إلكترونية مرتبطة بمؤسسات خيرية أو مواقع لمنظمات دولية...[2].

ثالثاً- الهدف:

يتجلى الغرض أو الهدف من تسجيل العلامة التجارية في تمييز السلع أو الخدمات عن بعضها وتفادي إحداث خلط للمستهلك في الخدمات والبضائع المماثلة أو المرتبطة معها. بالمقابل فإن الهدف من عنوان الموقع الإلكتروني هو الوصول إلى موقع معين للتمكن من الدخول إليه والاطلاع على محتوياته[3].

رابعا- الحماية:

تنحصر حماية العلامة التجارية بالأساس على الدولة التي تم تسجيلها فيها[4]، وذلك باستثناء حالة تسجيل العلامة التجارية دولياً وفقاً لاتفاقية مدريد لسنة 1891م الخاصة بتنظيم التسجيل الدولي للعلامات التجارية، والتي تتطلب لفرض الحماية الدولية للعلامة التجارية تسجيلها في البلد الأصلي ومن ثم تسجيلها دولياً لدى المنظمة الدولية لحماية الملكية الصناعية[5]. أمّا حماية عنوان الموقع الإلكتروني فلا تُقيّده الحدود الجغرافية وذلك بسبب الطبيعة التقنية للإنترنت والذي يُتيح للمستخدمين الوصول إلى المواقع الإلكترونية التي تتخذ من هذه العناوين بوابةً لها من أي حاسب آلي أو جهاز متصل بالإنترنت[6].

---

(1) حسام الدين الصغير، حماية العلامات التجارية المشهورة، حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية للدبلوماسيين، المنظمة العالمية للملكية الفكرية، سبتمبر 2005، ص:2.

(2) فاتن حسين حوى، مرجع سابق، ص:71.

(3) رامي علوان، المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء مواقع الإنترنت، مجلة الشريعة والقانون، 2005، العدد 22، جامعة الإمارات، ص:264.

(4) ويُستثنى من ذلك العلامة التجارية المشهورة، فلها أحكامها الخاصة وهي استثناء على الأصل ولا يقاس عليها

(5) علي سيد قاسم، مرجع سابق، ص:133.

(6) أشارت إليه: زينه طوق، التنازع بين العلامة التجارية والعنوان الإلكتروني، لبنان: منشورات صادر،

خامسًا- الاعتراض:

عند تقديم طلب تسجيل علامة تجارية فلا مفرّ من إجراء بحث للتأكد من عدم وجود علامة تجارية مشابهه للعلامة المراد تسجيلها وذلك لتحقيق الغرض من وجود العلامة التجارية وهو عدم إحداث الخلط عند المستهلك بين المنتجات والسلع والخدمات المتماثلة أو المرتبطة معها، فعند وجود علامة مسجلة مسبقاً باسم شركة أخرى فإنه بالإمكان تقديم اعتراض على تسجيلها أو استعمالها[1]. والعكس مع تسجيل عنوان الموقع الإلكتروني فإنه في حال كان العنوان المراد تسجيله مسجلاً مسبقاً فإن النظام لا يقبل تسجيله، ولا يوجد أي اعتراضات عند تسجيل عنوان موقع إلكتروني أخر مشابه[2].

ومع تطور القوانين قد يُصبح بالإمكان أن يتم الاعتراض على تسجيل عنوان موقع الإلكتروني في حال تشابهه مع علامة تجارية مسجلة أو مشهورة من خلال المحاكم المحلية أو مراكز التحكيم الدولية[3].

رأينا في المسألة

نتفق من جهتنا مع أصحاب الرأي القائل باستقلال عنوان الموقع الإلكتروني عن العلامة التجارية وذلك للأسباب التي ذكروها ولأسباب أخرى إضافية تتلخص بشكل أساسي بالتسجيل. فبالإضافة إلى ما ذكره الفقهاء في الفرق بين عنوان الموقع الإلكتروني والعلامة التجارية من ناحية التسجيل فهم أغفلوا كذلك اختلاف إجراءات التسجيل ما بين تسجيل العلامة التجارية وتسجيل عنوان الموقع الإلكتروني. فتسجيل عنوان الموقع الإلكتروني في نطاق .ae وفقاً لنص المادة 3-1-5 من سياسة اسم النطاق .ae "قد يتم تسجيلها من قبل أي مقدم طلب، وقد تكون متوفرة لدى جميع المسجلين المتعمدين، مع مراعاة سياسة إدارة أسماء نطاق الإنترنت"[4]، أي أن المسجل لا يطلب سجلات لإثبات حالة طالب التسجيل بل يتم تسجيله مباشرة، ولكنها استثنت العناوين من المستوى الثاني مثل (co.ae/ edu.ae/ net.ae/org.ae...) وغيرها وذلك لأنها مخصصه لشركات وجهات أكاديمية وحكومية[5].

2018، ص:47.

(1) فاتن حسين حوى، مرجع سابق، ص:71.

(2) المرجع السابق، ص:71.

(3) المرجع السابق، ص:71.

(4) الإمارات العربية المتحدة، سياسة اسم النطاق،.ae. تاريخ الإصدار 2010\9\22، المادة 3-1-5.

(5) للمزيد اطلع على سياسة اسم نطاق.ae على الرابط: https://www.tra.gov.ae تاريخ التصفح 2021/2/22.

أما تسجيل العلامة التجارية فيتطلب بعض السجلات والشروط ليتم تسجيلها في الدولة، فلا يحق لأي شخص على العموم تسجيل علامة تجارية في الدولة[1]، فالمادة السادسة من القانون الإماراتي رقم 37 لسنة 1992 في شان العلامات التجارية وتعديلاته تنص على أنه "للأشخاص التالي ذكرهم الحق في تسجيل علاماتهم التجارية: 1. مواطنو الدولة من الأشخاص الطبيعيين أو الاعتباريين الذين يزاولون أي عمل من الأعمال التجارية، أو الصناعية، أو الحرفية، أو الخدمية. 2. الأجانب من الأشخاص الطبيعيين أو الاعتباريين الذين يزاولون أي عمل من الأعمال التجارية، أو الصناعية، أو الحرفية، أو الخدمية في الدولة. 3. الأجانب من الأشخاص الطبيعيين أو الاعتباريين الذين يزاولون أي عمل من الأعمال التجارية، أو الصناعية، أو الحرفية، أو الخدمية في أية دولة من الدول التي تعامل الدولة معاملة المثل. 4. الأشخاص الاعتبارية العامة"[2].

إذن فالأشخاص المذكورون أعلاه هم من يحق لهم فقط تسجيل العلامة التجارية في الدولة وبعد ذلك يدخل تقديم الطلب في قسم الرقابة التجارية في وزارة الاقتصاد والتجارة في الدولة لفحص الطلب بعد تلقيه والذي يقوم بدوره وبعد التأكد من خلو الطلب من أي مخالفة بالإعلان عن العلامة المسجلة في جريدة رسمية وفي صحيفتين يوميتين. ويُتيح هذا الإجراء لمن لديه اعتراض على تسجيل العلامة المعلن عنها تقديم اعتراضه خلال مدة محددة ومن ثم استكمال الإجراءات بالوجه المبيّن بالقانون[3].

وهذا الإجراء يعني أن الجهة المعنية تقوم بالتحقق من طلب تسجيل العلامة التجارية، وذلك على عكس طلب تسجيل عنوان الموقع الإلكتروني والذي لا يتم التحقق منه ولا يُقدم طالب التسجيل ما يُفيد ملكيته للمشروع التجاري الذي يقوم بتسجيله كعنوان موقع إلكتروني[4].

(1) المملكة العربية السعودية، نظام العلامات التجارية السعودي لعام 1423هـ، الصادر بمرسوم ملكي رقم م/2 بتاريخ 1423/5/28هـ، المادة الرابعة

(2) الإمارات العربية المتحدة، قانون اتحادي رقم 37 لسنة 1992 في شأن العلامات التجارية وتعديلاته، المادة السادسة

(3) سعد علي أحمد رمضان، حقوق الملكية الفكرية وفقاً للقانون الإماراتي، (الإمارات العربية المتحدة: الآفاق المشرقة ناشرون، 2019)، ط1، ص:88.

(4) شريف محمد غنام، حماية العلامات التجارية عبر الإنترنت في علاقاتها بالعنوان الإلكتروني، (القاهرة: دار الجامعة الجديدة، 2007)، ص:79.

المطلب الثاني: مدى انطباق القواعد الخاصة بالاسم التجاري على عنوان الموقع الإلكتروني

يُعرّف الاسم التجاري فقهاً على أنه "الاسم الذي يُطلقه التاجر على محله التجاري لتمييزه عن غيره من المحال"[1]. وفي الفقه الفرنسي تم تعريفه بأنه "الاسم الذي يعرف المؤسسة التجارية لدى جانب الزبائن في داخل النشاط التجاري"[2]. على الجانب الآخر فأن القانون الإماراتي ركز على أنه من الضروري أن يذيل الشكل القانوني للشركة بالاسم التجاري، مثلا شركة ماجد الفطيم القابضة، واشترط ألا يُخالف الاسم التجاري النظام العام للدولة، كما منع تسجيل أي اسم تجاري سبق تسجيله في الدولة. هذا ولم يكتفِ المشرع الإماراتي بسبق تسجيل ذات الاسم التجاري ولكنه منع تسجيل أي اسم تجاري يُشابه غيره بحيث يؤدي إلى اللبس[3].

