

January 2005

Conflicts Over Domain Names

Rami Olwan

Abu - Gahzaleh for Intellectual Property Jordan, ramiolwan@gmail.com

Follow this and additional works at: https://scholarworks.uaeu.ac.ae/sharia_and_law



Part of the [Commercial Law Commons](#)

Recommended Citation

Olwan, Rami (2005) "Conflicts Over Domain Names," *Journal Sharia and Law*. Vol. 2005 : No. 22 , Article 4.
Available at: https://scholarworks.uaeu.ac.ae/sharia_and_law/vol2005/iss22/4

This Article is brought to you for free and open access by Scholarworks@UAEU. It has been accepted for inclusion in Journal Sharia and Law by an authorized editor of Scholarworks@UAEU. For more information, please contact sljournal@uaeu.ac.ae.

Conflicts Over Domain Names

Cover Page Footnote

Rami Olwan Abu - Gahzaleh for Intellectual Property Jordan

"المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء مواقع الإنترنت"

إعداد: رامي محمد علوان*

ملخص البحث:

يعالج البحث إشكاليات قانونية جديدة بدأت تزداد أهميتها في أعقاب زيادة المواقع الالكترونية والتسارع الكبير في تسجيل أسماء مواقع الإنترنت (Domain Name). يقدم الباحث لبحثه في فصل تمهيدي بإعطاء لمحة عن أسماء المواقع من حيث تعريفها والنظام الذي يحكمها وأنواعها والجهات التي تسجل لديها وإجراءات تسجيلها والفروق المختلفة بين العلامات التجارية وأسماء المواقع. ومن ثم يبين في الفصل الأول صور المنازعات حول العلامات التجارية و أسماء المواقع مثل التسجيل بسوء نية لاسم موقع متطابق أو متشابه بدرجة تثير اللبس مع علامة تجارية وغيرها من المنازعات الأخرى. ويحدد الفصل الثاني والأخير من البحث السبل التقنية الكفيلة بتفادي المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء المواقع والإجراءات العملية القانونية التي يمكن اتخاذها لحل تلك المنازعات في حالة وقوعها مع التركيز في هذا الخصوص على السياسة الموحدة لحل منازعات أسماء المواقع (UDRP) التي اعتمدها المنظمة الدولية لمنح الأسماء والأرقام على الإنترنت (ICANN) والجهات التي تقوم بحل منازعات

١ محام و باحث متخصص في قوانين التجارة الالكترونية والإنترنت.

أسماء مواقع الإنترنت مثل مركز الويو للوساطة والتحكيم (WAMC) ومجمع التحكيم الوطني (NAF) وغيرها. وأخيراً ينهي الباحث بحثه بتبني بعض المقترحات التي من شأنها إذا ما اعتمدت تطوير قوانين العلامات التجارية والمنافسة غير المشروعة في الوطن العربي وزيادة فهمنا للموضوعات المتعلقة بأسماء المواقع بشكل خاص وقوانين التجارة الالكترونية والفضاء الالكتروني بشكل عام.

مقدمه:

يعيش العالم اليوم ثورة حثيثة متسارعة في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات^(١). تعرف بثورة الاتصال الالكتروني أو الثورة الرقمية (digitalrevolution)^(٢). وقد جاءت هذه الثورة نتيجة للتقدم المطرد والهائل في وسائل الاتصال والمعلوماتية^(٣) والحاسبات الالكترونية.

وتوفر أجهزة الاتصال الالكترونية الحديثة، التي تتحفنا بها قريحة العقل البشري كل يوم فرصة فريدة للاتصال والتواصل بين بني البشر قاطبة الذين استفادوا من الإمكانيات الهائلة التي توفرها شبكة الإنترنت العملاقة في نقل

