



اسم المقال: إشكالية تحديد الطبيعة القانونية لأسماء موقع الإنترنـت

اسم الكاتب: راية جمال أبو نصار، أ.د. جمال الدين عبد الله مكناس، د. أحمد خالد عبد العزيز

<https://political-encyclopedia.org/library/1889>

تاريخ الاسترداد: 2025/05/05 00:30 +03

الموسوعة السياسية 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 الإنترنـت.

لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسية – Encyclopedia Political، يرجى التواصـل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسية – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام

<https://political-encyclopedia.org/terms-of-use>

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



إشكالية تحديد الطبيعة القانونية لأسماء موقع الإنترنٌت

إعداد: أ. د. جمال الدين عبد الله

الباحثة رأية جمال أبو نصار

مكناص د. أحمد خالد عبد العزيز

الملخص

أسهمت أسماء موقع الإنترنٌت إسهاماً كبيراً في تطور الحياة الإلكترونية، وتمثل دورها الرئيس بتسهيل عملية الوصول إلى المواقع المختلفة على الشبكة، وتتوسعت هذه الأسماء فلم يقتصر دورها على ذلك، بل تجاوزته لتقديم بُوظيفة التسويق والترويج للمواقع المختلفة وما تقدمه من خدمات عبر الإنترنٌت، الأمر الذي أدى إلى ارتفاع قيمة هذه المواقع وأدى تبعاً لذلك إلى ظهور المنافسة في الحصول عليها وحدوث منازعات بين مالكيها ومدعى الحقوق فيها سواء من مالكي العلامات التجارية، وأسماء التجارية، وأسماء الشخصية، والمؤشرات الجغرافية.

وعلى الرغم من تزايد أهمية أسماء موقع الإنترنٌت في المجالات التجارية - على وجه الخصوص - لم تنظم في قانون خاص في غالبية دول العالم، الأمر الذي أدى إلى ظهور آراء مختلفة في تحديد طبيعتها القانونية تبعاً لغياب التنظيم القانوني الخاص بها الذي يحدد طبيعتها القانونية.

وبذلك فإن هذه الدراسة تتناول الطبيعة القانونية لأسماء موقع الإنترنٌت وعدم تماشيتها مع الأنظمة القانونية القائمة وتحديداً قانون العلامات التجارية، وال الحاجة إلى تنظيمها في قانون مستقل نظراً لعدم إمكانية تطبيق أي من الأنظمة القانونية الحالية عليها، وقد سلطت هذه الدراسة الضوء على النقص والقصور فيها وعجزها عن حماية أسماء موقع الإنترنٌت.

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

The problem of determining the legal nature of Domain names

ABSTRACT

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

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

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

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

المقدمة:

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

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

وتتعدد أسماء موقع الإنترنـت وتتنوع، كما تتمتع هذه الأسماء بخصائص خاصة أدت إلى اختلاف الآراء في تحديد طبيعتها القانونية، وتناول هذه الدراسة مفهوم أسماء موقع الإنترنـت في المبحث الأول، لتنقل بعدها إلى دراسة الطبيعة القانونية لها في المبحث الثاني.

المبحث الأول: مفهوم أسماء موقع الإنترنٌت:

إنَّ البحث في مفهوم أسماء موقع الإنترنٌت يتطلب بيان تعريفها في المطلب الأول، وتقسيمات أسماء هذه المواقع في المطلب الثاني.

المطلب الأول: تعريف اسم موقع الإنترنٌت:

تبينت تعاريف أسماء موقع الإنترنٌت باختلاف منظور المعرف، فهناك من عرَّفها من منظور نفانيٍّ بحث، وبعض الباحثين اتجه إلى لمفهوم العام لها، وسنستعرض هذه التعريفات في محاولة للوصول إلى تعريف شامل لأسماء موقع الإنترنٌت.

عُرفت أسماء موقع الإنترنٌت بأنها: "وسيلة للبحث أو الدخول إلى المعلومات ونشرها، حيث يمكن الشخص من معرفة مكانه داخل الإنترنٌت والجهة المراد الذهاب إليها".^١

مع أنَّ أسماء موقع الإنترنٌت عبارة عن وسيلة يمكن بواسطتها الوصول إلى الجهة المراد الذهاب إليها داخل الإنترنٌت، إلا أنها لا تعد وسيلة لنشر المعلومات؛ إذ إنَّ نشر المعلومات يتم بواسطة موقع الإنترنٌت، وليس من وظيفة أسماء هذه المواقع كما جاء في هذا التعريف. كما عرَّف اسم موقع الإنترنٌت بأنه "عنوان للمشروعات عبر شبكة الإنترنٌت".^٢ إلا أنَّ هذا التعريف جاء عاماً ولم يفصل في دور اسم موقع الإنترنٌت؛ إذ إنه لم يعد مجرد عنواناً للموقع، بل تجاوز ذلك ليعد معرِّفاً بالموقع والسلع والخدمات التي تتضمنها.

وعُرف اسم موقع الإنترنٌت بأنه "صورة مألوفة لمستخدم الإنترنٌت من رقم بروتوكول الإنترنٌت تسمح بتوجيه المعلومات والرسائل بالاتجاه المطلوب خلال شبكة الإنترنٌت".^٣

^١ منصور، محمد حسين، ٢٠٠٧، المسؤلية الإلكترونية، بلا طعة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ص ٢٠١.

^٢ غنام، شريف محمد، ٢٠٠٧، حماية العلامة التجارية عبر الإنترنٌت في علاقتها بالعنوان الإلكتروني، (ط) ١، دار الجامعة الجديدة، ص ١٥.

^٣ Marinkovic,A.(2012).On domain names and trademarks.journal of internet law,15(12),p2

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

ونرى أنه من الممكن تعريف اسم موقع الإنترنٌت على نحو يجمع بين وظيفته التقنية والتجارية بأنه: اسم يستخدم للدلالة على عنوان بروتوكول الإنترنٌت الخاص في موقع إنترنٌت معين، يعمل على تسهيل الوصول للموقع المختلف على الشبكة، ويسمى في عملية الترويج والتسويق للسلع والخدمات التي تقدمها تلك المواقع.

المطلب الثاني: تقسيمات أسماء مواقع الانترنت:

إن الوصول إلى موقع الإنترنت يتم بواسطة عنوان (URL)¹ الخاص بذلك الموقع، والذي يتتألف من جزأين؛ ثابت ومتغير، كما هو موضح أدناه :

HTTP://WWW.X.Y
HTTPS://WWW.X.Y

وتألف الأجزاء الثابتة من:

1. (https , http) وترمز إلى hypertext transfer protocol وهو عبارة عن بروتوكول يسمح بربط صفحات الإنترنت بعضها ببعضًا والانتقال فيما بينها، وتؤدي الوظيفة ذاتها باستثناء أن (https) يشير إلى أن البيانات في الموقع آمنة؛ إذ إن الحرف (S) اختصار للكلمة (secure).²

.2 .(world wide web) وترمز (www) إلى شبكة الويب العالمية

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

أما الأجزاء المتغيرة فهي عبارة عن اسم الموقع ويتضمن:

1. نطاق المستوى الثاني (Sld :second level domain) وهو الجزء الأول بعد www.

أي بعد النقطة الأولى من العنوان^١، وفي مثالنا السابق فإن (X) هو نطاق المستوى الثاني.

2. نطاق المستوى العلوي (Tld:Top level Domain) وهو الجزء الأخير من اسم الموقع بعد النقطة الأخيرة^٢، وفي مثالنا السابق فإن (Y) هو نطاق المستوى العلوي (Tld).

على سبيل المثال عنوان (URL) الخاص بموقع yahoo، <https://www.yahoo.com> yahoo ويدل ذلك على نطاق المستوى الثاني، و .com. تمثل نطاق المستوى العلوي. وتتجدر الإشارة إلى أن اعتماد أسماء النطاقات سواء من المستوى العلوي أم الثاني يتم من قبل منظمة مختصة بذلك، وهي هيئة أرقام الإنترنت المخصصة (IANA)، وهي الجهة المسئولة عن الإشراف على توزيع عنوان البروتوكول (IP) والإشراف على نظام أسماء مواقع الإنترنت (DNS) وتقويض نطاقات المستوى العلو وثدار بواسطة منظمة الإنترنت للأسماء والأرقام المخصصة "الآيكان".

(ICANN:internet corporation for assigned names and numbers)

وهي عبارة عن منظمة غير ربحية مسؤولة عن تنظيم تسجيل أسماء موقع الإنترنت، ومخولة بتقويض جهات معينة بتسجيل هذه الأسماء، وتعتمد سياسة لتسوية النزاعات المتعلقة بأسماء موقع الإنترنت.^٣.

^١ Limechan,A.(2002).Need trademark protection for a generic domain name.gonzaga law review,38(503),p10

^٢ Linnehan,A.(2002).Need trademark protection for a generic domain name.op.cit,p10

^٣ Rooksby,J.(2015).Defining domain name:higher education battles for cyberspace.Brooklyn law review,8(3),p863

وستتناول كل من أقسام أسماء موقع الإنترنـت بالتفصيل على النحو الآتي:

الفرع الأول: نطاق المستوى العلوي (Tld).