أما عنوان الموقع الإلكتروني فإنه، وكما استعرضناه سابقا، عبارة عن أرقام بروتكولات إنترنت (IP) تم تحويلها إلى حروف وأرقام ليتكوّن منها عنوان موقع إلكتروني سهل التذكر لدى المستخدمين، وله أهميته الاقتصادية والتجارية، ليصبح بذلك بوابة الوصول إلى الموقع الإلكتروني المنشود

ومن خلال استعراض تعاريف عنوان الموقع الإلكتروني والاسم التجاري للشركات والمشروعات التجارية يُثار لدينا تساؤل مهم حول ماهية أوجه الشبه والاختلاف بينهما، وما هي الأسس التي قادت جانب من الفقه إلى اعتبار عنوان الموقع الإلكتروني اسماً تجارياً للموقع؟

الفرع الأول: أوجه الشبه بين عنوان الموقع الإلكتروني والاسم التجاري

يتشابه عنوان الموقع الإلكتروني مع الاسم التجاري للشركات والمشروعات التجارية من عدة نواحٍ، أهمها:

أولاً- التسجيل:

يتشابه الاسم التجاري مع عنوان الموقع الإلكتروني من حيث اكتساب الحق في كليهما بالتسجيل فقط، فبالتسجيل وحده يتقرر الحق بقيد كل منها لطالب التسجيل بالسجل الخاص

(1) أنظر: خالد محمد سيد إمام، الحق في الاسم التجاري، (القاهرة: مركز الدراسات العربية، 2016)، ط1، ص27.

(2) المرجع السابق، ص:28.

(3) الإمارات العربية المتحدة، قانون العلامات التجارية الإماراتي رقم 2 لسنة 2015، المادة 12.

بكل منها. فيُعد التسجيل قرينه لملكية هذا الاسم التجاري، وذلك ينطبق أيضا على عنوان الموقع الإلكتروني؛ إذ إنَّ مبدأ المسجلون أولاً يخدمون أولاً يُعمل به عند تسجيله فلا يمكن استخدامه أو الحصول على الحق عليه إلا بتسجيله[1]. كما أن هذا المبدأ يتشابه مع ما نصت عليه المادة 35 من قانون الشركات التجارية الاتحادي[2] والتي أعطى المشرع بموجبها للمسجل التجاري صلاحية التأكد من عدم تكرار تسجيل الأسماء التجارية وذلك وفقاً للحالات التالية: "1. إذا تبين للمسجل تشابه في اسمي شركتين أو أكثر مسجلتين في الدولة لدرجة تؤدي إلى اللبس، كان له أن يصدر قراراً مسبَّباً يطلب بموجبهِ من الأطراف المعنية اتخاذ الخطوات اللازمة لتغيير الاسم بما يؤدي لزوال اللبس وذلك خلال (30) ثلاثين يوم عمل يبدأ احتسابها من تاريخ الإخطار بالقرار، وللمسجل بعد انتهاء المدة المشار إليها أن يصدر قراراً آخر بالتغيير. 2 - يجوز للشركة التي سبق قيدها لدى المسجل أن تطلب منه إلزام الشركة التي تسمت باسمها أو باسم مشابه له أن تغير اسمها، وللمسجل أن يُصدر قراراً مسبَّباً يطلب بموجبهِ من الشركة اتخاذ الخطوات اللازمة لتغيير الاسم وذلك خلال (30) ثلاثين يوم عمل يبدأ احتسابها من تاريخ الإخطار بالقرار، وللمسجل بعد انتهاء المدة المشار إليها أن يُصدر قراراً آخر بتغيير الاسم التجاري للشركة. 3 - يجوز التظلم من قرار المسجل أمام الوزير خلال (15) خمسة عشر يومَ عمل من تاريخ الإخطار بالقرار، فإذا رفض التظلم أو لم يبت فيه خلال (15) خمسة عشر يوم عمل من تاريخ تقديمه، جاز لذوي الشأن الطعن في تلك القرارات أمام المحكمة المختصة وذلك خلال (30) ثلاثين يومًا من تاريخ الرفض أو فوات تلك المدة بحسب الأحوال"[3].

ثانياً: الهدف:

يتشابه الاسم التجاري وعنوان الموقع الإلكتروني من ناحية الغرض منهما وهو تمييز المشروعات التجارية عن غيرها، كما أن كلاً من الاسم التجاري وعنوان الموقع الإلكتروني من أهم شروط تسجيلهم ألا يكون هناك تشابه بين اسمين تجاريين أو بين عنوان موقعين إلكترونيين مما يؤدي إلى لبس أو خلط لدى المستهلكين أو المتعاملين [4].

(1) هادي مسلم يونس، مرجع سابق، ص:181.

(2) الإمارات العربية المتحدة، قانون الشركات التجاري، قانون اتحادي رقم 2 لسنة 2015 وتعديلاته، الصادر بتاريخ 25\3\2015، المادة 35.

(3) الإمارات العربية المتحدة، قانون الشركات التجارية، قانون اتحادي رقم 2 وتعديلاته، تاريخ 25\3\2015، المادة35

(4) فاتن حسين حوى، مرجع سابق، ص:71.

ثالثًا- الحماية:

يتشابه عنوان الموقع الإلكتروني مع الاسم التجاري بطريقة حماية كل منهما، فحماية عنوان الموقع الإلكتروني تبقى طوال مدة تسجيله مثل الاسم التجاري[1]، كما أنهما يتمتعان بالحماية القانونية نفسها والمتمثلة بدعوى المنافسة غير المشروعة[2].

الفرع الثاني: أوجه الاختلاف بين عنوان الموقع الإلكتروني والاسم التجاري

وفي نفس الإطار أخذ جانب آخر من الفقه بالمناداة بفكرة أن عنوان الموقع الإلكتروني لا يُعتبر اسماً تجارياً وذلك لعدة أسباب[3]، أهمها:

أولا- اختيار الاسم:

يخضع الاسم التجاري عند اختياره لتنظيم خاص فيه؛ لأنه ملحق بعمل تجاري. فإذا كان التاجر فرد، فإنه يتكون من اسمه المدني أو اللقب أو أية تسمية أخرى، وإذا كانت شركة فإن الاسم التجاري يتكون بحسب نوع الشركة، فإذا كانت شركة من شركات الأشخاص كان لابد من أن يتضمن اسمها التجاري اسم أحد الشركاء أو أكثر بالإضافة إلى تذييلها بنوع الشركة، أما شركات الأموال فإن اسمها التجاري يشتق من غرضها أو أن يكون اسم مبتكر يميزها عن غيرها من الشركات[4] بحسب القانون الإماراتي[5].

أما عنوان الموقع الإلكتروني فلا يخضع لمثل هذا النظام؛ إذ يجوز أن يختار طالب التسجيل عنوان الموقع الإلكتروني من اسمه المدني أو أي اسم أخر يتخذه لمشروعه التجاري لجذب العملاء، كما انه لا يشترط أن يكون لصيق بعمل تجاري فأي شخص يمكنه تسجيل عنوان موقع إلكتروني وفقاً للغاية التي ينشدها من وراء هذا الموقع[6].

---

(1) فتحية حواس، حماية المصنفات الرقمية وأسماء النطاقات على شبكة الإنترنت، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر1، 2016، ص:219.

(2) أنظر في ذلك: عاطف محمد الفقي، الحماية القانونية للاسم التجاري، دراسة مقارنة، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2007)، ط1، ص:114.

(3) هادي مسلم يونس، مرجع سابق، ص: 182.

(4) القانون الاتحادي الإماراتي رقم 2 لسنة 2015 وتعديلاته بشأن الشركات التجارية، تاريخ 2015/3/25، المادة 41 و64 و72 و106.

(5) هادي مسلم يونس، مرجع سابق، ص: 139-192.

(6) فتحية حواس، مرجع سابق، ص:220.

ثانياً- الإلزام:

ينص قانون الشركات الاتحادي الإماراتي في المادة 12 منه على أنه: "1- يكون للشركة اسم تجاري ويجب ألا يخالف النظام العام للدولة"[1]، ومفاد ذلك الزام القانون لكل تاجر فرد أو منشأة تجارية بأن يكون لديهم اسماً تجارياً وفقاً للشروط المحدّدة قانوناً بهذا الخصوص، والعكس تماماً في عنوان الموقع الإلكتروني حيث لا يُلزم القانون التاجر الفرد أو المنشأة التجارية بأن يكون لديهم عنوان موقع إلكتروني ليتم تسجيل المشروع التجاري[2].

ثالثاً- الوظيفة:

يُؤدي الاسم التجاري وظيفة تتمثل في تمييز الشركات والمشروعات التجارية عن بعضها البعض، بالمقابل فإن عنوان الموقع الإلكتروني ليس شرطاً تقديم ذات الوظيفة لا سيما عند الحديث عن عناوين المواقع الإلكترونية الشخصية وحتى مواقع المشاريع التجارية لأن بعضها يستخدم عنوان الموقع الإلكتروني لمجرد الانتشار والتوسع وعرض سلعها دون ممارسة الأعمال التجارية المباشرة من خلاله[3].

وبالرغم من الحجج التي طرحها أصحاب الرأي القائل بأن عنوان الموقع الإلكتروني هو اسماً تجارياً، فإننا نرى عدم جدوى أو صحة هذا الرأي وذلك لعدة أسباب، أهمها:

1. عند القول بأن وجود الاسم التجاري وعنوان الموقع الإلكتروني يكونان مرتبطين بعمل تجاري، فلا صحة لذلك كون شروط تسجيل الاسم التجاري تختلف تماماً عن شروط تسجيل عنوان الموقع الإلكتروني، حيث أن عنوان الموقع الإلكتروني لا يُشترط فيه أن يكون مرتبطاً بمشروع تجاري، فهناك عناوين لمشاريع خيريه وحكومية وشخصية وفنيه وغيرها من الأغراض غير التجارية بجانب التجارية منها.
2. القول بأن الاسم التجاري وعنوان الموقع الإلكتروني ينشآن بالتسجيل هو قول صحيح، بيد أن وجود الاسم التجاري يسبقه وجود مشروع تجاري وذلك على عكس عنوان الموقع الإلكتروني الذي لا يشترط وجود مشروع تجاري مسبقاً على

(1) الإمارات العربية المتحدة، قانون الشركات، قانون اتحادي الإماراتي رقم 2، تاريخ 25\3\2015، المادة 12.