(١) انظر، أسامة الخولي " تكنولوجيا المعلومات ما بين التهوين والتهويل"، ورقة قدمت لمنتدى البحرين الفكري في ٥ حزيران / يونيو ٢٠٠٠، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، الكويت، العدد ٢٠٦٠، ٢٠٠٠، ص ١٠٧، هاني شحادة الخوري "قراءة في كتاب تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن الواحد والعشرين"، مجلة التقدم العلمي، العدد ٣٢، أكتوبر/ ديسمبر ٢٠٠٠ ص ٩٢-٩٤، وانظر كذلك معن النقري، "مسارات التكنولوجيا وتصنيفات العولمة والمعلوماتية في العالم العربي"، العدد ٣٠، ابريل / يونيو ٢٠٠٠ والورقة التي قدمها عدنان نايفة بعنوان "العلوم والتكنولوجيا في العالم المعاصر" - ندوة العلوم والتكنولوجيا في الوطن العربي، الواقع والظموح، التي عقدت في مؤسسة عبد الحميد شومان بتاريخ ٢٠-٢١-٢٠٠١.

(٢) For an excellent source see, Jack Gribbin, Digital Revolution, Dorling Kindersley, London, 2002

(٣) يقصد بالثورة المعلوماتية ذلك الانفجار المعرفي الضخم وتضاعف الإنتاج الفكري في شتى ميادين المعرفة. لمزيد من التفصيل حول الثورة المعلوماتية، انظر معن النقري "العرب وعصر المعلومات"، المركز الثقافي العربي، المغرب، الطبعة الأولى ٢٠٠٢، وذات المؤلف المعلوماتية والمجتمع، المركز الثقافي العربي، المغرب، الطبعة الأولى، ٢٠٠١ و "حوار الفضاء السبريني وكوكب المعلوماتية"، مجلة التقدم العلمي، عدد ٣٤، ابريل يونيو، ٢٠٠١ ونبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، عالم المعرفة، عدد ٢٦٥، يناير ٢٠٠١، وماي الاختيار "تاريخ المعلوماتية"، مجلة المعلوماتي، الحاسوب والتقنيات، عدد ٨٩، السنة ٩، آذار ٢٠٠١.

المعلومات والبيانات، عبر أثر الفضاء الإلكتروني^(١) وبسرعة الضوء ولمح البصر من شرق الكرة الأرضية إلى مغربها ومن شمالها إلى جنوبها^(٢).

وقد سارع رجال الأعمال وأصحاب الشركات، الكبرى والصغرى منها على السواء، للاستفادة من هذه الإمكانيات التي تتيحها الشبكة، وذلك بتأسيس مواقع تجاربه لهم في الفضاء الإلكتروني (Cyberspace)، وذلك بغية التعريف بالأعمال التي يقومون بها، والخدمات التي يقدمونها، فضلاً عن تسهيل تواصل هذه الشركات على مدار الساعة مع عملائها و زبائنهم أينما وجدوا.

ولم تكتف هذه الشركات بجعل مواقعها الإلكترونية بمثابة واجهة لمحلّتها التجارية، تعرض فيها مختلف البضائع والمنتجات، وإنما أضفت عليها طابعاً تفاعلياً إيجابياً (Interactive)، يتيح للعميل إجراء تعاقداته وإدراج طلبات الشراء الخاصة به فوراً من خلال تعبئة نموذج أو عقد موضوع سلفاً في الموقع الإلكتروني من دون تكلف عناء ومشقة الاتصال المباشر مع هذه الشركات.

(١) ظهر مصطلح الفضاء الإلكتروني (Cyberspace) لأول مره في عام ١٩٨٤ في رواية الخيال العلمي (Neuromancer) للروائي (William Gibson). ويرتبط هذا المصطلح بالمجتمعات الافتراضية (Virtual Communities) وشبكات الحواسيب (Computer Networks) والإنترنت (Internet). لمعرفة المزيد حول تعريف الفضاء الإلكتروني والمجتمعات الافتراضية، انظر:

Anthony Ralston, Edwin D. Reily, David Hemmendinger, Encyclopedia of Computer Science, Fourth Edition, Nature Publishing Group, 2000, p 445-447.