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

- نطاقات المستوى العلوي الخاصة برموز البلدان.

.(cctld:country code top level domain)

- ونطاقات المستوى العلوي العامة¹ (gtld : Generic top level Domain)

أولاً: نطاقات المستوى العلوي الخاص برموز البلدان (cctld)

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

ثانياً: ونطاقات المستوى العلوي العامة (gtld)

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

1. (.com): وهو نطاق علوي خاص بالمواعـع التجارية.

2. (.net): وهو نطاق خاص بشبـكات الإنترنـت.

3. (.org): وهو نطاق علوي خاص بالمنظـمات غير الربحـية.

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

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

إضافة إلى نطاقات المستوى العلوي الحصرية لبعض المنظمات الحكومية وهي:

1. (.gov): وهو نطاق علوي خاص بالموقع الحكومية.
2. (.mil): وهو نطاق علوي خاص بالمنظمات الحكومية.
3. (.edu): وهو نطاق علوي خاص بالمؤسسات التعليمية.^١

ولكن تعااظم أهمية أسماء موقع الإنترنط في التجارة الإلكترونية ودورها في ترويج السلع والخدمات وزيادة الإقبال على تسجيلها، وسعي عدد من أصحاب الشركات والأعمال إلى الحصول على أسماء الموقع ذات الألفاظ العامة والبساطة التي تسهل على المستخدم الوصول إليها، أدى إلى جعل معظم هذه الألفاظ العامة مسجلة بالفعل لاسيما في النطاق العلوي(.com). الأكثر شيوعاً^٢، فظهرت الحاجة للاعتراف بـ نطاقات مستوى علوي عامة جديدة، وهي:

1. (.aero) نطاق مستوى علوي خاص بمجتمع الطيران.
2. (.biz) نطاق مستوى علوي خاص بالأعمال.
3. (.coop) نطاق مستوى علوي خاص بالجمعيات التعاونية.
4. (.info) نطاق مستوى علوي خاص بالمعلومات.
5. (.museum) نطاق مستوى علوي خاص بالمتحف.
6. (.name) نطاق مستوى علوي خاص بالأفراد.

7. (.pro) نطاق مستوى علوي الخاص بالمحترفين المرخصين^٣.

وحتى عام (2012)^٤ بلغ عدد نطاقات المستوى العلوي المتاحة للتسجيل (22) نطاقاً^٥ إلا أن المشكلة لم تنتهِ وزادت حاجة مالكي العلامات التجارية إلى تسجيل اسم موقع الإنترنط

^١ Rooksby,J. Defining domain name:higher education battels for cyberspace. Brooklyn law review,op.cit,p865

^٢ Randall,N. Choosing a domain name register ,pc Magazine, 20(2),p91

^٣ Headley, T. (2005). Internet domain names.the licensing journal ,25 (5), p14

المقابل لعلاماتهم التجارية أو اسمـهم التجـاري نـظـرـاً لـزيـادة أهمـيـة التـروـيج لها عن طـريق الإنـترـنـت، إلا أنهـ كان يـواجهـهم بذلك عدم توـافـر هـذه الأـسـماء المـقـابـلة لـعلامـاتـهم وـسبـق تسـجـيلـها، وفي مـحاـولة لـمـواـجهـة هـذه المشـكـلة بـزـيـادة عـدـد النـطـاقـات العـلوـية المتـاحـة لـلـتـسـجـيلـ، وـافـقـت "ـالـآـيـكـانـ" عـلـى بـرـنـامـج النـطـاقـات العـلوـية الجـديـد (new gTLD) في عام 2012، وفي عام (2013) سـجـلت نـطـاقـات عـلوـية بـغـير الأـحـرـف الـلاتـينـيـة، وهـي ما تـسـمـى بـأـسـماء مـوـاقـع الإنـترـنـتـ الدـولـيـةـ.

³ سـجـلـ نـطـاقـ عـلوـي روـسي وـصـينـيـ، كـما سـجـلـ أولـ نـطـاقـ عـلوـي بالـلـغـة العـرـبـيـة وـهـوـ (ـشـبـكةـ) ⁴وكـذـلـك سـجـلتـ نـطـاقـاتـ المـسـتـوىـ الطـلـويـ الجـديـدـةـ التيـ تـسـمـىـ بـ (ـgTLDـ)ـ (ـBـr~a~ndـ)ـ، وهـذـاـ النـوـعـ منـ نـطـاقـاتـ المـسـتـوىـ الطـلـويـ يـتـيحـ لـأـصـحـابـ العـلـامـاتـ التجـارـيـةـ تسـجـيلـ عـلـامـاتـهمـ بـوـصـفـهاـ نـطـاقـاـ عـلوـيـاـ ⁵ـفـعـلـىـ سـبـيلـ المـثـالـ تسـتـطـيـعـ شـرـكـهـ (ـappleـ)ـ تسـجـيلـ اـسـمـ المـوـقـعـ www.iphone.appleـ بدـلـاـ منـ .www.iphone.com

وـأـوـلـ العـلـامـاتـ التجـارـيـةـ التيـ سـجـلتـ بـوـصـفـهاـ نـطـاقـ مـسـتـوىـ عـلوـيـ هيـ: ⁶ (.unicef , Hitachi , .canon)

¹ وـهـذـهـ آخرـ مـجمـوعـهـ منـ اـمـتدـادـاتـ النـطـاقـ العـلوـيـ تمـ الـاعـتـرـافـ بـهـاـ منـ قـبـلـ "ـالـآـيـكـانـ"ـ قـبـلـ إـطـلاقـ بـرـنـامـجـ النـطـاقـاتـ العـلوـيةـ الجـديـدـةـ فيـ عـامـ 2012ـ وـإـتـاحـةـ المـجـالـ لـتـسـجـيلـ اـسـمـ العـلـامـةـ التجـارـيـةـ كـنـطـاقـ عـلوـيـ.

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

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

⁴ <http://www.newgtlds.icann.org> ,visited march 11th, 2018

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

⁶ <http://www.newgtlds.icann.org>,visited march 11th,2018

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

١. نطاق علوي مجتمعي (community):

هذا النطاق متاح فقط لمقدمي الخدمات المجتمعية؛ إذ، يجب أن يكون هناك ارتباط بين امتداد النطاق والمجتمع المستهدف بتقديم الخدمة، ويجب على مقدم طلب لتسجيله أن يقدم الوثائق التي تثبت اعتماده من قبل مؤسسة مجتمعية، ليصار إلى قبول تسجيل امتداد النطاق لمصلحته.^١

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

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

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

يعد هذا النطاق "المعرف الفردي"^٢ لكل موقع، فهو الذي يميز كل موقع من غيره، وغالباً ما يكون نطاق المستوى الثاني اسمًا لعلامة تجارية أو لاسم التجاري لصاحب الموقع، وهنا لا بد من الإشارة إلى أن صاحب اسم الموقع الإلكتروني ليس بالضرورة أن يكون هو صاحب العلامة التجارية أو الاسم التجاري على أرض الواقع كما سوُضّح لاحقاً في هذه الدراسة.

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

^١ Motague,A. and walsh,T. New gtld program offers opportunities at risk.baseline magazine, op.cit,p1

^٢ Marinkovic,A. On domain names and trademarks,op.cit,p2

المبحث الثاني: الطبيعة القانونية لأسماء موقع الإنترنـت:

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

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

المطلب الأول: اسم موقع الإنترنـت ناتج عقد خدمات.

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

الفرع الأول: مضمون نظرية عقد الخدمة.

يرى أنصار هذا الرأي¹ أن الحق في اسم موقع الإنترنـت ناتج عن عقد خدمة بين المسجل وبين جهة التسجيل، وبذلك فإن هذا الحق في اسم الموقع لا يمكن أن ينشأ بشكل مستقل عن الخدمات التي تقدمها جهة التسجيل.

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

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

أولاً: التزامات طالب التسجيل:

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

1. الالتزام بدفع رسوم التسجيل والاستمرار بدفع رسوم التجديد لاحتفاظ مسجل اسم الموقع بحقه به، إذ إن إتمام عملية التسجيل والحصول على اسم الموقع المراد لا يعني ثبوت الحق به إلى ما لا نهاية؛ إذ إن هنالك أسباباً عدّة قد يفقد بموجبها مسجل اسم الموقع الحق فيه، ويتحقق عليها بموجب اتفاقية التسجيل، ومن ضمنها عدم الالتزام بدفع رسوم تجديد اسم الموقع؛ إذ يخطر أمين السجل المسجل بضرورة دفع رسوم التجديد قبل انتهاء موعد التجديد، وتخلفه عن ذلك خلال المهلة الممنوحة له من قبل أمين السجل يؤدي إلى شطب اسم الموقع.

2. التعهد باستخدام اسم الموقع دون الاعتداء على حقوق الآخرين، فقد يتشابه أو ينطابق اسم موقع الإنترنت مع علامة تجارية أو اسم تجاري أو حتى الاسم الشخصي لغير مسجله، ونظرًا لغياب نظام قانوني واضح يحدد من هو صاحب الحق في اسم الموقع في حال تعدد المطالبين به، وحرصًا على عدم تحمل "الآيكان" وجهة التسجيل لأي مسؤولية في حال تبيّن اعتداء اسم الموقع على حقوق

الآخرين، فإنّ مسجل اسم الموقع يتتعهد بموجب اتفاقية التسجيل بعدم الاعتداء على حقوق الآخرين.