(2) فتحية حواس، مرجع سابق، ص:220. ولم نجد أثناء البحث أن القوانين في دولة الإمارات العربية المتحدة قد ألزمت التاجر بتسجيل عنوان موقع إلكتروني للشركة

(3) فتحية حواس، مرجع سابق، ص:221.

تسجيله، وكما بيناه أعلاه، خاصةً مع وجود عناوين إلكترونية لمشاريع مختلفة في شتى القطاعات ودون اقتصارها على القطاع التجاري.

3. أغفل هذا الجانب من الفقه جانبًا آخر مهمًّا، وهو أن بيع الاسم التجاري متصل ببيع المشروع التجاري المرافق له ما لم يتفق الطرفان على خلاف ذلك، وهذا على عكس عنوان الموقع الإلكتروني؛ إذ إنَّ بيع المشروع لا يلزم صاحبه ببيعه معه[1]. وفي هذا الصدد ذهبت محكمة تمييز دبي إلى أن: "بيع المحل التجاري يتناول كافة عناصره المادية والمعنوية ويشمل حقوق الملكية الصناعية مالم يُتفق على خلاف ذلك"[2].

4. حماية الاسم التجاري تكون في حدود الدولة المسجل بها فقط [3] أما حماية عنوان الموقع الإلكتروني فتكون في إطار الشبكة العنكبوتية الإنترنت وعلى نطاق واسع وعالمي فلا يمكن تسجيل نفس العنوان الإلكتروني في أي دولة في العالم مادام قد تم تسجيله مسبقاً وذلك من خلال الآلية المشتركة بين منظمة الوايبو وهيئة الأيكان التي يقدمها مركز التحكيم والوساطة التابع للوايبو على الإجراءات المتخذة لتسوية المنازعات بناء على السياسة الموحدة لتسوية النزاعات المتعلقة بأسماء المواقع الإلكترونية على الإنترنت[4].

المبحث الثاني: الطبيعة القانونية لعناوين المواقع الإلكترونية خارج نطاق حقوق الملكية الفكرية

أخذ جانب من الفقه بالمناداة بأن اسم النطاق لا يُعد جزءًا من حقوق الملكية الفكرية والصناعية بالتحديد ويعتبرونه خارج إطارها، فانقسمت الآراء فيه إلى ثلاث أقسام رئيسة: الرأي الأول منها أخذ بفكرة أن عنوان الموقع الإلكتروني يُعتبر موطناً افتراضياً، بينما نادى الرأي الثاني بفكرة أن عنوان الموقع الإلكتروني عبارة عن نظام تقني مستقل، وذهب الرأي الثالث إلى تشبيهه برقم خدمة المنيتيل الموجودة في فرنسا، وسنعمل من خلال هذا المبحث على مناقشة هذه الآراء كلا على وذلك حده في المطالب الثلاث التالية

(1) علي سيد قاسم، مرجع سابق ، ص:159.

(2) محكمة تمييز دبي في 12 ديسمبر 2004، طعن رقم 154 لسنة 2004.

(3) علي سيد قاسم، مرجع سابق، ص:163.

(4) فاتن حسين حوى، مرجع سابق، ص:166.

المطلب الأول: عنوان الموقع الإلكتروني هو موطن افتراضي.

أخذ أصحاب هذه النظرية بفكرة أن عنوان الموقع الإلكتروني يُعد موطناً افتراضياً للشخص حيث أن وظيفته الرئيسية تتمثل بالدخول إلى الموقع الإلكتروني بشكل سهل؛ ومن ثم الوصول للشخص أو المحتوى المطلوب، وهو بذلك لا يتشابه مع عناصر الملكية الفكرية خصوصاً العلامات التجارية التي تهدف إلى تمييز البضائع والخدمات عن بعضها، وكذلك الاسم التجاري الذي يهدف لتمييز المشروع التجاري عن غيره. ويُبرّر أصحاب هذا الرأي قولهم هذا بأنه وإن كان من عناوين المواقع الإلكترونية ما يُوصل المستخدمين إلى صفحات إلكترونية تحتوي على بضائع أو خدمات بحيث تُؤدّي ذات دور العلامة التجارية والاسم التجاري أحياناً، إلا أن ذلك ليس وظيفتها الأساسية بالعموم؛ إذ إن دورها الرئيس هو تحديد عنوان معين عبر شبكة الإنترنت بقصد الوصول إليه[1].

ولقد وصف القضاء الفرنسي عنوان الموقع الإلكتروني في بعض أحكامه بأنه موطن افتراضي للأشخاص على شبكة الإنترنت؛ إذ إنَّ الأشخاص عند قيامهم بتسجيل عنوان إلكتروني بأسمائهم يكونون قد اختاروا مقراً قانونياً لهم ترتبط فيه مصالحهم وينشرون فيه معلوماتهم وبياناتهم الخاصة بالإضافة إلى أسرارهم الشخصية وهوايتهم وغيرها من الأعمال، وعندما أسبغ القضاء الفرنسي هذا التكييف على عنوان الموقع الإلكتروني كان من الطبيعي أن يحميه من أي اعتداء باعتباره موطناً لمالكه والذي يحق له اجبار غيره على احترام حياته الخاصة ومحتويات موقعه[2].

وكذلك ذكر أصحاب هذا الرأي بأن عنوان الموقع الإلكتروني هو مجرد بوابة تُسهل الدخول للموقع على شبكة الإنترنت وهو بذلك مثل العنوان للموقع الطبيعي والذي يمثل اسم الشارع والحي ورقم الهاتف وهكذا، ومن ثمّ فإنه يعد موطناً افتراضياً كون دوره ينتهي بمجرد وصول المستخدم للموقع الإلكتروني ومحتواه[3].

وقد ذهبت محكمة استئناف باريس في 1996/8/14 عكس هذا التكييف في قضية أُثيرت أمامها لطالب في المدرسة الوطنية العليا للاتصالات أنشأ موقعاً على شبكة الإنترنت عن طريق شبكة مدرسته، ونشر عليه أغاني موسيقية للمطرب [4] (Michel Sardou)

(1) إبراهيم محمد عبيدات، النظام القانوني لأسماء نطاقات الإنترنت، كلية الدراسات الفقهية والقانونية، قسم الملكية الفكرية، (الأردن: جامعة ال البيت، 2007)، ص:38.

(2) أشار إليه، شريف محمد غنام، مرجع سابق، ص:344.

(3) إبراهيم محمد عبيدات، مرجع سابق، ص:38.

(4) محكمة استئناف باريس، فرنسا، تاريخ القضية14\8\1996.

والتي تتمتع بالحماية القانونية بموجب قواعد حماية الملكية الفكرية، وعندما اكتشف ذلك وكيل المطرب قام برفع دعوى تقليد ضد الطالب والمدرسة بحجة الاعتداء على أحد المصنفات الأدبية المحمية للمطرب، فاحتج الطالب والمدرسة بأن اسم النطاق هو موطن افتراضي يُجيز لأي شخص ممارسة نشاطه ونشر هواياته وأسراره عليه وأن الاعتداء على هذا الموطن يُعد اعتداءً على الحياة الخاصة لمالكه[1].

وقد رفضت المحكمة هذه الحجج وحكمت بأن الموطن هو المكان الذي يُقيم فيه الشخص بشكل دائم وفقاً لنص المادة 102 من القانون المدني الفرنسي، وأن الموقع الإلكتروني يختلف عن ذلك الذي حدده القانون بهذا الخصوص بالنظر لكونه مجرد مجموعة من بيانات خادم التسجيل Server ، كما أضافت المحكمة في تسبيبها بأنه لا يجوز التوسع في مفهوم الموطن الافتراضي ليشمل عنوان الموقع الإلكتروني، والسبب أن الشخص لا يُقيم فيه بشكل دائم أو مؤقت وهو متاح لكل من يستخدم شبكة الإنترنت، ودخول أي شخص له لا يُعد اعتداءً على الحياة الخاصة لمالكه، وكان أجدر بالطالب لو أراد أن يُبقي هذا الموقع خاص به أن يضع كلمة سر تمنع أي شخص من الدخول إلى موقعه[2].

ونرى بهذا الصدد أن هناك بعض النقاط التي تحتاج إلى توضيح بخصوص اعتبار عنوان الموقع الإلكتروني موطناً افتراضياً، ذلك أن هذا الرأي من الفقه أخذ بربط فكرة عنوان الموقع الإلكتروني بموطن الإنسان، فما هو هذا الموطن وما وجه الشبه بينه وبين عنوان الموقع الإلكتروني؟ إذ يُعرّف الموطن بأنه "المقر القانوني للشخص فيما يتعلق بنشاطه القانوني وعلاقاته مع غيره من الأشخاص بحيث يُعتبر موجوداً فيه على الدوام ولو تغيب عنه بصفة مؤقته"[3]، وينقسم الموطن إلى موطن عام وموطن خاص؛ أما الموطن العام فهو ما يقيم فيه الشخص عادة مع توافر عنصري الثبات والاستقرار، حتى لو غاب عنه مؤقتًا وهذا الموطن يكون اختيارياً، ويسمى الموطن العام الفعلي[4]. وهناك موطن عام قانوني وهو الاستثناء على الأصل في أن يكون للإنسان اختيار موطنه؛ إذ يقوم القانون بتعيين المكان الذي يعد موطناً عاما لبعض الأشخاص وهم عديمو الأهلية وناقصيها بسبب صغر سنهم أو المحجور عليهم بسبب وجود أحد عوارض الأهلية كالعته والجنون والسفه والغفلة، ويشمل كذلك المفقودين والغائبين الذين فقدوا رعاية شؤونهم بسبب ظروف غيابهم

(1) أشار إليه، وسام عامر شاكر سوداح، مرجع سابق، ص:16.