(٢) لتتبع كيفية انتقال البتات (bits) والبيانات المشكّلة من الصور والنصوص والأصوات والرموز والأرقام في الفضاء الإلكتروني يمكن زيارة أطلس الفضاء الإلكتروني (An Atlas of Cyberspace) على عنوان الموقع: <http://www.cybergeography.org/atlas/atlas.html>

وكخطوة أولى لممارسه أعمال التجارة الإلكترونية، وتأسيس هذه المواقع، كان لا بد من حجز وتسجيل أسماء مواقع^(١) (Domain Names) يمكن تذكرها بسهولة وتتناسب مع أسماء هذه الشركات أو علاماتها التجارية. وقد تفاجئ هذه الشركات حينما تلجأ للشركات المعتمدة لتسجيل أسماء المواقع العليا العامة (gTLDs) أو الجهات المسجلة لأسماء المواقع العليا المكونة من رموز الدول (cTLDsc) أن علاماتها التجارية مسجلة كأسماء مواقع من قبل أشخاص لا علاقة لهم بهذه الأسماء. ولما كان كل اسم موقع فريداً بحد ذاته (each domain name is unique)، كما أنه لا يمكن تسجيل اسمي موقعين متطابقين في الفضاء الإلكتروني، وذلك على خلاف الحال بالنسبة للنظام القانوني الذي يحكم العلامات التجارية والذي يسمح بتسجيل علامات تجاربه متشابهة أو حتى متطابقة لتمييز بضائع ومنتجات مختلفة^(٢)، فإن ذلك يثير التساؤلات القانونية التي لا تنتهي حول العلاقة التي تربط أسماء مواقع الإنترنت بالعلامات

-
- (١) See the Encyclopedia of Forms and Precedent- e-commerce- Part 3 Domain names available at <http://www.butterworths.com> visited on 18/3/02
- (٢) Jessica Litman, the DNS Wars: Trademarks and the Internet Domain System, 4J Small & Emerging Bus. L. 149 (2000) available at http://www.law.wayne.edu/litman/papers/DNS_wars.pdf visited on 12-2-2002, Deborah E. Bouchoux, Protecting your company's Intellectual Property, Amacon, 2001, p77, Legal Issues of Electronic commerce- Apractical guide for SMEs, Norwegian Research Center for Computers and law, University of Oslo, available at http://www.eclip.org/documentsII/ecommerce_SME.pdf Visited on 3-6-2003.

التجارية^(١)، ومن له الحق بتسجيل اسم الموقع؟ هل هو الشخص الأسبق في التسجيل أم صاحب العلامة التجارية التي تتطابق أو تتشابه مع اسم الموقع الإلكتروني المراد تسجيله؟ وهل هناك من شروط وقيود معينة يجب الامتثال لها حتى يتم تسجيل اسم الموقع؟ وهل يشكل تسجيل اسم موقع متطابق أو متشابه لعلامة تجاربه مشهورة اعتداء على العلامة التجارية؟ وهل يمكن أن يشكل ذلك أيضاً منافسة غير مشروعة (Unfair Competition)، إذا كان من شأن هذا التسجيل أن يضلل زوار مواقع الإنترنت ويحملهم على الخلط بين صاحب العلامة التجارية التي يعرفونها ومالك الموقع الذي يزورونه؟ وهل يفضي هذا التسجيل إلى تزوير أو تقليد للعلامة التجارية؟ وما هي الإجراءات التي يمكن للأفراد أو الشركات التي ترغب بتأسيس مواقع لها اتخاذها بغية حماية نفسها من خطر قراصنة أسماء المواقع الإلكترونية (Cybersquatters)؟ ومن هي الجهات أو الهيئات التي تختص بحل المنازعات والخلافات التي تنشأ بسبب تسجيل أسماء مواقع متطابقة أو متشابهة مع العلامات التجارية التي تملكها هذه الشركات؟ وهل يمكن لأصحاب الأسماء المشهورة واللامعة في الفن والسياسة الالتجاء لهذه الهيئات لنقل أسماء المواقع المسجلة من قبيل أفراد لا علاقة لهم لا من قريب ولا من بعيد بأسمائهم المشهورة؟ وكيف يمكن لهذه الشركات استرداد علاماتها

(١) فهم طبيعة العلاقة التي تربط العلامات التجارية بأسماء المواقع، انظر المحاضرة التي ألقاها طلال أبوغزالة بعنوان "التجارة الإلكترونية والملكية الفكرية" في غرفة التجارة، عمان، المملكة الأردنية الهاشمية بتاريخ ٨ أيلول ٢٠٠١.