3. الموافقة على الالتزام بالسياسة الموحدة لتسوية المنازعات(UDRP)، وهي عبارة عن سياسة معتمدة من قبل "الأيكان" لتسوية منازعات أسماء موقع الإنترنـت بالطرق البديلة؛ إذ إنّ جميع أمناء السجل المعتمدين ملزمون بأحكام السياسة الموحدة لتسوية المنازعات، ونتيجةً لذلك فإنّ جميع اتفاقيات التسجيل تتضمن بنداً يُلزم مسجل اسم الموقع بهذه السياسة في حال نشوء نزاع يتعلق بها الاسم.¹

ثانيًا: التزامات جهة التسجيل:

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

1. التحقق فيما إذا كان اسم الموقع المراد تسجيـله متاحـاً، وفي هذه الحالة يـسجل لصالح طالب التسـجيل ويرـبط الاسم المطلوب برقم بـوتوكـول الإنـترنـت(IP) المـقـابـلـ لهـ.

2. تلتزم جهة التسـجيل بـتقـديـم خـدمـاتـها لـمسـجـلـ اـسـمـ المـوقـعـ وـتـمـكـنـهـ منـ استـعمـالـهـ طـالـماـ استـمرـ فيـ دـفـعـ الرـسـمـ.²

وبـذلكـ وـحسبـ أـنصـارـ هـذـاـ الرـأـيـ فـيـ الـحـقـ فـيـ اـسـمـ المـوقـعـ نـاتـجـ عـنـ عـقدـ خـدـمـةـ،ـ وـذـلـكـ لـأنـ الـحـقـ فـيـ لـمـ يـمـكـنـ أـنـ يـنـشـأـ مـسـتـقـلاـ عـنـ الـخـدـمـاتـ الـتـيـ تـقـدـمـهـاـ جـهـةـ التـسـجـيلـ،ـ وـهـذـهـ هـيـ النـتـيـجـةـ الـتـيـ تـوـصـلـتـ إـلـيـهـاـ مـحـكـمـةـ وـلـاـيـةـ فـيـرـجـيـنـاـ فـيـ حـكـمـهاـ الصـادـرـ بـتـارـيخـ 2000/4/21ـ بـيـنـ شـرـكـةـ Umbroـ وـشـرـكـةـ network solutionsـ.ـ وـتـنـلـخـصـ وـقـائـعـ هـذـهـ

الـقضـيـةـ بـقـيـامـ شـرـكـةـ كـنـدـيـةـ بـتـسـجـيلـ اـسـمـ المـوقـعـ Umbro.comـ

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

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

(إضافة إلى مجموعة أخرى من أسماء الموقع) لدى NSI:network solutions وحاول بعد ذلك مسجل اسم النطاق ابتزاز شركة "أمبرو" مطالبًا بمقابلة طائلة، إلا أن شركة "أمبرو" رفضت الانصياع لمطالبه وحاولت الحصول على حقها في اسم الموقع بالطريق القانوني، إضافة للتعويض عن الضرر نتيجة تسجيل اسم الموقع المقابل لاسم الشركة، وحصلت شركة "أمبرو" على حكم بالتعويض وسعت لتنفيذها بـ الحجز على أسماء موقع الإنترنت التي تملكها الشركة الكندية المعنية والمسجلة لدى (NSI). فقد اعتبرت المحكمة الابتدائية أنَّ أسماء موقع الإنترنت ممتلكات معنية تصلح لأن تكون محلًّا للحجز والتنفيذ، وأمرت (NSI) بإيداع أسماء موقع الإنترنت لتباع بطريق المزيد.

إلاَّ أنَّ محكمة الاستئناف نقضت الحكم وتوصلت إلى أنَّ اسم موقع الإنترنت يرتبط ارتباطًا وثيقًا بالخدمات التي تقدمها جهة التسجيل، ولا يمكن أن يوجد مستقلًا عن هذه الخدمات، ومن ثم فإنَّه نتاج عقد خدمة بين المسجل وجهة التسجيل ولا يصلح محلًّا للتنفيذ^١.

الفرع الثاني: الانتقادات التي وجهت لنظرية عقد الخدمة.

انتقد التحليل الذي يعدَّ اسم موقع الإنترنت ناتجًا عن عقد خدمة بأنه يتناهى مع القيمة المالية التي أصبحت تقرُّ بها أسماء موقع الإنترنت؛ إذ لا يمكن أن يكون مصير موقع يقدر بملايين الدولارات معلقاً فقط على خدمات جهة التسجيل. إضافة إلى ذلك نرى أنَّ بعض عناصر الملكية يمكن الحصول عليها بذات الطريقة التي يتم فيها الحصول على اسم موقع الإنترنت، ومع ذلك لا تعد نتاج عقد خدمات وإنما تعد حق ملكية.

^١ Supreme court of Virginia ,Network solutions Inc. vs. Umbro international Inc,case No.991168,april.21.2000 ,retrieved from www.caselaw.findlaw.com ,visited June 15,2018

فعـى سـبيل المـثال تعد العـلامة التجـارـية حـقـا مـعـنـوـيـا يـنـتـمـي لـحـقـوق الـمـلـكـيـة الفـكـرـيـة¹، وـالـحـصـول عـلـيـها يـتـطـلـب اـتـخـاذ إـجـرـاءـات مشـابـهـة إـلـى حـدـ ما لـنـاكـ المـتـبـعـة عـنـدـ تـسـجـيل اـسـمـ موقعـ الإنـترـنـتـ، وـهـذـا ما سـيـتـمـ إـثـبـاتـه بـيـحـثـ الـالـزـامـاتـ الـتـي تـرـتـبـهـاـ عمـلـيـةـ تـسـجـيلـ العـلـامـةـ التجـارـيةـ عـلـىـ طـرـفـيـهـ هـذـهـ الـعـمـلـيـةـ، وـيمـكـنـ إـجمـالـهـاـ بـمـاـ يـأـتـيـ:

أولاً: الـالـزـامـاتـ الـمـتـرـبـةـ عـلـىـ عـاـنـقـ طـالـبـ تـسـجـيلـ العـلـامـةـ التجـارـيةـ.

يقـعـ عـلـىـ عـاـنـقـ طـالـبـ تـسـجـيلـ العـلـامـةـ التجـارـيةـ مـجـمـوعـةـ منـ الـالـزـامـاتـ تـتـمـثـلـ بـ:

1. تقديم طلب تسجيل العـلـامـةـ التجـارـيةـ وـدـفـعـ رسـمـ التـسـجـيلـ مـنـ قـبـلـ مـقـدـمـ الـطـلـبـ وـالـاسـتـمـارـ بـدـفـعـ الرـسـومـ السـنـوـيـةـ لـلـاحـفـاظـ بـحـقـهـ فـيـهـ.

2. استعمال العـلـامـةـ التجـارـيةـ؛ إـذـ إـنـ دـمـ اـسـتـعـمـالـهـ لـفـتـرـةـ زـمـنـيـةـ مـعـيـنـةـ (ـثـلـاثـ سـنـوـاتـ) كـمـاـ حـدـدـتـهـ اـنـقـاقـيـةـ تـرـبـيـسـ) يـؤـدـيـ إـلـىـ جـعـلـهـ عـرـضـةـ لـلـشـطـبـ، إـلـاـ إـذـ ثـبـتـ أـنـ دـمـ الـاستـعـمـالـ يـعـودـ لـأـسـبـابـ خـارـجـةـ عـنـ إـرـادـةـ مـالـكـ العـلـامـةـ².

ثـانـيـاً: الـالـزـامـاتـ الـمـتـرـبـةـ عـلـىـ عـاـنـقـ جـهـةـ التـسـجـيلـ:

1. التـحـقـقـ مـنـ دـمـ وـجـودـ عـلـامـةـ مشـابـهـةـ أوـ مـطـابـقـةـ لـلـعـلـامـةـ المـطـلـوبـ تـسـجـيلـهـاـ مـسـجـلـةـ لـلـصـنـفـ ذاتـهـ وـفـيـ الـمـنـطـقـةـ الجـغـرـافـيـةـ ذاتـهـ³.

2. قـيدـ العـلـامـةـ التجـارـيةـ فـيـ سـجـلـ الـعـلـامـاتـ التجـارـيةـ بـعـدـ اـسـتـيـفاءـ الشـروـطـ وـالـإـجـرـاءـاتـ الـقـانـونـيـةـ، وـمـنـحـ طـالـبـ التـسـجـيلـ شـهـادـةـ تـسـجـيلـ العـلـامـةـ التجـارـيةـ الـتـيـ تـخـولـهـ حـقـ اـسـتـعـمـالـهـ وـاـسـتـغـلـالـهـ وـاـسـتـثـثـارـ بـهـاـ بـالـنـسـبـةـ لـلـصـنـفـ وـالـمـنـطـقـةـ الجـغـرـافـيـةـ الـتـيـ سـجـلتـ فـيـهـ.⁴

¹ خاطـرـ، نـورـيـ حـمـدـ، (2010)، الـمـلـكـيـةـ الصـنـاعـيـةـ درـاسـةـ مـقـارـنـةـ فـيـ الـقـوـانـينـ الـأـرـدـنـيـ وـالـإـمـارـاتـيـ وـالـفـرـنـسـيـ، طـ(2)، دـارـ وـائـلـ لـلـنـشـرـ، عـمـانـ، صـ306.