(2) المرجع سابق، ص:16.

(3) حسن كيره، المدخل إلى القانون، (القاهرة: منشأة المعارف)، ص:560.

(4) بكر عبد الفتاح السرحان، المدخل إلى دراسة القانون الإماراتي، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2018)، ص:179.

ومباشرة التصرفات القانونية الخاصة بهم[1]، فهؤلاء يجعل لهم القانون موطناً قانونياً هو موطن أوليائهم أو أوصيائهم أو وكلائهم[2]. وينقسم الموطن الخاص إلى قسمين يتمثلان في موطن أعمال الإنسان وهو المكان الذي يباشر فيه الشخص أعماله المهنية كالتجارة[3]، وما عدا ذلك من أعمال فيعد الموطن في شأنه هو الموطن العام[4].

هذا بالنسبة لمفهوم الموطن وأقسامه، فهل تنطبق أي من هذه المفاهيم على مفهوم عنوان الموقع الإلكتروني؟ كما ذكرنا سابقاً، فإن عنوان الموقع الإلكتروني تم تعريفه على أساس تقني ووظيفي باعتباره ترجمة لأرقام وحروف بروتوكول IP ليُسهّل الوصول إلى محتوى المواقع الإلكترونية. ونتساءل في ضوء هذا المفهوم حول وجه الشبه بين عنوان الموقع الإلكتروني والموطن؟ ولماذا أخذ هذا الجانب من الفقه بتكييف عنوان الموقع الإلكتروني على أنه موطن؟ حيث نرى من خلال استعراض التعريفات أعلاه للموطن باختلاف أنواعه وتعريف عنوان الموقع الإلكتروني بأنه لا يستقيم تقنياً ووظيفياً تكييف عنوان الموقع الإلكتروني بأنه موطن وذلك لعدة أسباب:

أ. **الوظيفة:** وظيفة عنوان الموقع الإلكتروني هي الوصول للمواقع الإلكترونية باختلاف أغراضها وأهدافها. وهذا يتطابق مع وظيفة الموطن الخاص فقط دون الموطن العام. إذن هل يُقصد بذلك تكييفه على أنه موطناً خاصاً؟ حتى وإن كان هناك تطابق بينه وبين الموطن الخاص فإن هذا التكييف لا يستقيم بالنظر؛ لأن الشخص لا يتواجد فعليًا في الموقع الإلكتروني ولا يُشترط أن يُمارس أعمالاً تجارية به، فهناك مواقع شخصية ومواقع حكومية وغيرها من المواقع التي لا تهدف لتحقيق ربح أو لمزاولة أعمال التجارة.

ب. **التواجد:** إنّ وجود الشخص في الموطن العام يتطلب تواجده فيه بشكل مستقر وثابت؛ إذ إنه مهما غاب عنه يعود إليه وبإمكان الجهات القضائية الوصول إليه للتبليغ. وهذا لا ينطبق على عنوان الموقع الإلكتروني والذي يختلف عن ذلك؛ إذ قد يغيب عنه الشخص وقد يتركه ويؤول لغيره في حال عدم تجديد تسجيله، هذا بالإضافة إلى أنه لا تتم البلاغات القضائية عليه[5].

---

(1) وهذا ما قرره المشرع الإماراتي في المادة 1/83 من قانون المعاملات المدنية "موطن القاصر والمحجور عليه والمفقود والغائب هو موطن من ينوب عن هؤلاء قانوناً"

(2) حسن كيره، مرجع سابق، ص:556.

(3) بكر عبد الفتاح السرحان، مرجع سابق، ص:182.

(4) حسن كيره، مرجع سابق، ص:568.

(5) نظام استعمال الوسائل الإلكترونية في الإجراءات القضائية رقم 95 لسنة 2018 الإمارات العربية المتحدة.

ج. **عنوان الموقع الإلكتروني لا يكفي بحد ذاته لوجود الشخص:** إذ إنه مجرد عنوان وقد ذكر الفقهاء في رأيهم أنه مجرد وسيلة للوصول للشخص أو محتوى الموقع، وبدون إنشاء الموقع بمحتوياته لا يمكن الاستفادة منه والوصول إلى الشخص المسجل له حيث ينقلنا عنوان الموقع إلى صفحة بيضاء لا فائدة منها ولا معنى[1].

د. **مسمى (الموطن الافتراضي):** من رأينا ومن خلال بحثنا وجدنا أنه غير موجود أساساً، فهو من ابتكار أصحاب هذا الرأي وهذا ما أكدته محكمة استئناف باريس في حكمها الصادر أعلاه[2]. كما أكدت القوانين ولا سيما القانون الإماراتي كما سبق وذكرنا أن الموطن هو المكان الذي يقيم فيه الإنسان بشكل دائم أو مؤقت وهذا لا ينطبق مع عنوان الموقع الإلكتروني[3].

ه. يُعد الدخول إلى الموطن بدون إذن صاحبه اعتداء على حرمته الخاصة ويعاقب المتطفل وفقاً لأحكام القانون، وهذا لا ينطبق على عنوان الموقع الإلكتروني الذي يوصلنا للموقع الإلكتروني الذي يكون مفتوحاً لكل من يستخدم شبكة الإنترنت، والكل مخول للدخول إليه إلا في حالة لو منع صاحب الموقع أو الصفحة الغير من الدخول إليها باستخدام احد وسائل الحماية ككلمة المرور أو قفل الصفحة أو تحديد من يمكنه مشاهدتها، وذلك ما يحصل مثلاً في مواقع تواصل اجتماعية كثيرة كالفيسبوك وتويتر وغيرها[4]، والتي تمكن المستخدم من منع الغير من الدخول إلى صفحته الإلكترونية وجعلها صفحة خاصة، ومع ذلك، وحتى في هذه الحالة، فإنه لا يمكن اعتبار عنوان الموقع الإلكتروني موطناً افتراضياً لمالكه كما سبق بيانه.

و. الوصول إلى عنوان الموقع الإلكتروني لا يكفي للوصول للشخص فهناك مواقع لا تملك أي وسيلة تواصل مع أشخاص الملّاك، وهو ما يتنافى مع مفهوم الموطن.

المادة حصرت المادة الثالثة من هذا النظام الوسائل الإلكترونية المستخدمة بتلك المنصوص عليها في هذا النظام بقولها "تراعي الحكام المنصوص عليها في القانون عند القيام بالإجراءات القضائية المدنية بالوسائل المنصوص عليها في هذا النظام". وبموجب المادة السابعة من ذات النظام "تعتمد الوسائل الإلكترونية التالية لإجراء التبليغات القضائية 1. البريد الإلكتروني 2. الرسائل النصية عن كرقم الهاتف الخلوي"، ولم يذكر النظام عنوان الموقع الإلكتروني

(1) إنشاء عنوان الموقع الإلكتروني لا يتطلب إنشاء موقع إلكتروني، فبالإمكان شراء عنوان الموقع الإلكتروني وتركه أو تداوله بالبيع والشراء

(2) أشار إليه: وسام عامر شاكر سوداح، مرجع سابق، ص:16.

(3) الإمارات العربية المتحدة، قانون المعاملات المدنية، قانون اتحادي رقم 5، صادر بتاريخ 15\12\1985، المادة 81.

(4) وسام عامر شاكر سوداح، مرجع سابق، ص:18.

المطلب الثاني: عنوان الموقع الإلكتروني هو نظام تقني جديد

تبنّى هذا الرأي الجمعية الفرنسية لإدارة أسماء النطاق fr. (AFNIC)، وقد اخذ هذا الجانب من الفقه بالقول بأن عنوان الموقع الإلكتروني هو نظام تقني جديد لا يُنشئ حقاً قانونياً. أما حججهم فكانت ترتكز على فكرة أن عنوان الموقع الإلكتروني لا يمكن تسييله أو نقدنته[1]، كما أن وجوده جاء بغرض حل مشكلة تقنية بحته للتغلب على الأرقام الطويلة التي كان يصعب تذكرها، وبفضل هذا النظام فقد تم حل هذه المشكلة بتحويلها إلى أرقام وحروف أو مجرد حروف وذلك ليسهل تذكرها لدى الأفراد[2].

ويُؤخذ على أصحاب هذا الرأي عدة أمور منها، عدم التفاتهم إلى حقيقة القيمة المالية لعناوين المواقع الإلكترونية فهي تباع وتشترى، وهناك مهتمون بذلك من المبرمجين وأصحاب المواقع والشركات وغيرهم[3]، فواقع عناوين المواقع الإلكترونية لا يتماشى مع ما ذهبوا إليه في رأيهم وتحليلهم[4].

ويرفض أصحاب هذا الرأي فكرة التنازل عن عنوان الموقع الإلكتروني بالرغم من وجود حالات تم فيها التنازل عنه، ولكنهم يرون بأنه يجب أن يتم شطبه أولاً ومن ثم تسجيله باسم الشخص الراغب بتسجيله. ومما لا شك فيه أن مسألة الشطب هذه غير عملية كون الشخص الذي قد يرغب بإعادة تسجيل عنوان موقع إلكتروني بعد شطبه قد يواجه احتمالية فقدانه للعنوان المطلوب في الفترة بين الشطب وإعادة التسجيل بتسجيله من قبل شخص مترصّد له[5].