التجارية المسجلة كأسماء مواقع من دون وجه حق؟، وما هي الأسس أو المبادئ القانونية التي سوف تستند إليها في ذلك؟ وكيف ينشأ وتحل المنازعات حول العلامات التجارية و أسماء المواقع؟.

وبالنظر لطبيعة الإنترنت التي لا تعترف بالحدود الجغرافية، ولا تحفل بالقواعد والأنظمة القانونية^(١) التي وضعت في البلدان المختلفة لتقرير حماية قانونية للعلامات التجارية من المعتدين عليها، وبمساعدة تقانات متسارعة حديثة لا يمكن التنبؤ بماذا تخبئ مستقبلاً لنا، وجدت أوجه وأنماط جديدة للاعتداء على العلامات لم تكن معروفة من قبل^(٢).

وبهنا في هذه الدراسة بيان صور المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء المواقع. وتحاول الدراسة تحديد أوجه حل المنازعات سواء كان ذلك بطرق وقائية احتياطية تهدف إلى منع وقوعها أم بعملية علاجية تتطلع إلى ما يمكن فعله بعد وقوعها. ولكنه لا بد لنا قبل ذلك من إعطاء فكرة موجزة عن أسماء المواقع من حيث تعريفها وأنواعها، وإجراءات تسجيلها، والنظام الذي تعمل بموجبه والجهات التي تسجل لديها وأن تميز بينها وبين العلامات التجارية وذلك كما يلي:

(١) Graham Smith, Internet Law and Regulation, Sweet & Maxwell, London, third edition, 2002.

(٢) انظر: حسن عبد الباسط جمعي، سمير حمزة، "الحماية القانونية لمواقع الإنترنت وأسماء الدومين"، مؤتمر التجارة الالكترونية والإعصار عبر الحدود، مركز القاهرة الإقليمي للتحكيم الدولي، ٢٠-٢٢ نوفمبر، ٢٠٠٠، ص ١٨.

الفصل التمهيدي

التعريف بأسماء المواقع (Domain Names)

والتمييز بينها وبين العلامات التجارية

موضوع أسماء المواقع موضوع حديث في الغرب وهو من باب أولى موضوع أحدث في الوطن العربي. ومن الطبيعي أن نولي التعريف بأسماء المواقع أهمية أكبر من التعريف بالعلامات التجارية التي هي موضوع تقليدي تكثر حوله الدراسات الأجنبية والعربية.

المطلب الأول

أسماء المواقع

أولاً: لمحة عامة:

اسم الموقع هو عبارة عن عنوان فريد ومميز يتكون من عدد من الأحرف الأبجدية اللاتينية أو الأرقام التي يمكن بواسطتها الوصول لموقع ما على الإنترنت. وعلى سبيل المثال اسم موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية هو:

<http://www.wipo.int>

وإذا قمنا بتجزئة موقع المنظمة فإن (WWW) هي المستوى الثالث (Third level domain) وهي اختصار للويب الواسع العالمي و(WIPO) هو المستوى الثاني (Second Level Domain) من اسم الموقع ويشير لمختصرات اسم المنظمة العالمية للملكية الفكرية (World Intellectual Property Organization)

أما الجزء العام الشائع (generic Top Level) فهو (Int) ويشير إلى أن الموقع هو موقع منظمة غير ربحية.

ثانياً: نظام أسماء المواقع (Domain Name System DNS):

لفهم أسماء المواقع الالكترونية والمسائل القانونية التي تطرحها، لا بد أن نفهم طبيعة وآلية التقانة التي تقف وراءها. ولتبسيط ذلك يمكننا القول إن الحواسيب وخواصها (servers) المتناثرة و المنتشرة هنا وهناك في الفضاء التخيلي أو الالكتروني شأنها شأن البشر تستخدم اللغة كوسيلة للتواصل والاتصال فيما بينها، وتسمى هذه اللغة التي تستخدمها الحواسيب بلغة الإنترنت أو بروتوكول الإنترنت/بروتوكول التحكم في الإرسال⁽¹⁾ Transmission Control Protocol TCP/Internet Protocol IP وكي يتسنى للحواسيب التي تعمل بلغات وينظم تشغيلية مختلفة (operation Systems) مثل نظام يونكس (Unix) ولينكس (Linux) وماكينتوش (Macintosh) وويندوز (Windows) وغيرها أن تتصل وتتفاهم مع بعضها البعض من خلال