² المادة رقم (19) من اتفاقية ترسيس -اتفاقية الجوائب المتصلة بالتجارة لعام 1994.

³ زـينـ الدـيـنـ، صـلـاحـ، 2015، شـرـحـ التـشـريعـاتـ الصـنـاعـيـةـ وـالـتـجـارـيـةـ، (طـ1)، دـارـ الـقـافـةـ لـلـنـشـرـ وـالـتـوزـيعـ، عـمـانـ، صـ148.

⁴ العـطـلـيـاتـ، مـصـطـفـيـ مـوسـىـ، الـجـوـابـ الـقـانـونـيـةـ لـتـعـالـمـاتـ التـجـارـةـ الـإـلـكـتـرـوـنـيـةـ حـمـاـيـةـ الـعـلـامـةـ التجـارـيةـ الـكـتـرـوـنـيـةـ، طـ(1)، دـارـ وـائـلـ لـلـنـشـرـ، عـمـانـ، صـ146.

وعلى الرغم أن الالتزامات المترتبة على طرفي التسجيل تتشابه إلى حد ما في كل من العلامة التجارية وأسماء موقع الإنترت، إلا أن الحق في العلامة التجارية لا يعَد نتاج عقد خدمة وإنما هو حق معنوي ينتمي إلى حقوق الملكية الفكرية^١، وقد يجادل بعضهم بأن العبرة في اعتبار الحق في اسم الموقع نتاج عقد خدمة بأن الحق فيه لا يمكن أن ينشأ دون تسجيله لدى جهة التسجيل، في حين أن الحق في العلامة التجارية ينشأ بالاستعمال وأن تسجيلها كاشف للحق فيها وليس منشأ له، ومن ثم ليس لتحديد طبيعة عملية تسجيل العلامة التجارية، فيما إذا كان عقد خدمة أم لا، أي دور في تحديد طبيعة الحق في العلامة، كون الحق فيها ابتداء هو حق ملكية سابق على عملية التسجيل، مما يبني عليه أن اعتبارها حق ملكية وليس نتاج عقد خدمة من الأمور المسلم بها.

إلا أنها نرى أن هذا الأمر لا يمكن تعميمه، إذ إن طبيعة تسجيل العلامة التجارية هو بذاته محل خلاف، وقد تعددت النظم القانونية بشأنه؛ إذ عَد بعضها تسجيل العلامة التجارية كاشفاً للحق فيها، الذي ينشأ بالاستعمال بغض النظر عن التسجيل^٢. وعَدَت نظم أخرى تسجيل العلامة التجارية منشأً للحق فيها بغض النظر عن الاستعمال، كالنظام الألماني والمطبق في بعض الدول العربية مثل لبنان^٣.

وبتفسير النظام الأخير فإن الحق في العلامة التجارية لا يمكن أن ينشأ مستقلاً عن الخدمات التي تقدمها جهة التسجيل (تماماً كما هو الحال في أسماء موقع الإنترت) ومع ذلك فإنه لا يعَد نتاج عقد خدمة وإنما حق ملكية.

^١ الشاور، نسيم خالد، (2017)، العلامة التجارية وحمايتها من أعمال المنافسة غير المشروعة، ط (١)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ص 95.

^٢ العطيات، مصطفى موسى، الجوانب القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية - حماية العلامة التجارية الإلكترونية، مرجع سابق، ص 164.

^٣ زين الدين، صلاح، (2015)، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، (ط3)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ص 129.

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

المطلب الثاني: الحق في اسم موقع الإنترنـت ناتج عقد ترخيص.

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

الفرع الأول: مضمون نظرية عقد الترخيص.

يرى أنصار هذا الرأي¹ أن الحق في اسم موقع الإنترنـت هو حق ناتج عن عقد ترخيص؛ إذ تُرخص جهة التسجيل للمسجل باستعمال اسم الموقع فقط، دون اعتباره مالكاً له، ويستند أنصار هذا الرأي في ذلك إلى أن نقل ملكية اسم موقع الإنترنـت لا تتم بين مسجل اسم الموقع والمشتري بطريق مباشر، بل لابد من إبرام عقد تسجيل جديد بين المشتري وجهة التسجيل²، مما يدل على أن مسجل اسم موقع الإنترنـت لا يتمتع بحق ملكية يخوله حق التصرف فيه، بل يتمتع بحق انتفاع بموجب عقد ترخيص فيما بينه وبين جهة التسجيل.

ويعرف عقد الترخيص الذي يعد من تطبيقات عقد الإيجار³ بأنه: "تمكن مالك الشيء (المرخص) الغير من استعماله لفترة زمنية محددة، وفق شروط معينة في عقد الترخيص لقاء بدل يدفعه المرخص له"⁴.

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

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

³ خاطر، نوري، الملكية الصناعية دراسة مقارنة في القوانين الأردنـي والإماراتـي والفرنـسي، مرجع سابق، ص331
⁴ القلوبـي، سمـحة، (2013)، الملكـية الصنـاعـية، ط(9)، دار الـنهـضة العـربـية، الـقـاهـرة، ص263

وينطبق هذا التعريف على تسجيل اسم موقع الإنترنٌت، فإنَّ جهة التسجيل ستكون المرخص، وهي التي تمكَّن مسجِّل اسم الموقع (المرخص له) من الانتفاع به واستغلاله لفترة زمنية محددة في عقد الترخيص (اتفاقية التسجيل) لقاء التزام المسجِّل (المرخص له) بدفع رسم التسجيل الذي يمثل المقابل للفائدة التي يحصل عليها.

الفرع الثاني: الانتقادات التي وجهت لنظرية عقد الترخيص:

انتقدت نظرية عقد الترخيص كون تطبيقها يفترض أن جهة التسجيل (المرخص) مالكة لاسم الموقع للقول بإمكانية قيامها بالترخيص للغير باستعماله، ولكن هذا الأمر يتناهى مع حقيقة أنَّ اسم الموقع ينشأ بتسجيله، وأنَّ اسم الموقع لا يوجد قبل هذا التسجيل، ومن ثمَّ فمن غير المتصور أن تكون جهة التسجيل مالكة لشيء لم يخلق بعد^١.

إضافة إلى ذلك فإننا نرى أن اشتراط إبرام عقد جديد بين مشتري اسم الموقع وجهة التسجيل قد يكون لأغراض شكلية أو تنظيمية فقط وذلك لضمان صحة البيانات المتعلقة باسم الموقع في حال انتقال ملكيته للغير، وضمان عدم وجود بيانات خاطئة تؤدي إلى ضياع حقوق المتضررين من اسم الموقع لعدم تمكُّنهم من تحديد مالكه الفعلي.
ومن ثمَّ فإنَّ نظرية عقد الترخيص لم تُلْحِّ أليضاً في تحديد الطبيعة القانونية لاسم موقع الإنترنٌت، ما يُسْتَدِعِي بحث النظرية الأخيرة، وهي نظرية حق الملكية.

المطلب الثالث: نظرية حق الملكية.

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

^١ Nguyen,X. Cyberproperty and judicial dissonance: the trouble with domain name classifications , op.cit , p5

الفـرع الأول: مـضمون نـظرية حق المـلكـية:

يرى أنصار هذا الرأي¹ أن الحق في اسم موقع الإنترنـت عـبـارة عن حق مـلكـية، استناداً إلى السـلـطـاتـ التي يـخـولـها تسـجـيلـ اسم موقع الإنترنـت لـمسـجـلهـ والتـي تـتـشـابـهـ مع عـناـصـرـ حق المـلكـيةـ.

ولـبـحـثـ هـذـهـ النـظـرـيـةـ لاـ بـدـ مـنـ تـعـرـيفـ حقـ المـلكـيـةـ وـبـيـانـ عـناـصـرـهـ لـلـتـحـقـقـ مـنـ مـدـىـ تـماـشـيـهـ معـ الحقـ فيـ اسمـ موقعـ الإنـترـنـتـ.

أولاً: تعـريفـ حقـ المـلكـيـةـ وـعـناـصـرـهـ:

يعـرـفـ حقـ المـلكـيـةـ بـأنـهـ "ـسـلـطـةـ المـالـكـ فـيـ التـصـرـفـ فـيـ مـلـكـهـ تـصـرـفـاـ مـطـلـقاـ، عـيـنـاـ وـمـنـفـعـاـ وـاستـغـلاـلاـ"²

وـمـنـ التـعـرـيفـ يـمـكـنـ أـنـ نـسـتـخلـصـ عـناـصـرـ حقـ المـلكـيـةـ المـتـمـثـلـةـ بـ:

1. حقـ الـاستـشـارـ فـيـ الشـيـءـ المـمـلـوكـ.

فيـحـقـ لـمـالـكـ الشـيـءـ الـاستـشـارـ بـهـ وـمـنـعـ الغـيـرـ مـنـ اـسـتـعـمـالـهـ أوـ الـانـقـاعـ بـهـ بـأـيـ شـكـلـ. مـنـ الأـشـكـالـ.