ونرى بأن التكييف القانوني لعنوان الموقع الإلكتروني بأنه نظام تقني جديد هو تكييف بعيد عن الواقع العملي لعناوين المواقع الإلكترونية وذلك لعدة أسباب وأهمها:

أ. لا يُمكن تصور عدم إنشاء عنوان الموقع الإلكتروني لحق قانوني، فهو يُباع

---

(1) تسييل ونقدنة عنوان الموقع الإلكتروني يقصد به جني العائدات المالية منها. تم شرحها بالتفصيل في موقع هيئة الأيكان على الرابط التالي: https://archive.icann.org/ar (تاريخ آخر زيارة: 2021/12/2)

(2) أشارت إليه: رشا تيسير حطاب، ومها يوسف خصاونة، تطبيق النظام القانوني للمحل التجاري على الموقع التجاري الإلكتروني، مجلة الشريعة والقانون، أبريل 2011م، العدد 47، جامعة الإمارات، ص:366.

(3) هناك مواقع مخصصه لبيع وشراء عناوين المواقع الإلكترونية. مثل موقع: https://nameexperts.com/ (تاريخ اخر زيارة: 2022/1/2)

(4) رشا تيسير حطاب، ومها يوسف خصاونة، مرجع سابق، ص:366.

(5) المرجع السابق، ص:366.

ويُشترى كما أنه يحكمه عقد الخدمة ويستطيع مالكه التصرف به ونقل ملكيته للآخرين إذا أراد، فكيف لنا أن ننكر عليه هذا الحق؟

ب. إن تسييل ونقدنة عنوان الموقع الإلكتروني هو واقع ملموس وهناك الكثير من المواقع المتخصصة ببيعه وشرائه والتي تتولّى عمليات العرض والطلب لبيع وشراء هذه العناوين وتقديم مختلف الخدمات التي تخصها، ومنها بيع عنوان الموقع الإلكتروني لـwww.business.com بمبلغ 7.5 مليون دولار أمريكي. أضف لذلك أن عناوين المواقع الجغرافية ذاتها لم تَسلم من فكرة البيع وقد بيعت بمبالغ باهظة الثمن، ومثالها بيع مدينة تافولا لحقوق تسجيل .tv لديها لمدة عشرين سنة بمبلغ خمسين مليون دولار أمريكي[1].

ج. أن عنوان الموقع الإلكتروني وُجد في بدايته لحل مشكلة تقنية تتمثل في تحويل رقم بروتوكولات الإنترنت إلى حروف وأرقام ليسهل حفظه وتذكره، إلا أنه تطور تباعاً لتطور الإنترنت بشكل عام وأصبح يقدم خدمات أخرى كما أنه أصبح مرتبط بعلامات تجارية. وبهذا أصبح لابد من الالتفات لهذا التطور وإيجاد التكييف القانوني الخاص به[2].

ولم تلقَ النظريات السابقة قبولاً لدى جانب كبير من الفقه القانوني؛ إذ إنهم يرون أنه نظاماً قائماً بذاته ومستقل عن أي نظام قانوني آخر، حتى إنه مستقل عن قوانين الملكية الفكرية[3].

المطلب الثالث: عنوان الموقع الإلكتروني حق قانوني مستقل

يعد أنصار هذا الرأي بأن عنوان الموقع الإلكتروني فكرة قانونية مستقلة بذاتها تخرج عن نطاق حقوق الملكية الفكرية بشكل عام، وتتمثل حججهم في أن عنوان الموقع الإلكتروني مختلف عن غيره من الحقوق خاصة في ظل عدم استقرار آراء الفقهاء وأحكام القضاء فيما يخص الطبيعة القانونية له، وبالأخص القضاء الفرنسي الذي أكد بأن عنوان الموقع الإلكتروني فكرة قانونية مستقله لها خصائصها المميزة وليست كأي نظام قانوني

(1) Doktorantas Datius Sauliunas. Problem of Legal Natural of Internet Domain Names. Doctoral Thiese. Law University of Lithuanin.2003, page 34.

(2) وسام عامر سوداح، مرجع سابق، ص:21.

(3) المرجع السابق، ص:22.

آخر[1]، ومن ثم تنطبق عليه القواعد القانونية العامة[2]. وقد استند أصحاب هذه الرأي إلى بعض الأحكام القضائية ومنها ما ذهبت إليه المحكمة الابتدائية لـ Nanterre الفرنسية في مارس 2000 من أن "عنوان الموقع الإلكتروني لا يخضع لأي تنظيم قانوني خاص ولا يتمتع إلا بالحماية التي تقررها المبادئ العامة في القانون"[3].

كما ذهبت المحكمة الابتدائية لمدينة Le Mans الفرنسية في حكم آخر صادر عام 1999إلى وصف عنوان الموقع الإلكتروني بأنه فكرة قانونية جديدة لا يخضع لأي تنظيم قانوني خاص، ولكن تنطبق عليه القواعد القانونية العامة[4]. وكان نفس الحكم محل انتقاد من الفقه القانوني[5]؛ لأن المحكمة بعد أن وصفت عنوان الموقع الإلكتروني بأنه لا يخضع لأي تنظيم قانوني خاص، ذكرت بأنه يتمتع بالحماية التي تقررها المبادئ القانونية العامة، واعتبرت أن تسجيل عنوان الموقع الإلكتروني يمنح صاحبه حق الأسبقية أو الأولوية التي يُمكن أن يحتج بها مالك العلامة التجارية التي يملكها، وبهذا فقد رتبت بعض النتائج القانونية التي تندرج تحت قانون الملكية الفكرية وبنفس الوقت وصفته بأنه فكرة قانونية مستقلة[6].

أضف لهذا الانتقاد، أن أصحاب هذا الرأي قد أغفلوا القاعدة الأساسية في تسجيل عناوين المواقع الإلكتروني والتي تمنح صاحب التسجيل حق الأسبقية أو الأولوية بحيث تُمكّنه من أن يحتج به ويمنع غيره من تسجيله، وتطبيق هذه القاعدة يُثبت خضوع هذه العناوين لقواعد الملكية الفكرية، وبهذا يكون قد جمع بين نقيضين من كونه نظاماً قانونياً مستقلاً بالإضافة إلى سريان أحكام الملكية الفكرية عليه، وهو ما لا يمكن عملياً تصوره[7].

وبالرغم من اتفاق أصحاب هذا الرأي على اعتبار عنوان الموقع الإلكتروني حقاً قانونياً مستقلاً إلا أنهم انقسموا في رأيهم إلى اتجاهين: فأخذ أصحاب الاتجاه الأول باعتبار أن عنوان الموقع الإلكتروني ذا طبيعة عقدية وهو مجرد عقد خدمة إلكتروني يمنح صاحبه الحق في استخدام عنوان الموقع الإلكتروني لفترة محددة وهي مدة العقد وعند انقضاء هذه

(1) أشار إليه: وسام عامر شاكر سوداح، مرجع سابق، ص:23.

(2) علي عادل إسماعيل، الجرائم الماسة بحقوق الملكية الإلكترونية، (لبنان: منشورات الحلبي، 2017)، ص:201.

(3) انظر، شريف محمد غنام، مرجع سابق، ص:249.

(4) شريف محمد غنام، المرجع السابق. وأشار إليه: علي عادل إسماعيل، مرجع سابق، ص:201.

(5) شريف محمد غنام، مرجع سابق، ص:349.

(6) شريف محمد غنام، مرجع سابق، ص:349.

(7) علي عادل إسماعيل، مرجع سابق، ص:201.

المدة فإن عنوان الموقع الإلكتروني يؤول إلى من يسجله، أما الاتجاه الآخر فاعتبر عنوان الموقع الإلكتروني حق ملكية خاص[1]، وسيأتي بيان وتحليل كلا الرأيين في النقاط الآتية:

أولاً- عنوان الموقع الإلكتروني حق تعاقدي:

كيّفت بعض المحاكم عنوان الموقع الإلكتروني على أنه عقد خدمة[2]، وذلك استناداً إلى طبيعة التصرف الذي من خلاله يتم امتلاك عنوان الموقع الإلكتروني بموجب عقد يتم إبرامه بين مركز التسجيل الخاص بعنوان الموقع الإلكتروني في الدولة المراد تسجيل عنوان الموقع في نطاقها وبين طالب التسجيل وهو مالك الموقع الإلكتروني أو وكيله وذلك وفقاً لما ورد في القواعد الخاصة في تنظيم تسجيل عناوين المواقع الإلكترونية محلياً ودولياً[3].

ولقد أيّد فريق من الفقهاء هذا الرأي واستندوا على الحكم الصادر من محكمة استئناف فرجينيا الأمريكية في قضية شركة[4] Network Solution Inc. في مواجهة شركة Umbro International Inc[5]. حيث حكمت المحكمة بأن عنوان الموقع الإلكتروني هو عقد خدمة وليس حق ملكية[6].

وفي قضية لاحقة أقامت المدعية شركة Pitman Training Limited دعوى ضد شركة Pitman Publishing Division of Pearson Profeddional Limited [7] استنادًا

(1) وسام عامر شاكر سوداح، مرجع سابق، ص:23.

(2) Claudio Caruana. The legal Natural of Domain Name. Journal of Intellectual Property Law & Practice. 19 March 2021, page 3.

(3) أشار إليه: علي بن خالد قطيشات، الطبيعة القانونية لأسماء النطاقات دراسة مقارنة، مجلة العلوم الإنسانية والإدارية، سنة 2012، عدد22، جامعة المجمعة، ص:101.

(4) يقصد بمصطلح (Network Solution) وكالة تسجيل عناوين المواقع الإلكترونية، للمزيد انظر الرابط التالي: https://www.networksolutions.com تاريخ الزيارة 16\4\2021.

(5) Network Solotion Inc. v. International, Inc., ET al.529 S.E.2d 80. Sup. Ct. Va., April 21\2000.