(1) تم اختراع بروتوكول TCP/IP في سنة ١٩٧٠ وقد كان جزءاً من أبحاث DARPA، أما مهمة هذا البروتوكول فتكمن في تحديد الطريقة التي سيتم بها تجزئة المعلومات والرسائل لياتح إرسالها عبر شبكة الإنترنت وأثير الفضاء الالكتروني، وتجزأ هذه الرسائل أو الملفات المرسله سواء اتخذت شكل نصوص أو أحرف أو أرقام أو أصوات أو صور إلى حزم صغيرة (packets). وتتحرك هذه الحزم عن طريق الموجهات (Routers) بسرعة بعد تجزئتها منفصلة عن بعضها البعض وتنقل من حاسوب إلى آخر وبتجاهات مختلفة بغية تفادي العوائق التي تعترضها في طريقها حتى تصل إلى مقصدها النهائي. وعندما تصل هذه الحزم إلى مبتها المطلوب والنهائي يعاد ترتيبها بالشكل والكيفية التي بدت بها عند انطلاقها وإرسالها أول مرة، انظر الموقع التعليمي للفيزياء لحازم فلاح سكيك والمقالات العلمية التي يحتويها هذا الموقع وخصوصاً تلك المتعلقة منها بلغة الإنترنت أو بروتوكول TCP/IP على عنوان الإنترنت: <http://www.hazemsakeek.8m.com>

شبكة الإنترنت العملاقة والمترامية الأطراف، يُخصص لكل حاسوب مرتبط بهذه الشبكة عنوان إنترنت أو رقم خاص به (Internet Protocol Address) سواءً كان ذلك بصورة دائمة (Permanent IP) أو مؤقتة (Temporary IP)^(١).

وتستطيع خوادم الحواسيب (Web Servers) أن تفهم وتميز هذه الأرقام بسهولة ولكن البشر لا يفهمونها ولا يمكنها أن تبقى في ذاكرتهم لفترة طويلة^(٢). وكان لابد من حل هذه المشكلة فجرى ابتداء نظام يستعاض به عن هذه الأرقام اصطلاح على تسميته بنظام أسماء المواقع^(٣) (DNS)^(٤).

(١) يتشكل عنوان البروتوكول هذا من أربعة أرقام عشرية قيمتها ما بين الصفر و٢٥٥ ويفصل بين كل رقمين نقطة. ومثال على رقم تم تخصيصه لحاسوب أو موقع إلكتروني معين رقم (٢٦,٧٢,٥٠). ويجدر بنا في هذا المقام أن نذكر أن ازدياد استخدام الحواسيب الشخصية بشكل هائل وازدياد الطلب على هذه الأرقام المستخدمة قد جعل من طرح النسخة المعدلة من عناوين البروتوكولات المكونة من ٦ أرقام (IP V6) بدلا من ٤ أرقام (IP V4) أمراً ليس ببعيد التحقيق أو المنال.

انظر Graham Smith Obcit p78، د. عبد العزيز بن حمد الرومان، البطاقات العلوية العربية، ورقة عمل قدمت في اجتماع خبراء حول تقرير المحتوى الرقمي، بيروت ٣-٥ حزيران / يونيو ٢٠٠٣.

(٢) من فوائد إظهار اسم الموقع بالاسم بدلا من الأرقام تسهيل التعرف على الموقع المبتغي وتوفير الوقت والجهد للوصول له، كما أن من شأن استخدام الاسم أو العنوان بدلا من الرقم أن يسمح بالاستنتاج المنطقي للراغب في زيارة الموقع أو يمكنه أن يلجأ لفتنشات البحث Search Engines لمساعدته في حصر أسماء المواقع التي لها علاقة سواء من قريب أو بعيد بالموضوع الذي يرغب البحث فيه، انظر المرجع السابق، حسن عبد الباسط جميعي وسمير حمزة، ص ٤.