2. حقـ التـصـرـفـ.

يـحـقـ لـمـالـكـ الشـيـءـ التـصـرـفـ بـهـ بـأـيـ طـرـيـقـ بـشـاءـ سـوـاءـ بـنـقـلـ مـلـكـيـتـهـ بـعـوـضـ (ـكـالـبـيـعـ)

أـوـ دـوـنـ عـوـضـ (ـكـالـهـبـةـ)ـ كـمـاـ انـ لـهـ الحقـ فـيـ إـتـلـافـهـ³

3. حقـ الـاسـتـغـلـالـ وـاسـتـعـمـالـ الشـيـءـ المـمـلـوكـ.

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

² المادة (1018) من القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة (1976) المنـشـورـ فـيـ الجـريـدةـ الرـسـميـةـ عـدـ (2645) تـارـيخـ (1976/8/1).

³ السنـهـوريـ، عبدـ الرـزـاقـ حـمـدـ، (2000). الوـسـيـطـ فـيـ شـرـحـ القـانـونـ المـدنـيـ الجـديـدـ حقـ المـلكـيـةـ، طـ(3)، منـشـورـاتـ الحـلـبـيـ، بـيـرـوـتـ، صـ479

فيحق لمالك الشيء استغلاله واستعماله بأي طريقةٍ يشاء سواء بنفسه أم بواسطة الغير من خلال الترخيص باستعماله^١.

ثانياً: تطبيق عناصر حق الملكية على أسماء موقع الإنترنـت:

بإسقاط عناصر حق الملكية على أسماء موقع الإنترنـت نجد أنَّ مسجـل اسم الموقع له:

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

٢. استعمال اسم الموقع واستغلاله عن طريق إنشاء صفحة إنترنـت تحمل هذا الاسم وتمكين مستخدمي الإنترنـت من الوصول إليها.

٣. التصرف في اسم الموقع؛ إذ يحق لمسجـل اسم الموقع نقل ملكيته بغض النظر عن الطريقة التي يتم بموجبها نقل هذه الملكية من حيث اشتراط إعادة تسجيل المشتري اسم الموقع باسمه بموجب اتفاقية تسجيل جديدة مع جهة التسجيل؛ إذ إنَّ هذا الأمر لا ينفي حق مالك اسم الموقع في نقل ملكيته^٢.

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

^١ السنهوري، عبد الرزاق حمد، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد حق الملكية، مرجع سابق، ص 479.

^٢ Marinkovic,A.On domain names and trademarks,op.cit,p7

على أسماء المـوـاقـع العـائـدة لـلـجـهـة المشـتـكـى عـلـيـهـا، وـدـافـعـتـ الـأـخـيـرـة بـأـنـ أـسـمـاءـ مـوـاقـعـ الـإـنـتـرـنـتـ لـيـسـ مـمـتـلـكـاتـ وـلـاـ تـصـلـحـ مـحـلـاـ لـلـتـفـيـذـ، وـبـهـذاـ قـضـتـ الـمـحـكـمـةـ الـابـتدـائـيـةـ.

إـلـاـ أـنـ مـحـكـمـةـ الـاسـتـنـافـ نـقـضـتـ الـحـكـمـ وـاعـتـبـرـتـ أـنـ أـسـمـاءـ مـوـاقـعـ الـإـنـتـرـنـتـ لـهـاـ قـيـمـةـ مـادـيـةـ وـقـابـلـةـ لـلـتـفـيـذـ وـأـنـ التـفـيـذـ عـلـيـهـاـ يـتـمـ بـعـرـضـهـاـ لـلـبـيعـ فـيـ الـمـزادـ الـعـلـنـيـ وـاستـيـفـاءـ الـمـحـكـومـ لـهـ حـقـهـ مـنـ الـثـمـنـ¹ـ، وـبـذـلـكـ فـإـنـ مـحـكـمـةـ وـلـاـيـةـ مـيـنـيـسـوـتاـ قدـ اـعـتـرـفـتـ فـيـ قـرـارـهـاـ بـأـنـ اـسـمـ مـوـاقـعـ الـإـنـتـرـنـتـ عـبـارـةـ عـنـ حـقـ مـلـكـيـةـ يـصـلـحـ مـحـلـاـ لـلـتـفـيـذـ.

ونـرىـ أـنـ مـاـ تـوـصـلـتـ لـهـ مـحـكـمـةـ الـاسـتـنـافـ الـأـقـرـبـ لـلـصـوـابـ، كـوـنـ أـسـمـاءـ مـوـاقـعـ الـإـنـتـرـنـتـ تـنـتـمـيـ بـقـيـمـةـ مـادـيـةـ يـمـكـنـ تـقـدـيرـهـاـ، وـمـنـ ثـمـ يـمـكـنـ بـيـعـهـاـ وـلـلـتـفـيـذـ عـلـيـهـاـ.

الفرع الثاني: الطبيعة المعنوية للحق في اسم موقع الإنترنـتـ:

قدـ يـرـدـ حـقـ الـمـلـكـيـةـ عـلـىـ شـيـءـ مـادـيـ (ـمـلـكـيـةـ الـعـقـارـ أوـ الـمـنـقـولـ)ـ كـمـاـ قدـ يـرـدـ عـلـىـ شـيـءـ غـيـرـ مـادـيـ (ـمـعـنـوـيـ)ـ كـحـقـ الـمـلـكـيـةـ الـفـكـرـيـةـ، الـأـمـرـ الـذـيـ يـتـطـلـبـ الـوـقـوفـ عـلـىـ الـخـصـائـصـ الـعـامـةـ لـلـحـقـ فـيـ اـسـمـ مـوـاقـعـ الـإـنـتـرـنـتـ لـتـحـدـيـدـ فـيـماـ إـذـ كـانـ يـنـتـمـيـ لـفـئـةـ الـحـقـوقـ الـمـادـيـةـ أـمـ الـمـعـنـوـيـةـ، وـذـلـكـ عـلـىـ النـحـوـ الـآـتـيـ:

يـعـرـفـ الشـيـءـ غـيـرـ المـادـيـ بـأـنـ "ـشـيـءـ مـنـ نـتـاجـ الـذـهـنـ الـذـيـ لـاـ يـدـرـكـ بـالـحـسـ وإنـماـ بـدـرـكـ بـالـفـكـرـ".²

وـحـيـثـ إـنـ اـسـمـ مـوـاقـعـ الـإـنـتـرـنـتـ يـعـدـ شـيـءـ مـعـنـوـيـاـ غـيـرـ مـحـسـوسـ وـمـنـ نـتـاجـ الـذـهـنـ، فـإـنـهـ بـذـلـكـ يـنـتـمـيـ لـلـحـقـوقـ الـمـعـنـوـيـةـ كـحـقـ الـمـلـكـيـةـ الـفـكـرـيـةـ، وـتـنـتـصـ الـخـواـصـ الـعـامـةـ لـلـحـقـوقـ الـمـلـكـيـةـ الـفـكـرـيـةـ بـ:

1. جميع حقوق الملكية الفكرية عـبـارـةـ عـنـ حقوقـ مـعـنـوـيـةـ تـرـدـ عـلـىـ أـشـيـاءـ غـيـرـ مـادـيـةـ.
2. جميع حقوق الملكية الفكرية تقوم على أساس المنافسة؛ إذ إن الهدف من تنظيمها تشجيع المنافسة المشروعة.

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

² السنـهـوريـ، عبدـ الرـزـاقـ حـمـدـ، الوـسـيـطـ فـيـ شـرـحـ الـقـانـونـ الـمـدـنـيـ الـجـدـيدـ، حقـ الـمـلـكـيـةـ، مـرـجـ سـابـقـ، صـ275ـ.

3. الهدف من حماية حقوق الملكية الفكرية هو حماية صاحب الفكرة أو الاختراع في مجال الملكية الصناعية والأدبية، وبالنسبة للملكية التجارية فالهدف من تنظيمها وحمايتها هو تشجيع المنافسة وتحقيق العدالة بعدم السماح لغير مالك هذه الحقوق باستعمالها.^١

وبتطبيق هذه العناصر على أسماء مواقع الإنترنت، فإن الهدف من تنظيم هذه الأسماء هو تشجيع المنافسة وتحقيق العدالة، لا سيما بزيادة القيمة المالية لها ودورها في تمييز السلع والخدمات^٢، الأمر الذي يؤكد انتفاء اسم موقع الإنترنت إلى حقوق الملكية الفكرية التي حدتها اتفاقية "تربيس" في الفقرة الثانية من المادة الأولى منها؛ إذ جاء فيها أن اصطلاح الملكية الفكرية يعني "جميع فئات الملكية الفكرية المنصوص عليها في الأقسام من (١) إلى (٧) من الجزء الثاني"، وهذه الأقسام هي:

1. حق المؤلف والحقوق المتعلقة به "الحقوق المجاورة لحق المؤلف".
2. العلامات التجارية.
3. المؤشرات الجغرافية.
4. التصميمات الصناعية.
5. براءة الاختراع.
6. التصميمات التخطيطية للدواائر المتكاملة.
7. حماية المعلومات السرية.