(6) George Dimitrov, international Conference on intellectual Property, the internet Electronic Commerce and Traditional knowledge, by WIOP, 2001, page 4.

(7) Pitman Trading Limited and PTC Oxford Limited v. Nominet U.k. and Pearson Proffional Limited) Pitmay Publising Division), High Vourt of Justice, 1997 F1948, WIPR, 1997.

إلـى النقـل غيـر القانونـي لاسـم النطـاق "pitman.co.uk" بواسـطة المُسـجل Nominet[1] فـي المملكـة المتحـدة للمدعـى عليهـا، ووجـدت المحكمـة أن هـذا الادعـاء لا أسـاس لـه وذلـك لعـدم وجـود علاقـة تعاقديـة بيـن المدعـي والمدعـى عليـه وحيـث إن العقـد مُلـزم بيـن مالـك اسـم النطـاق (Nominet) والمُسـجل [2] (Pitman Publishing Division of Pearson Profeddional Limited) فإنـه لا أسـاس للدعـوى[3].

وتطبيقـاً لذلـك، يـرى هـذا الجانـب مـن الفقـه أن تسـجيل عنـوان الموقـع الإلكترونـي يُعتبـر علاقـة تعاقديـة بيـن مقـدم الطلـب والمسـجل، ويجـب تحديـد هـذه العلاقـة كنـوع مـن عقـد الخدمـة، ويذكـر هـؤلاء بأنـه بالإمـكان إيجـاد وسـيلة قانونيـة لحماية أصحـاب عناويـن المواقـع الإلكترونية، وهـذا يعنـي أن عنـوان الموقـع الإلكترونـي نفسـه لا يمكـن حمايتـه، بـل إن مالـك عنـوان الموقـع الإلكترونـي هـو المحمـي وليـس العنـوان، وأن محتـوى عقـد التسـجيل هـو التـزام يكـون فـي دفـع رسـوم التسـجيل السـنوية، وللمسـجل بنـاء عليـه أن يمنـح عنـوان الموقـع الإلكترونـي للمسـجل، وأخيـراً يـرى هـذا الجانـب أن هـذه الخدمـات تقنيـة بحتـه ولا تنـص علـى أن المسـجل يوفـر عنـوان الموقـع الإلكترونـي[4].

وبنـاء علـى هـذا الـرأي الفقهـي، فـإن عنـوان الموقـع الإلكترونـي هـو حـق تعاقـدي ولا ينشـأ إلا بموجـب عقـد مبـرم بيـن طالـب التسـجيل وجهـة التسـجيل، وبالنظـر لكونـه حقـاً تعاقديـاً فـإن ذلـك يعنـي أنـه حـق ملكيـة عـادي ممـا ينتـج عنـه إمكانيـة الحجـز عليـه، وهـذا القـول مجـافٍ للصحـة لأن عنـوان الموقـع الإلكترونـي لا يُمكـن الحجـز عليـه، وهـذا يُنافـي بالتالـي القـول بـأن هـذا العنـوان هـو حـق ملكيـة ناتـج عـن عقـد مبـرم بيـن أطرافـه[5].

ومـا يؤكـد صحـة ذلـك بـأن شـروط تسـجيل عنـوان الموقـع الإلكترونـي التـي يضعهـا بعـض مراكـز التسـجيل، ومنهـا شـروط تسـجيل النطـاق .ae فـي هيئـة تنظيـم الاتصـالات فـي الإمـارات لا تُعطـي طالـب التسـجيل أي حـق ملكيـة علـى عنـوان الموقـع الإلكترونـي، وعليـه فإنـه لا

(1) (6) يقصـد بمصطلـح (Nomiinet) هـي وكالـة تسـجيل عنـوان الموقـع الإلكترونـي (.uk) والتـي تأسسـت عـام 1996. للمزيـد اطلـع علـى الموقـع الإلكترونـي الخـاص بوكالـة التسـجيل: https://www.nominet.uk أخـر زيـارة للموقـع بتاريـخ 2021\4\16

(2) George Dimitrov, prev. page 4

(3) George Dimitrov, prev, page 4.

(4) Doktorantas Datius Sauliunas, Problem of Legal Natural of Internet Domain Name, Doctoral Thiese, Law University of Lithuanin,2003, page 36

(5) علي بن خالد قطيشات، مرجع سابق، ص:102.

يستطيع منح أو تحويل حقه بالتسجيل إلى الغير كون هذا الحق تعاقدياً وحصرياً له[1]. وعلى ذلك نصت المادة 4- 1 من سياسة اسم النطاق ae في دولة الإمارات العربية المتحدة بأنه "لا توجد حقوق ملكية في نظام أسماء النطاق. ولا يملك صاحب التسجيل اسم نطاق، ولكنه يحوز ترخيص حصري باستخدام اسم النطاق لفترة محددة ووفقا للبنود والشروط التي تنظم ترخيص اسم النطاق"[2]

ثانياً- عنوان الموقع الإلكتروني حق ملكية

اختلف الفقهاء في هذا الرأي في نوع حق الملكية الذي يُمثّله عنوان الموقع الإلكتروني، فهناك من يرى أنه ملكية غير مادية، في حين يرى البعض الأخر بأنه ملكية خاصة[3].

1. عنوان الموقع الإلكتروني حق ملكية غير مادية

يرى جانب من الفقه وجود حق ملكية غير مادية لعنوان الموقع الإلكتروني وذلك استناداً إلى حكم محكمة استئنافOntario الكندية في قضية Renner.com ، حيث حكمت المحكمة بأن عنوان الموقع الإلكتروني هو حق ملكة غير مادية وأن لصاحبه منع الغير من التعدي عليه وله الحق في استخدامه[4].

وقد أكد بعض الفقهاء بأن عنوان الموقع الإلكتروني هو نوع خاص من الملكية ولا يُعتبر من الملكية المادية لأنه غير ملموس، كما أنه بعيد عن عناصر الملكية الفكرية كونه ذا طبيعة مزدوجة تقنية ومعنوية[5].

2. عنوان الموقع الإلكتروني حق ملكية خاصة:

سلط هذا الجانب من الفقه الضوء على أن العنوان الإلكتروني حق يباع ويشترى وله قيمة اقتصادية، وقد ذهب بعض الفقهاء المنادين بهذه النظرية إلى أن عنوان الموقع الإلكتروني يشتمل على حقوق الملكية الخاصة لطالب التسجيل وهي حرية التصرف به وحقه في منع الغير من التعدي عليه، وحقه في استخدامه واستغلاله[6].

(1) الإمارات العربية المتحدة. سياسة اسم نطاق (.ae)2010\9\22. مادة 1-4.

(2) الإمارات العربية المتحدة، سياسة اسم نطاق(.ae)، صادر بتاريخ 2010\9\22، المادة 4. وإبراهيم محمد عبيدات، النظام القانوني لأسماء نطاقات الإنترنت، رسالة ماجستير، كلية الدراسات الفقهية والقانونية، جامعة آل البيت،2007، ص: 49.

(3) وسام عامر شاكر سوداح، مرجع سابق، ص:41.

(4) أشار إليه: وسام عامر شاكر سوداح، مرجع سابق، ص:42.

(5) أشار إليه: المرجع السابق، ص:42.

(6) Mostafa Bakhtiarvand. Natural of Domain Name with Emphasis on Iran Law.Jornal

وقد استند الفقهاء في رأيهم هذا على حكم الدائرة التاسعة لمحكمة الاستئناف الأمريكية في قضية[1] Kremen v Network Solution والتي فصلت في الدعوى لمعرفة ما إذا كان عنوان الموقع الإلكتروني ملكية خاصة أم لا، فاستندت المحكمة في حكمها على قضية G.S.Rasmussen وذكرت ثلاث معايير للتأكد فيما إذا كان عنوان الموقع الإلكتروني حق ملكية خاص أم لا[2]، وهي:

- أن يكون هناك تعريف دقيق لعنوان الموقع الإلكتروني.
- أن يكون لمالكه حق حيازته.
- أن يكون لمالكه حق المطالبة الشرعية به[3].

وقد ذهبت المحكمة إلى أن عنوان الموقع الإلكتروني تجتمع فيه كل المعايير التي تجعل منه حق ملكية خاص وهي:

- عنوان الموقع الإلكتروني هو مصلحة محددة يشبه الحصه في أسهم الشركات أو قطعة ارض.
- عنوان الموقع الإلكتروني له قيمة اقتصادية وعادة تكون بمبالغ تصل إلى ملايين الدولارات.
- تؤمن المحكمة بأن لمسجل عنوان الموقع الإلكتروني الحق بالمطالبة الشرعية والحصرية به وهو كمن يُطالب بقطعة ارض يملكها وهو بذلك يُعلن للغير بأنه المالك للأرض لا غيره[4].

وما يُؤكد فكرة أن عنوان الموقع الإلكتروني هو ملكية خاصة ما ذهب إليه القاضي Weiler الذي استند في حكمه في قضية Tucow.Com Co. v Lojas Renner S.A لدى محكمة استئناف انتاريو[5] المتعلقة بعنوان الموقع الإلكتروني لسوابق قضائية وأراء

---

of Intellectual Property Rights.Vol 21.May 2016.pp168

(1) Kremen v. Cohen Network Solution, Inc., United States Court of Apeals for the Ninth Circuit 337 F.3d 1024(2003)

(2) Mostafa Bakhtiarvand.prev, p169.

(3) Mostafa Bakhtiarvand.prev. p169.

(4) Mostafa Bakhtiarvand.prev.

(5) Mention by : Mostafa Bakhtiarvand. prev

الفقهاء في عدة دول منها بريطانيا وأمريكا وأستراليا والهند، فذهب لاعتبار عنوان الموقع الإلكتروني شكلاً من أشكال حقوق الملكية الخاصة[1]. وقد أكدت على ذلك شركة Network Solution, Inc.T في سياسة تسجيل عنوان الموقع الإلكتروني بقولها بأنه حق ملكية خاص[2].