(٣) حول نظام أسماء المواقع، انظر الوثيقة التي توفرها شركة سيسكو سيستم العالمية (CiscoSystems) المتخصصة في أنظمة الشبكات حول نظام أسماء المواقع (DNS) على العنوان التالي:

<http://www.cisco.com/univercd/cc/td/doc/product/iaabu/cddm/cddm111/adguide/dns.htm#xtoci>.

(٤) See Lisa E Cristal, Jane Mutimear, Ellen B. Shankman, Domain Name System, Trade marks in cyberspace, course materials, September 19-20,2002- Brussels, Belgium

ونظام أسماء المواقع (Domain Name System) عبارة عن قاعدة بيانات منتشرة (distributed database) في حوالي (١٢) من جذور الخوادم^(١) (root servers) التي تحتوي على كافة بروتوكولات إنترنت الخاصة بالمستوى الثاني (SLD) من مستويات أسماء المواقع العليا العامة (generic Top Level) (Domains) مثل (com) و (net) و (org) و رموز الدول (eg) و (jo) و (ae). ويقوم نظام أسماء المواقع (Domain Name System) بتحويل الحروف الأبجدية اللاتينية (www.wipo.int) إلى أرقام (١٩٤,٨٨,٧٧,٩٧) ولغة يمكن للحواسيب أن تفهمها. قبل أن يصل الشخص للموقع الذي يرغب بالوصول إليه ويطلق على هذه العملية عملية تحديد اسم الموقع الإلكتروني (Domain Name Resolving)^(٢).

(١) هناك ١٣ من جذور الخوادم (A-M) (١٠) منها موجودة في الولايات المتحدة وهي الخوادم (A,B,C,D,E,F,G,H,L,I) وواحدة في ستوكهولم، السويد وهي الخادم (I) وواحدة في لندن، المملكة المتحدة وهي الخادم (K) والأخيرة في طوكيو باليابان (M) انظر عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.root-servers.com>

(٢) For excellent technical explanation of domain names, see Diane Cabell, Name Conflict, 2000 available at: <http://www.cyberspacelaw.org/cabell/>

ثالثاً: أنواع أسماء المواقع:

تنقسم أسماء المواقع إلى قسمين رئيسيين كالآتي:

(١) أسماء المواقع العليا المكونة من رموز الدول (country code Top Level Domains ccTLDs)

حيث يُخصص لكل دولة من دول العالم رمز خاص بها، يتكون من حرفين من اسم كل دولة وفقاً لمعيار الآيزو 3166 (ISO 3166 Standard)^(١). فمثلاً تنتهي أسماء مواقع الأردن برمز (jo)^(٢) وأسماء مواقع الإمارات العربية المتحدة برمز (ae) وأسماء مواقع جمهورية مصر العربية برمز (eg) وأسماء مواقع فلسطين برمز (ps) وأسماء مواقع المملكة المتحدة برمز (uk) وأسماء مواقع فرنسا برمز (fr) وأسماء مواقع ألمانيا برمز (de) وأسماء مواقع إيطاليا برمز (it)^(٣) وأسماء مواقع الولايات المتحدة برمز (us) وأسماء مواقع هونج كونج برمز (hk) وأسماء مواقع

-
- (١) see the full ISO 3166 standrd lists available at <http://www.iso.ch/iso/en/prods-services/iso3166ma/02iso-3166-code-lists/list-en1.html>
- (٢) See also Youssef Nusseir, a paper presented to WIPO National seminar on intellectual property and electronic commerce, Amman, April 21-22, 2002.
- (٣) See European Domain Names, Field Fischer Waterhouse, December 2001, available at <http://www.ecomlex.com/download/france.pdf> visited on 11-4-2002

اليابان برمز (jp).... الخ. ويوجد في الوقت الحاضر حوالي ٢٤٤ اسم موقع عال عام مكون من رموز الدول^(١).

(٢) أسماء المواقع العليا العامة (generic Top Level Domains gTLDs) يوجد في الوقت الحاضر (١٤) اسم موقع عالي عام حسب الجدول المرفق أدناه^(٢).