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

^١ القليوبي، سميحة، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص 12.

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

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

تجه غالبية الدول إلى تطبيق أحكام قانون العلامات التجارية على أسماء موقع الإنترنت نظراً لغياب التنظيم القانوني لها¹ ببحث وجود تطابق أو تشابه بين العلامة التجارية واسم الموقع على نحو يمكن أن يؤدي إلى تضليل الجمهور²، وذلك كون العلامات التجارية الفرع الأقرب من فروع الملكية الفكرية لاسم موقع الإنترنت، فهي تعد معرفاً بالسلع والخدمات في الوقت الذي يعتبر فيه اسم الموقع أيضاً معرفاً بالموقع أو بمحتوى الموقع، فمن غير المنطقى تطبيق أحكام حق المؤلف على اسم موقع الإنترنت لافتقاده شرطاً أساسياً من شروط حق المؤلف، ألا وهو الإبداع والابتكار؛ إذ يقوم حق المؤلف على حماية الأفكار الابداعية التي تبرز فيها شخصية المؤلف و تُفقد في مجال أسماء موقع الإنترنت؛ إذ إنّ غالبية أسماء موقع الإنترنت عبارة عن ألفاظ عامة تقفر للابتكار، ولكن يجب عدم الخلط بين اسم الموقع والموقع ذاته؛ إذ يُحمى بمحتوى الموقع من منشورات مختلفة سواء مصنفات أدبية فنية أم غيرها مما تتطابق عليه شروط حق المؤلف بموجب قانون حق المؤلف متى انتهت شروطه³. وكذلك الأمر من الصعب تقرير أسماء موقع الإنترنت من الملكية الصناعية لافتقارها شرط الفكرة المبتكرة والتطبيق الصناعي بالنسبة لبراءة الاختراع، وكونها لا تعد رسماً أو نموذجاً صناعياً بالنسبة للرسوم والنماذج الصناعية، الأمر الذي دفع المحاكم في ظل غياب التنظيم القانوني لأسماء موقع الإنترنت إلى تطبيق أحكام العلامات التجارية عليها نظراً لكونه أقرب عناصر الملكية الفكرية لها، وسبحث أوجه الشبه والاختلاف بين العلامة التجارية وأسم موقع الإنترنت على النحو الآتي:

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

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

³ حوى، فاتن حسين، (2014)، الواقع الإلكتروني وحقوق الملكية الفكرية، ط (2)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ص 82.

أولاً: التعريف العام بالعلامة التجارية:

تعرف العلامة التجارية أنها " أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره ".^١ تخلو العلامة التجارية مالكها الحق في الاستئثار بها ومنع الغير من استخدام علامة مماثلة أو مشابهة لها في الأعمال التجارية بالنسبة للصنف ذاته والمنطقة الجغرافية المسجلة بها العلامة التجارية ذاتها، على نحو يمكن أن يؤدي إلى تضليل الجمهور.^٢.

وتخلو العلامة التجارية مالكها، أيضاً، الحق في استعمالها لتمييز السلع والمنتجات التي يملكها، والخدمات التي يقدمها، والترخيص باستعمالها والتنازل عنها.^٣ وسبق أن عرّفنا اسم موقع الإنترنت بأنه اسم يستخدم للدلالة على عنوان بروتوكول الإنترنت الخاص في موقع إنترنت معين، يعمل على تسهيل الوصول للموقع المختلفة على الشبكة، ويسمّهم في عملية الترويج والتسويق للسلع والخدمات التي تقدمها تلك المواقع.

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

ثانياً: أوجه التشابه بين العلامة التجارية واسم موقع الإنترنت:

يشابه اسم موقع الإنترنت والعلامة التجارية في نواحٍ عدّة، هي:

١. وظيفة العلامة التجارية تمثل بتمييز السلع والمنتجات والخدمات التي تحمل العلامة من غيرها، وتحديد مصدرها، وتقليل التكلفة وعوائق البحث عن السلع والمنتجات التي يرغب بها المستهلك.^٤

^١ المادة (٢) من قانون العلامات التجارية الأردني، رقم (٣٣) سنة (١٩٥٢) وتعديلاته المنصوص في الجريدة الرسمية

عدد (١١١٠) صفحة (٢٤٣)، تاريخ ١/٦/١٩٥٢..

^٢ المادة رقم (١٦) من اتفاقية تريبيس.

^٣ المادة رقم (٢١) من اتفاقية تريبيس.

وكذلك الأمر بالنسبة لاسم موقع الإنترنـت؛ إذ إـنه يحل محل رقم بروتوكول الإنترنـت (Ip adress)، ما يـسهل عملية الوصول إلى الموقع الذي يـرغب به المستخدم؛ إذ إنـكل جـهاز حـاسوب مـرتبط مع شبكة الإنترنـت له رقم بـروتوكول (IP adress) خـاص به، وهو عـبارة عن مـعرف رقمي للجـهاز، ويتـألف رقم البرـوتوكول من مـجموعة من أـربعـه أـرقـام يـفصل بين كل منها نقطـه²، فـعلى سبيل المـثال رقم البرـوتوكول الخـاص بمـوقع google.com هو (72.14.207.991)³، وبـذلك فإنـ نظام أـسماء موقع الإنترنـت سـهل الوصول للمـواقع المـختلفـة باـالاستعاضـة عن هذه الأـرقـام بأـحرف لـاتـينـية.

إـضافةً إلى ذلك، فإـنه يـلعب دورـاً بـارـزاً في الوصول إلى السلـع والـخدمـات وتحـديـد مصدرـها، وبـذلك فإنـ دورـه لا يـقتـصر على الأـعمال التقـانـية فـحسب، وإنـما يـتجاوز ذلك ليـصـبح مـعرـقاً فـرـديـاً بمـوقع الإنـترـنـت وما تـحتـويـه من سـلع وـخدـمات وـغـيرـها.⁴

2. تعدـ العـلامـة التجـارـية، بالـنـسبة لـأـصـحـاب السـلـع وـالـخـدمـات، وـسـيـلـة لـلـتـسـويـق وـالتـروـيج بـارـتبـاط هـذـه السـلـع وـالـخـدمـات في أـذـهـانـ المستـهـلـكـين مع العـلامـة التجـارـية التي تـحملـها، وبـذلك تـحـقـيقـ الثـقة لـديـهم بـجـودـةـ المنتـجـات التي تـحملـ عـلامـة تـجـارـية معـينة أـصـبـحت مـعروـفـه لـهـم⁵.

وكـذلكـ الأمرـ بالنسبةـ لـاسمـ موقعـ الإنـترـنـتـ، فإـنهـ أـصـبـحـ يـشـكـلـ وـسـيـلـة لـلـتـسـويـقـ السـلـعـ وـالـخـدمـاتـ وـتـروـيجـهاـ بـالـطـرـقـ الـإـلـكـتـرـوـنـيـةـ وـعـلـىـ نـطـاقـ عـالـمـيـ، وـيـسـمـهـ فـيـ إـيـجادـ ثـقـةـ مـسـتـخـدـمـيـ الإنـترـنـتـ بـجـودـةـ السـلـعـ وـالـخـدمـاتـ التيـ يـمـكـنـ أنـ يـجـدـوـهاـ عـلـىـ المـوقـعـ الـذـيـ يـرـقـجـ لـهـا⁶.

¹ القـلـيـوبـيـ، سـمـيـحةـ، الـمـلـكـيـةـ الصـنـاعـيـةـ، مـرـجـعـ سـابـقـ، صـ488.

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

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

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

⁵ زـينـ الدـيـنـ، صـلاحـ، شـرحـ التـشـريعـاتـ الصـنـاعـيـةـ وـالـتجـارـيـةـ، مـرـجـعـ سـابـقـ، صـ116.

⁶ القـلـيـوبـيـ، سـمـيـحةـ، الـمـلـكـيـةـ الصـنـاعـيـةـ، مـرـجـعـ سـابـقـ، صـ489.

ثالثاً: أوجه الاختلاف بين اسم الموقع والعلامة التجارية.

تختلف أسماء موقع الإنترنت عن العلامات التجارية في نواحٍ عدّة، هي:

1. يشترط لحماية العلامة التجارية أن تكون هذه العلامة قادرة على تمييز السلع والخدمات التي تمثلها، ويتربّط على ذلك أن الألفاظ العامة والوصفية لا تحمى باعتبارها علامة تجارية لفقدانها أحد الشروط الأساسية للعلامات التجارية؛ وهي التمييز والانفرادية. ومسوّغ عدم حماية الألفاظ العامة والوصفية هو الحرص على عدم احتكار هذه الألفاظ -التي يجب أن تكون متاحة للجميع- من قبل أشخاص معينين ومنهم سلطة منع غيرهم من استعمالها.^١

ويستثنى من ذلك الألفاظ العامة أو الوصفية التي أدى استخدامها لمدة طويلة إلى ارتباطها بذهن الجمهور بالمنتج أو السلعة التي تمثلها، ومن الأمثلة على ذلك العلامة التجارية lux^٢.