ونحن بدورنا وبعد كل ما تقدم من عرض لنظريات عديدة دفعت باتجاه إعطاء تكييفات متعدّدة ومختلفة لعناوين المواقع الإلكترونية، نرى بتكييف عنوان الموقع الإلكتروني بأنه جزء من حقوق الملكية الفكرية، وذلك للأسباب والمبرّرات الآتية:

1. ما جاء في حكم محكمة فيرجينيا في قضيةPartner. Com, Inc. ضد Atlantic Net Media Corp والتي قضت بأن عنوان الموقع الإلكتروني هو حق من حقوق الملكية فكرية. [3]

2. ما جاء في حكم محكمة تمييز دبي والذي ذكرت فيه المحكمة أن "الدور الذي يؤديه العنوان الإلكتروني يتشابه بالدور الذي تؤديه العلامة التجارية، إذ إن كلًّا منهما يقوم بالدعاية والإعلان عن المشروع وعن الخدمة الخاصة به، بحيث يكون من السهل على المستهلك التعرف على الخدمة من خلال الاطلاع على الموقع الإلكتروني"[4]. وبذلك قاربت المحكمة بين عنوان الموقع الإلكتروني وحق من حقوق الملكية الفكرية وهو العلامة التجارية.

3. اتفاق التطبيقات القضائية في العديد من الدول على كون عنوان الموقع الإلكتروني ما هو إلا علامةً تجارية للموقع، ولو كنا لا نراه كذلك وفقاً لما سبق بيانه، إلا أن هذا مؤشر كبير على أنه بالإمكان اعتباره حقاً من حقوق الملكية الفكرية.

4. أن عنوان الموقع الإلكتروني يشترك مع حقوق الملكية الفكرية في كونه شيء غير ملموس لأنه الكتروني، ومميز وفريد ولا يمكن أن يتطابق مع غيره من العناوين كونه "يتكون من مزيج ما بين الأحرف والأرقام اللاتينية التي تمكّن المستخدم من الولوج إلى المواقع الإلكترونية المختلفة"[5].

---

(1) Mostafa Bakhtiarvand.prev

(2) Doktorantas Datius Sauliunas.prev, page 35.

(3) أشار إليه: وسام شاكر سوداح، مرجع سابق، ص:55.

(4) الإمارات العربية المتحدة، حكومة دبي، محكمة التمييز، الطعن رقم 136، سنة 2006م، قضائية، تاريخ الجلسة 2006/9/12م

(5) فاتن حسين حوى، مرجع سابق، ص:69.

الخاتمة:

إن عدم وجود اتفاق قانوني محلي أو دولي على المستوى الفقهي أو القضائي حول طبيعة عناوين المواقع الإلكترونية أدى إلى وجود فراغ تشريعي من شأنه تهديد حسن حمايتها، ولقد اكتفت التشريعات الحالية المحلية منها والدولية إلى حماية عنوان الموقع الإلكتروني في حاله واحده فقط وهي إذا ما ارتبط بعلامة تجارية وجرى العمل على معاملته معاملتها، وهو ما لا يتماشى مع طبيعة عناوين المواقع الإلكترونية وخصائصها واستخداماتها. وقد أدّى هذا الغياب التشريعي إلى الإضرار بمصالح مالكي عناوين المواقع الإلكترونية، وهذا ما يدفعنا إلى المطالبة بقانون أو نظام خاص يحكم هذه العناوين ويُنظّم آلية عملها. وقد خلصنا من خلال دراستنا أعلاه إلى عدد من النتائج والتوصيات، وأهمها:

النتائج:

1. هناك نظريتان بالفقه المقارن لتحديد الطبيعة القانونية لعناوين المواقع الإلكترونية، النظرية الأولى اعتبرت عنوان الموقع الإلكتروني حقاً من حقوق الملكية الصناعية، والنظرية الثانية اعتبرته خارج نطاق حقوق الملكية الفكرية.

2. النظرية القائلة بأن عنوان الموقع الإلكتروني هو حقاً من حقوق الملكية الفكرية انقسمت إلى قسمين رئيسيين: الأول منها اعتبر أن عنوان الموقع الإلكتروني هو علامة تجارية، والثاني اعتبرته اسماً أو عنواناً تجارياً، وذلك لأوجه الشبه بينه وبين تلك الحقوق. أمّا النظرية الداعمة لاعتبار عنوان الموقع الإلكتروني حقاً قانونياً مستقلاً يتفرع من حقوق الملكية الفكرية هي الأقرب للتكييف القانوني لهذا الحق وذلك للشبه بينه وبين تلك الحقوق مع الأخذ بالاعتبار خصوصية عنوان الموقع الإلكتروني.

3. تتم حماية عنوان الموقع الإلكتروني في دولة الإمارات العربية المتحدة كعلامة تجارية إذا كان مرتبطاً بها ويعامل معاملتها، وتُفرض له هذه الحماية بموجب القانون الاتحادي رقم (37) لسنة 1992بشأن العلامات التجارية. وفي حال لم يكن عنوان الموقع الإلكتروني مرتبطاً بعلامة تجارية فإنه يُمكن حمايته من خلال اللجوء إلى التقاضي في مركز التحكيم والوساطة التابع للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO).

4. الفراغ التشريعي المحلي الإماراتي لحماية عنوان الموقع الإلكتروني حماية خاصة أوجد فجوة قانونيه فيما يخص تكييف عنوان الموقع الإلكتروني في القضاء الإماراتي.

5. لم تعد عناوين المواقع الإلكتروني مجرد عنوان للوصول الى الموقع الإلكتروني، بل باتت لها قيمة مالية عالية تصل لملايين الدولارات، ويجب الالتفات لهذا الأمر وتقنينه لأهميته القانونية والاقتصادية.

6. لا يُمكن في الوقت الراهن رهن عنوان الموقع الإلكتروني كما لا يُمكن حجزه وذلك بسبب عدم وضوح طبيعته القانونية.

التوصيات:

1. في ظل الغياب التشريعي الحالي الخاص بالتنظيم القانوني المتكامل لعناوين المواقع الإلكترونية ندعو المشرّع الإماراتي إلى وضع تشريع قانوني متكامل ومستقل يُنظّم الحقوق ويبيّن الالتزامات والإجراءات الخاصة بهذه العناوين.

2. تضمين التشريع الخاص بعناوين المواقع الإلكترونية في المقترح لدولة الإمارات العربية المتحدة عقوبات مدنية وجنائية تشمل الغرامات والتعويضات المالية وعدم الاكتفاء بما هو جارٍ العمل به حالياً من حيث نقله الى المالك الجديد أو شطبه، حيث شجّعت هذه الحماية الضعيفة سيئ النية على الاعتداء على هذه العناوين بالنظر لغياب العقوبات الرادعة.

3. النص في التشريع الخاص بعناوين المواقع الإلكترونية المقترح على أن يتم تسجيل العناوين من ضمن شروط تسجيل السجل التجاري الخاص بالشركات والمؤسسات التجارية وذلك على غرار الاسم التجاري، لأن تسجيلها يعد وقاية لها من الاعتداء عليها وتخفيفاً للنزاعات التي من الممكن أن تنشأ بخصوصها.

4. أن يتم تكييف عنوان الموقع الإلكتروني كحق من حقوق الملكية الفكرية، وذلك ليتم تحديد العلاقة القانونية بين عنوان الموقع الإلكتروني وغيره من الحقوق وإدخاله في نظام قانوني واضح حفاظاً على الحقوق المتعلقة به ومنع انتهاكها بسبب غياب التكييف القانوني الصحيح له.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: المراجع العربية:

أحمد، نصرالدين حسن (2014). عناوين مواقع الإنترنت تسجيلها وحمايتها تنازعها مع الماركات التجارية. منشورات زين الحقوقية.

إسماعيل، علي عادل (2017). الجرائم الماسة بحقوق الملكية الإلكترونية، دراسة مقارنة. منشورات الحلبي.

إمام، خالد محمد سيد (2016). الحق في الاسم التجاري. مركز الدراسات العربية.

حطاب، رشا تيسير و خصاونة، مها يوسف (2011). تطبيق النظام القانوني للمحل التجاري على الموقع التجاري الإلكتروني. مجلة الشريعة والقانون، (47)، جامعة الإمارات.

حواس، فتحية (2016). حماية المصنفات الرقمية وأسماء النطاقات على شبكة الإنترنت [أطروحة دكتوراه، كلية الجزائر كلية الحقوق].

حوى، فاتن حسن (2010). المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية. دار الثقافة للنشر والتوزيع.

رمضان، سعد علي أحمد (2019). حقوق الملكية الفكرية وفقاً للقانون الإماراتي. الأفاق المشرقة ناشرون.

السرحان، بكر عبد الفتاح (2010). المدخل إلى دراسة القانون الإماراتي. دار النهضة العربية.

سرحان، عدنان إبراهيم (2006). أسماء النطاق على الشبكة العالمية للمعلوماتية الإنترنت. مجلة الشريعة والقانون، (25)، جامعة الإمارات).

سوداح، سامر عامر (د.ت.). التنظيم القانوني لأسماء النطاق [رسالة ماجستير، جامعة النجاح كلية الدراسات العليا].

الصغير، حسام الدين (2005). حماية العلامات التجارية المشهورة، حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية للدبلوماسيين. المنظمة العالمية للملكية الفكرية.

طوق، زينه (2018). التنازع بين العلامة التجارية والعنوان الإلكتروني. منشورات دار صادر.

عبيدات، إبراهيم محمد (2007). النظام القانوني لأسماء نطاقات الإنترنت. كلية الدراسات الفقهية والقانونية جامعة آل البيت.