الاستخدامات	اسم الموقع العالي العام	الرقم
لمواقع صناعة الطيران	aero	.١
لمواقع الأعمال	biz	.٢
للمواقع التجارية	com	.٣
لمواقع الأعضاء في تعاونيات الأعمال	coop	.٤
للمواقع التعليمية	edu	.٥

(١) لمعرفة أسماء المواقع العليا المكونة من رموز الدول الأخرى والجهات المسجلة و المسئولة عنها في كل دولة، انظر موقع سلطة تخصيص أرقام الانترنت (IANA) على العنوان الآتي:

<http://www.iana.org/cctld/cctld-whois.htm>

أو موقع (UNINETT NORID) على عنوان الانترنت الآتي:

<http://www.norid.no/domenenavnbase/omreg.html>

(٢) انظر موقع "الأيكان" المخصص لأسماء المواقع العليا العامة على العنوان:

<http://www.icann.org/tlds/>

وانظر موقع (gTLD-MOU) على عنوان الموقع:

<http://www.gtld-mou.org/index.htm>

للمواقع الحكومية	gov	.٦
لمواقع الاستخدامات العامة	info	.٧
لمواقع المنظمات المؤسسة بموجب معاهدة دولية	int	.٨
للمواقع العسكرية	mil	.٩
لمواقع المتاحف	museum	.١٠
لمواقع الأشخاص	name	.١١
لمواقع الشركات مزودة خدمات الانترنت	net	.١٢
لمواقع المنظمات التي لا تستهدف الربح	org	.١٣
لمواقع المحترفين	pro	.١٤

رابعاً: الجهات التي تسجل لديها أسماء المواقع

تختلف الجهة التي تسجل لديها أسماء المواقع بحسب نوع الموقع المطلوب تسجيله، ويمكن أن نفرق في هذا الشأن بين نوعين من الجهات.

١) الجهات التي تسجل لديها أسماء المواقع المكونة من رموز الدول أو أسماء المواقع الوطنية (ccTLDs)

تختلف هذه الجهات بحسب الدولة التي يرغب بتسجيل اسم الموقع الوطني لديها. فمثلاً يسجل اسم الموقع الوطني الخاص بالأردن (jo) مع مركز المعلومات الوطني^(١) أما أسماء المواقع الوطنية المكونة من رمز الإمارات العربية (ae) فتسجل مع مركز الإمارات لمعلومات شبكة الإنترنت^(٢)، وتسجل أسماء المواقع في فلسطين (ps) مع مركز المعلومات الوطني الفلسطيني^(٣)، وتسجل أسماء المواقع في ألمانيا (de) مع (Den Denic)^(٤) وأسماء المواقع في المملكة المتحدة (uk) مع (Nominet)^(٥) وأسماء المواقع الوطنية المكونة من رمز فرنسا (fr) مع (AFNIC)^(٦)، وأسماء المواقع الوطنية في إيطاليا (it) مع (Registration Authority) (Italian)^(٧)، وأسماء المواقع في اليابان (jp) مع (JPINIC)^(٨)، وأسماء المواقع المكونة في هونغ كونج (hk) مع^(٩) (Hong Kong Domain Name Registration)

(١) انظر موقع مركز المعلومات الوطني على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.nic.jo>

وانظر أيضاً عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.nic.Jo/En/reg.html>

(٢) انظر موقع مركز الإمارات لمعلومات شبكة الإنترنت الآتي: <http://www.uaenic.ae/>

(٣) انظر موقع مركز المعلومات الفلسطيني على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.nic.ps>

(٤) انظر الموقع على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.denic.de/doc/DENIC/index.en.html>

(٥) انظر الموقع على عنوان الإنترنت الآتي: www.nominet.org.uk

(٦) انظر الموقع على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.nic.fr/>

(٧) انظر الموقع على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.nic.it/>

(٨) انظر الموقع على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.nic.ad.jp/>

(٩) انظر الموقع على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.hkdnr.net.hk/hkdnr/index.jsp>

(us domain name Company) وأسماء المواقع في الولايات المتحدة (us) مع^(١) registry)

ومن الجدير بالتنويه أن الجهات المسجلة لأسماء المواقع الوطنية لا تعين من قبل منظمة منح الأسماء والأرقام على الإنترنت (ICANN) ولا تفرض "الأيكان" عليها شروط ومتطلبات التسجيل أو سياسة خاصة بحل المنازعات. وللدولة صاحبة الشأن الحق في أن تعين الجهة المسجلة لأسماء المواقع التي قد تكون جهة حكومية أو جامعية أو خاصة أو منظمة غير ربحية.