أما بالنسبة لاسم موقع الإنترنت فليس هناك شروط معينة للألفاظ المستخدمة به، بل على العكس فإن الألفاظ العامة سهلة التذكر لها قيمة أكبر في هذا القطاع؛ لأنّها تسهّل عملية البحث على الإنترنت وتحقق زيارات أكبر للموقع الذي يحمل اسمًا عامًا، فعلى سبيل المثال من يرغب بالوصول إلى موقع لبيع السيارات وليس لديه اسم موقع محدد قد يقوم بالبحث عن موقع carsforsale.com، وبذلك سيزيد عدد الأشخاص الوافدين عن طريق التكهن إلى هذا الموقع مقارنة بالمواقع الأخرى التي لا تحمل اسمًا عامًا يرتبط بالسلع والخدمات التي يقدمها، الأمر الذي سيحقق فائدة بالنسبة لمالكه بالترويج والتسويق لموقعه بشكل عام، وللسلع والخدمات التي يقدمها بشكل خاص.^٣

^١ Brooks,A. The cautious interplay between trademarks and internet domain names.illinois bar journal,88(74),p3

² زين الدين، صلاح، العلامات التجارية وطنية ودولية، مرجع سابق، ص 93.

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

ونرى أن الغاية من عدم جواز تسجيل العلامة التجارية العامة أو الوصفية- وهي الحيلولة دون احتكار الألفاظ العامة كما سبق الإشارة إليه- غير متحققة في مجال أسماء موقع الإنترنـت، وذلك لأنـه ما إن يـسـجـلـ اسمـ المـوـقـعـ، بـغـضـ النـظـرـ عـنـ مـاهـيـتـهـ سـوـاءـ كـانـ لـفـظـاـ عـامـاـ أمـ غـيرـهـ، سـيـمـتـعـ عـلـىـ أيـ شـخـصـ أوـ كـيـانـ آخـرـ تـسـجـيلـهـ، أيـ أـنـهـ يـحـتـكـرـ تـلـفـانـيـاـ، وـلـكـ إـذـاـ أـجـرـيـ أيـ تـغـيـرـ عـلـىـ اـسـمـ المـوـقـعـ وـلـوـ بـحـرـفـ وـاحـدـ، فـلـيـسـ هـنـاكـ مـاـ يـمـنـعـ تـسـجـيلـهـ.

2. تخضع العلامة التجارية قبل تسجيلها إلى إجراءات فحص موضوعي للتحقق من توافر الشروط القانونية المطلوبة فيها، أي للتحقق من توافر صفة العلامة الفارقة والجدة ومشروعية العلامة التجارية¹. في حين لا يخضع اسم موقع الإنترنـت (باستثناء امتداد النطاق العلوي الجديد)² لإجراءات فحص موضوعي؛ إذ لا يتـشـرـطـ فيهـ سـوـىـ أـلـاـ يكون مـسـجـلاـ مـسـبـقاـ فـيـ نـطـاقـ الـمـسـتـوىـ الـعـلـوـيـ ذـاـتـهـ طـبـقـاـ لـقـاعـدـةـ "مـنـ يـأـتـيـ أـولـاـ يـخـدـمـ أـولـاـ: a first come,first served"

وبإمكان طالب التسجيل اختيار ما يشاء من الألفاظ المتاحة، حتى أن جهة التسجيل و"الآيـكـانـ" لا تتحمل أية مسؤولية في حال كان الاسم المراد تسجيلـهـ يـنـتـهـيـ حقوقـ صـاحـبـ عـلـامـةـ تـجـارـيـةـ⁴.

3. الحماية الإقليمية للعلامة التجارية.

الأصل أن حماية العلامة التجارية ليست مطلقة، بل تقـتصرـ عـلـىـ الإـقـلـيمـ الذـيـ سـجـلـ بـهـ وـالـصـنـفـ الذـيـ تـنـتـمـيـ لـهـ، حيثـ أـنـ مـالـكـ العـلـامـةـ تـجـارـيـةـ لاـ يـمـلـكـ اـحـتـكـارـهـ سـوـىـ بـالـمـنـطـقـةـ الجـغرـافـيـةـ التـيـ قـامـ بـتـسـجـيلـهـ فـيـهـ، وـفـيـ ذاتـ الصـنـفـ التـيـ سـجـلـتـ بـهـ⁵، ماـ

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

² يـمـرـ تسـجـيلـ اـسـمـ النـطـاقـ العـلـوـيـ الجـديـدـ (New gtld) بـاجـرـاءـاتـ اـكـثـرـ تعـقـيـداـ مـنـ تـلـكـ المـتـعـلـقـةـ بـتـسـجـيلـ نـطـاقـ الـمـسـتـوىـ الثـانـيـ (sld) مـنـ خـالـلـ مـرـورـهـ بـمـراـحلـ متـعـدـدـةـ تـبـدـأـ بـتقـيـمـ طـلـبـ التـسـجـيلـ وـفـحـصـهـ وـالـإـعـلـانـ عـنـهـ وـالـاعـتـرـاضـ عـلـيـهـ وـمـنـ ثـمـ مـنـحـ التـقـويـضـ بـتـسـجـيلـ النـطـاقـ العـلـوـيـ |

[http:// www.newgtlds.icann.org/en/applicants/agb.visited may 17.2018](http://www.newgtlds.icann.org/en/applicants/agb.visited may 17.2018)

³ Nguye,X.op.cit.p2

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

⁵ الشـواـورـةـ، نـسيـمـ خـالـدـ، العـلـامـةـ تـجـارـيـةـ وـحـمـاـيـتـهـاـ مـنـ أـعـمـالـ الـمـنـافـسـةـ غـيرـ الـمـشـروعـةـ، مـرـجـعـ سـابـقـ، صـ102ـ.

لم تكن العلامة التجارية مشهورة والتي تتمتع بحماية خارج حدود الإقليم الذي سجلت به، وفق أحكام اتفاقية باريس^١.

في حين، ما إن يسجل اسم موقع الإنترنت فإنه سيمتنع على أي جهة أو كيان آخر في أي مكان في العالم تسجيله، أي أن اسم موقع الإنترنت يتمتع بحماية مطلقة على خلاف العلامة التجارية التي تتمتع بحماية إقليمية مقيدة بصنف ومنطقة جغرافية.

٤. يقترن احتفاظ مالك العلامة التجارية بحقه بها بالاستعمال؛ بمعنى أن عدم استعمال العلامة لمدة معينة سيجعلها عرضةً للشطب. فعلى مستوى التشريع الأردني إن عدم استعمال العلامة التجارية لمدة (٣) سنوات سيؤدي إلى شطبها، إلا إذا ثبتت مالك العلامة التجارية أن عدم الاستعمال يعود لأسباب خارجة عن إرادته^٢.

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

٥. العلامات التجارية لا تكون إلا لأغراض تجارية، في حين قد يكون الغرض من اسم موقع الإنترنت تجاريًا، وقد يكون مجرد عنوان لصفحة على الإنترنت لا تهدف إلى ممارسة أي نشاط تجاري كبيع السلع أو تقديم خدمات^٣.

^١ المادة رقم ٦/ثانية من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لعام ١٨٨٣.

^٢ المادة (٢٢) من قانون العلامات التجارية الأردني.

^٣ wood,L. A name of thrones-why domain name should now be a separate intellectual property right,op.cit,p3

وبذلك فإننا نرى وبعد عرض أوجه الشبه والاختلاف بين أسماء موقع الإنترنـت والعلامة التجارية أنه من الممكن النظر إلى كليهما بوصفهما مبررات للاعتراف باسم موقع الإنترنـت بوصفه حـقـاً مستقلاً من حقوق الملكية الفكرية؛ إذ إنّ أوجه الشبه المتمثلة بطبيعة كلّ منها حقوق معنوية، ووظيفة كلّ منها، والهدف من الحماية المتمثل بتسييل الوصول للسلع والخدمات وتحديد مصدرها وتشجيع المنافسة، تدل على إمكانية حمايتها تحت مظلة حقوق الملكية الفكرية العامة، وأنّ أوجه الاختلاف المتمثلة بشروط حماية كلّ منها ونطاقه تدل على عدم إمكانية حماية أسماء موقع الإنترنـت تحت مظلة قانون العلامـات التجـارـية -الـذـي يـعدـ الحـقـ الأـقـرـبـ منـ حقوقـ الملكـيـةـ الفـكـرـيـةـ إلىـ أـسـمـاءـ موقعـ الإنـترـنـتـ- الأمرـ الـذـي يـسـتـدـعـيـ الـاعـتـرـافـ بـأـسـمـاءـ موقعـ الإنـترـنـتـ بـوـصـفـهاـ حـقـاًـ مـسـتقـلاًـ منـ حقوقـ الملكـيـةـ الفـكـرـيـةـ،ـ ويـسـتـازـمـ إـنـشـاءـ قـانـونـ خـاصـ لـتـنظـيمـهاـ.