علوان، رامي (2005). المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء مواقع الإنترنت. مجلة الشريعة والقانون، (22)، جامعة الإمارات.

غنام، شريف محمد (2007). حماية العلامات التجارية عبر الإنترنت في علاقاتها بالعنوان الإلكتروني. دار الجامعة الجديدة.

قاسم، علي سيد (2012). حقوق الملكية الفكرية في قانون دولة الإمارات العربية المتحدة دراسة مقارنة (ط2). دار النهضة العربية.

قطيشات، علي بن خالد (2012). الطبيعة القانونية لأسماء النطاقات، دراسة مقارنة. مجلة العلوم الإنسانية والإدارية جامعة المجمعة، (2). https://doi.org/10.12816/0003654

كيره، حسن (1990). المدخل إلى القانون. منشأة المعارف.

ماضي، عبد الرحيم عنتر (2015). التنظيم القانوني للملكية الفكرية دراسة مقارنة. مركز الدراسات العربية.

مطر، عصام عبد الفتاح (2009). التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية والأجنبية. دار الجامعة الجديدة للنشر.

يونس، هادي مسلم (2005). أسماء النطاق على الإنترنت وطبيعتها القانونية. مجلة الرافدين للحقوق، (25). https://doi.org/10.33899/alaw.2005.160449

يونس، عمر محمد (2005). دراسة حول الآيكان تم عرضها في ندوة تأثير محركات البحث على إدارة الإنترنت. المنظمة العربية للتنمية الإدارية.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

Albitz, P., Larson, M., & Liu, C. (1998). *DNS on Windows NT*. O'Reily.

Bakhtiarvand, M. (2016). Natural of Domain Name with Emphasis on Iran Law. *Journal of Intellectual Property Rights.21* .

Caruana, C. (2021). The legal Natural of Domain Name. *Journal of Intellectual Property Law & Practice*.

Dimitrov, G. (2001). *International Conference on intellectual Property, the internet Electronic Commerce and Traditional Knowledge*. WIOP.

Korman, T. (2013). *The Relationship between Domain Names and Trademarks* [Master Thesis, Central European University].

Kremen v. Cohen Network Solution, Inc. (2003). United States Court of Appeals for the Ninth Circuit 337 F.3d 1024.

Network Solotion Inc. v. International, Inc., ET al.529 S.E.2d 80. Sup. Ct. Va., April 21\2000.

Pitman Trading Limited and PTC Oxford Limited v. Nominate U.k. and Pearson Proffional Limited) Pitmay Publishing Division), High Court of Justice, 1997 F1948, WIPR, 1997.

Sauliunas, D. D. (2003). *Problem of Legal Natural of Internet Domain Name* [Doctoral Thiese, Law University of Lithuanin].

Romanized Arabic References: الترجمة الصوتية لمصادر ومراجع اللغة العربية:

ʾaḥmadu naṣrāladayni ḥasanin (2014). ʻanāwīnu mawāqiʻi alʾintarniti tasjīluhā waḥimāyatuhā tanāzuʻuhā maʻa al-mmāarkit al-tijāriyyati manshūrātu zaynin alḥuqūqiyyati

ʾismāʻīlu ʻaliyyun ʻādilin (2017). aljarāʾimu almāssatu biḥuqūqi almilkiyyati alʾilktrūniyyati dirāsatun muqārinatun manshūrāti alḥalabiyyi

ʾimāmun khālid muḥammad sayyidin (2016). al-ḥaqqu fī aliāsmi al-tijāriyyi markazu al-dirāsāti alʻarabiyyati

ḥaṭṭābun rashā taysīru wa khaṣāwana mahhā yūsuf (2011). taṭbīqu al-niẓāmi alqaʾanwinyi lil-maḥalli al-tijāriyyi ʻalā almawqiʻi al-tijāriyyi alʾiliktirūniyyi mijallatu al-sharīʻati wa-l-qānūni (47) ،jāmiʻatu alʾimārāti

ḥawāssa fataḥiyyatun (2016). ḥimāyatu almuṣannafāti al-raqmiyyati waʾasmāʾi al-niṭāqāti ʻalā shabikati alʾintarnit [uṭrūḥati dukatwarāh kulliyyati aljazāʾiri kulliyyati alḥuqūqi

ḥawā fātinun ḥasanun (2010). almawāqiʻu al-ʾiliktirūniyyatu waḥuqūqu almilkiyyati alfikriyyati dāru al-thaqāfati lil-nashri wa-l-tawzīʻi

ramaḍānu saʻdu ʻalī ʾaḥmada (2019). ḥuqūqu almilkiyyati alfikriyyati wafqā lil-qānūni al-ʾimāarittī al-ʾāfāqu almushriqatu nāshirūna

al-sarḥānu bakrin ʻabdi alfattāḥi (2010). almadkhalu ʾilā dirāsati alqānūni alʾimāarittī dāru al-

nahḍati al'arabiyyati

sirḥānu 'adnānu 'ibrāhīma (2006). 'asmā'u al-niṭāqi 'alā al-shabakati al'ālamiyyati lil-mu'lawamityyati al'intarniti mijallatu al-sharī'ati wa-l-qānūni (25) ،jāmi'atu al'imārāti

sawdāḥu sāmiru 'āmirun (dt). al-tanẓīmu al-qqiāniwwuny li'asmā'i al-niṭāqi [risālatu miājastyr jāmi'atu al-najāḥi kulliyyatu al-dirāsāti al-'ulyā

al-ṣaghīru ḥusāmu al-dīni (2005). ḥimāyatu al'alāmāti al-tijāriyyati almashhūrati ḥalqatu alwaybū alwaṭaniyyati al-tadrībatu ḥawla almilkiyyati alfikriyyati lil-dubalwimmiāsayyn almunaẓẓamatu al'ālamiyyatu lil-milkiyyati alfikriyyati

ṭawqun zayyanahu (2018). al-tanāzu'u bayna al'alāmati al-tijāriyyati wa-l-'unwāni al'iliktirūniyyi munshawarit dāri ṣādirin

'ubaydāt 'ibrāhīma muḥammadin (2007). al-niẓāmu alquānawniyyu li'asmā'i naṭiqāti al'intarniti kulliyyatu al-dirāsāti alfiqhiyyati wa-l-qqianwinnayi jāmi'atu āli albayti

'ulwānu rāmī (2005). al-munāza'ātu ḥawla al'alāmāti al-tijāriyyati wa'asmā'i mawāqi'i al'intarniti mijallatu al-sharī'ati wa-l-qānūni (22) ،jāmi'atu al'imārāti

ghannāmun shryf muḥammad (2007). ḥimāyatu al'alāmāti al-tijāriyyati 'abra al'intarniti fī 'alāqitahā bi-l-'inwāni al'iliktirūniyyi dāru aljāmi'ati aljadīdati

qāsimun 'aliyyin sayyidin (2012). ḥuqūqu almilkiyyati alfikriyyati fī qānūni dawlati al'imārāti al'arabiyyati almuttaḥidati dirāsatun muqāranatun (ta2). dāru al-nahḍati al'arabiyyati

qṭyshāt 'aliyyi bnu khālidin (2012). al-ṭabī'atu alqānawniyyatu li'asmā'i al-niṭāqāti dirāsatun muqārinatun mijallatu al'ulūmi al'insāniyyati wa-l-'idāriyyati jāmi'atu almujamma'ati (2). https://doi.org/10.12816/0003654

kīrah ḥasan (1990). almadkhalu 'ilā alqānūni mansha'atu alma'ārifi

māḍī 'abdu al-raḥīmi 'antaru (2015). al-tanẓīmu alqianwinnuy lil-milkiyyati alfikriyyati dirāsatun muqārinatun markazu al-dirāsāti al'arabiyyati

maṭarin 'iṣāmu 'abdi alfattāḥi (2009). al-tijāratu al-'iliktirūniyyatu fī al-tashrī'āti al'arabiyyati wa-l-'ājnabiyyati dāru aljāmi'ati aljadīdati lil-nashri

yūnusu hādī muslimun (2005). 'asmā'u al-niṭāqi 'alā al'intarniti waṭabī'atihā alqānawniyyatu mijallatu al-rāfidayni lil-ḥuqūqi (25). https://doi.org/10.33899/alaw.2005.160449

yūnusu 'mr muḥammadin (2005). dirāsatun ḥawla al-'āyikāni tamma 'arḍuhā fī nadwati ta'athīri muḥarrikāti albaḥthi 'alā 'idārati al'intarniti almunaẓẓamatu al'arabiyyatu lil-tanmiyati al'idāriyyati

The Legal Nature of Domain Names in the United Arab Emirates

Narjes Abdulaziz(1)
Ahmad Qasim Farah(2)

Abstract:

Recently, there has been a significant development in the web world as well as domain registration, as most of the businesses, government projects and the venture philanthropy went online to benefit from the internet, which allows easy access to projects and offers fast services. As a result, legal acts and jurisprudential theories have regulated the method of domain registration, renewal, deletion, transformation, as well as legal proceedings in cases of dispute and related issues. However, there have been deviations in addressing the legal nature of domains in terms of jurisprudence and law. This requires a focused examination of this legal nature and a unification of attitudes regarding its adoption to ensure their optimal and effective protection independently of any other rights, rather than providing protection only if they are associated with trademarks. The present study adopted the analytic method, taking into consideration the points of view of the jurists, as well as explaining international and domestic law and legal applications compared to the legal system of the United Arab Emirates.

Keywords: Domain name, Trademark, Commercial name, Intangible property, Intellectual property.

(1) College of Law - University of Sharjah (Sharjah – U.A.E.)
NAR_AZIZ@hotmail.com

(2) College of Law - University of Sharjah (Sharjah – U.A.E.)