ونظـراًـ لـلـطـبـيـعـةـ الـعـالـمـيـةـ لـأـسـمـاءـ مـوـقـعـ الإنـترـنـتـ الـمـسـتـمـدةـ مـنـ عـالـمـيـةـ الإنـترـنـتـ فـإـنـهـ يـجـبـ وـضـعـ إـطـارـ عـامـ لـتـنظـيمـهاـ عـلـىـ الـمـسـتـوىـ الدـولـيـ،ـ وـذـلـكـ لـتـوحـيدـ الـأـحـکـامـ الـعـامـةـ الـمـتـعـلـقـةـ بـهـاـ مـعـ مـرـاعـاـتـ الـمـسـائـلـ التـقـصـيـلـيـةـ الـتـيـ يـتـرـكـ لـلـدـوـلـ تـنـظـيمـهـاـ بـمـاـ يـتـوـافـقـ مـعـ أـنـظـمـتـهـاـ وـقـوـانـينـهـاـ الدـاخـلـيـةـ.ـ وـ هـذـاـ لـاـ يـتـحـقـ إـلـاـ بـإـبـرـامـ اـنـقـافـيـةـ دـولـيـةـ مـتـعـلـقـةـ بـأـسـمـاءـ مـوـقـعـ الإنـترـنـتـ تـضـعـ الـأـطـرـ الـعـامـةـ لـهـاـ،ـ إـنـ الـمـنـظـمـةـ الـأـقـدرـ عـلـىـ الـمـبـادـرـةـ بـاتـخـاذـ هـذـهـ الـخـطـوـةـ هـيـ الـمـنـظـمـةـ الـعـالـمـيـةـ لـلـمـلـكـيـةـ الـفـكـرـيـةـ (ـالـوـاـيـيـوـ)ـ باـعـتـارـ أـنـ تـشـجـعـ إـبـرـامـ اـنـقـافـيـاتـ دـولـيـةـ (ـ4ـ)ـ مـنـ الـمـتـعـلـقـةـ بـحـقـوقـ الـمـلـكـيـةـ الـفـكـرـيـةـ مـنـ الـوـاجـبـاتـ الـمـلـقاـةـ عـلـىـ عـاـنـقـهـاـ بـمـوجـبـ الـمـادـةـ (ـ4ـ)ـ اـنـقـافـيـةـ إـنـشـاءـ الـمـنـظـمـةـ الـعـالـمـيـةـ لـلـمـلـكـيـةـ الـفـكـرـيـةـ الـتـيـ نـصـتـ عـلـىـ وـاجـبـاتـ الـمـنـظـمـةـ الـعـالـمـيـةـ لـلـمـلـكـيـةـ الـفـكـرـيـةـ،ـ وـمـنـ ضـمـنـهـاـ "ـتـشـجـعـ إـبـرـامـ اـنـقـافـيـاتـ دـولـيـةـ الـتـيـ تـهـدـيـ إـلـىـ تـدـيـعـ حـمـاـيـةـ الـمـلـكـيـةـ الـفـكـرـيـةـ"ـ،ـ فـضـلـاـ عـنـ وـاجـبـهاـ فـيـ اـتـخـاذـ الـإـجـرـاءـاتـ الـلـازـمـةـ لـتـوفـيرـ الـحـمـاـيـةـ الـفـعـالـةـ لـلـمـلـكـيـةـ الـفـكـرـيـةـ فـيـ جـمـيعـ أـنـحـاءـ الـعـالـمـ وـتـسـيـقـ التـشـريعـاتـ الـوـطـنـيـةـ فـيـ هـذـاـ الـمـجـالـ¹ـ.

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

الخاتمة:

بالوصول إلى نهاية هذه الدراسة التي عرفت فيها بأسماء موقع الإنترنٌت بشكل مفصل من حيث مفهومها وتقسيماتها، والطبيعة القانونية لها، والنظريات المختلفة التي وضعَت بغية الوقوف على حقيقتها، وصلنا إلى النتائج والتوصيات الآتية:

أولاً: النتائج

1. لم تتضمن السياسة الموحدة لأسماء موقع الإنترنٌت تعريفاً لها، إلا أنه يمكن تعريفه أنه: "اسم يستخدم للدلالة على عنوان بروتوكول الإنترنٌت الخاص في موقع إنترنٌت معين، يعمل على تسهيل الوصول للموقع المختلفة على الشبكة، ويسهم في عملية الترويج والتسويق للسلع والخدمات التي تقدمها تلك المواقع".
2. لم تتضمن التشريعات الوطنية ولا السياسة الموحدة تحديد الطبيعة القانونية لأسماء موقع الإنترنٌت فيما إذا كانت تشكل عقد خدمة أو عقد ترخيص أو حق ملكية مستقل أم أنه ينتمي لحقوق الملكية الفكرية الموحدة، ووصلنا بالنتيجة إلى أنها تعدّ حقولاً مستقلاً من حقوق الملكية الفكرية لعدم انطباق أيٍ من النظريات السابقة عليها، وبذلك لا يتبع أيٍ خيار سوى تنظيمها بوصفها حقولاً مستقلاً من حقوق الملكية الفكرية.
3. تختلف العلامة التجارية عن اسم الموقع من حيث اشتراط الصفة الفارقة في العلامة التجارية، والحماية الإقليمية لها واقتصرارها على السلع والمنتجات التي سجلت لها، واقتصران الاحتفاظ بالحق فيها بالاستعمال، وخضوع العلامة التجارية قبل تسجيلها إلى إجراءات فحص موضوعي.
4. تتشابه العلامة التجارية واسم الموقع من حيث وظيفة كل منها المتمثلة بتمييز السلع والمنتجات والخدمات التي تحمل العلامة من غيرها وتحديد مصدرها. وبالنسبة لاسم الموقع فإنه يلعب دوراً بارزاً في الوصول للسلع والخدمات وتحديد مصدرها، كما يلعب كل منها دوراً بارزاً في التسويق والترويج للسلع والخدمات.

ثانياً: التوصيات:

في سبيل تحقيق حماية أفضل لأسماء موقع الإنترنـت بموجب القوانـين الوطنية والـسيـاسـة الموحدـة لـتسـوية مـناـزعـات أـسـماء مـوـاـقـع الإنـترـنـت فإـنـا نـوصـي بما يـأتـي:

1. إبرام اتفاقية دولـية خـاصـة بـأسـماء مـوـاـقـع الإنـترـنـت تـضـع الأـطـر العـامـة لـأسـماء المـواـقـع تـلـزـم الـدـول الـأـعـضـاء بـمـوجـبـها بـالـتـنظـيم الدـاخـلي لـأسـماء مـوـاـقـع الإنـترـنـت بـإـصـارـ قـوانـين وـطـنيـة خـاصـة بـأسـماء المـواـقـع.
2. وضع قـوـادـق قـانـونـية دولـية خـاصـة لـتحـديـدـ القـانـون الـواـجـبـ الـتـطـبـيقـ عـلـىـ المـناـزعـات الـإـلـكـتروـنـية عـامـةـ وـالـمـناـزعـاتـ الـمـتـعـلـقةـ بـأسـماءـ مـوـاـقـعـ الإنـترـنـتـ خـاصـةـ.
3. الـاعـتـرـافـ بـأسـماءـ مـوـاـقـعـ الإنـترـنـتـ بـوـصـفـهـاـ حـقـلاـ مـسـتـقـلاـ مـنـ حـقـولـ الـمـلـكـيـةـ الـفـكـرـيـةـ وـتـنـظـيمـهـاـ تـبعـاـ لـذـلـكـ فـيـ قـانـونـ مـسـتـقـلـ عـوـضـاـ عـنـ تـطـبـيقـ أحـكـامـ الـعـلـامـاتـ الـتجـارـيـةـ عـلـيـهـاـ.

المراجع:

أولاً: الكتب:

أ) المؤلفات باللغة العربية:

1. سمحة القليوبي، الملكية الصناعية، ط(٩)، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠١٣
2. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، (ط٣)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٥
3. صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، (ط١)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٥.
4. عبد الرزاق محمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد حق الملكية، ط (٣)، منشورات الحلبي، بيروت، ٢٠٠٠.
5. غنام، شريف محمد، حماية العالمة التجارية عبر الإنترنيت في علاقتها بالعنوان الإلكتروني، ط (١)، دار الجامعة الجديدة، ٢٠٠٧.
6. فاتن حسين حوى، المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية، ط (٢)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٤
7. محمد حسين منصور، المسؤلية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٧
8. مصطفى موسى العطيات، الجوانب القانونية للعاملات التجارية الإلكترونية حماية العالمة التجارية إلكترونياً، ط (١)، دار وائل للنشر، عمان، ٢٠١١
9. نسيم خالد الشواورة، العالمة التجارية وحمايتها من أعمال المنافسة غير المشروعة، ط (١)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٧.
10. نوري حمد خاطر، الملكية الصناعية دراسة مقارنة في القوانين الأردنية والإماراتية والفرنسية، ط (٢)، دار وائل للنشر، عمان، ٢٠١٠

ب) المؤلفات باللغة الإنجليزية:

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

ثانياً: الدراسات والمقالات:

الدراسات والمقالات باللغة الإنجليزية:

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

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

ثالثاً: الاتفاقيات والقوانين:

(أ) الاتفاقيات الدولية:

1. اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية لملكية الفكرية (اتفاقية وايبيو) لعام 1967 .
2. اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لعام 1883 .
3. اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة (اتفاقية تريبيس) لعام 1994 .

(ب) القوانين:

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

رابعاً: المواقع الإلكترونية:

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