(٢) الجهات المسؤولة عن التسجيل والشركات التي تسجل لديها أسماء المواقع العليا العامة.

نفرق في هذا الشأن بين نوعين من الجهات التي تتولى الإشراف والتسجيل لأسماء المواقع العليا العامة (gTLDs) وهي كالاتي:

(١) الجهات المسؤولة عن تسجيل أسماء المواقع العليا العامة^(٢) ويمكننا إجمال هذه الجهات وفقاً للجدول الآتي:

(١) انظر الموقع على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.nic.us>
(٢) يمكن زيارة موقع (الأيكان) لمعرفة الجهات المسؤولة عن تسجيل أسماء المواقع العليا العامة على عنوان الإنترنت الآتي:

<http://www.icann.org/tlds/>

المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء مواقع الإنترنت رامي محمد علوان

اسم الموقع العالي العام (TLD)	الجهة المسؤولة عن التسجيل	نوع الجهة المسؤولة عن التسجيل	ملاحظات
aero	Societe Internationale de Telecommunications Aeronautiques	مقيدة بشكل جزئي	لا يسمح بالتسجيل لغير العاملين في قطاع الطائرات (1)
biz	NeuLevel Inc	غير مقيدة	يمكن التسجيل من قبل أي شخص ويشترط أن يكون من رجال الأعمال (2)
com	Versign Inc	غير مقيدة	يمكن تسجيلها من قبل أي شخص (3)
coop	Dot Cooperation LLC (dotCoop)	مقيدة جزئياً	هناك فئات محددة يمكنها التسجيل (4)
edu	EDUCAUSE.edu. Adminstration	مقيدة جزئياً	متاحة للجامعات الأمريكية (5)
gov	The U.S General Services Administration (GSA)	مقيدة جزئياً	متاحة للمؤسسات الحكومة الأمريكية (6)
int	Int Domain Registry The Internet Assigned Numbers Authority (IANA)	مقيدة جزئياً	لا يمكن التسجيل إلا من قبل المنظمات (7)
mil	Department of Defense	مقيدة جزئياً	متاحة للجيش الأمريكي (1)

- (1) <http://www.sita.aero>
- (2) <http://www.neulevel.biz>
- (3) <http://www.verisign.com/>
- (4) <http://www.nic.coop/>
- (5) [http://www.educause.edu /](http://www.educause.edu/)
- (6) <http://www.nic.gov>
- (7) <http://www.iana.org/>

		Network Information Center Defense Information System Agency (DISA)	
متاحة للمتاحف ^(١)	مقيدة جزئياً	Museum Domain Management Association	museum
مخصصة للتسجيل من الأشخاص الطبيعيين وليس الاعتباريين ^(٢)	مقيدة جزئياً	Global Name Registry (GNR)	name
يمكن لأي جهة أن تسجلها حتى ولو لم تكن من مزودي خدمات الإنترنت ^(٣)	غير مقيدة	Versign Inc	net
يمكن لأي شخص أن يسجلها ^(٤)	غير مقيدة	Public Internet Society	org
متاحة للمحامين والأطباء والمحاسبين ^(٥)	مقيدة جزئياً	Registry Pro Ltd	pro
يمكن لأي شخص أن يسجلها ^(٦)	غير مقيدة	Afilias Ltd	info

وتدخل الجهات المسؤولة عن التسجيل في اتفاقية تسجيل (Registry Agreement) مع منظمة منح الأسماء والأرقام على الإنترنت (ICANN) وتتيح

- (1) <http://www.nic.mil/>
- (2) <http://www.nic.museum/>
- (3) <http://www.gnr.com/>
- (4) <http://www.verisign.com/>
- (5) <http://www.pir.org/>
- (6) <http://www.registrypro.com/>
- (7) <http://www.nic.info/>

هذه الاتفاقية لهذه الجهات القيام بإدارة نظام التسجيل، ومخدم الأسماء (Name Serves).

(٢) الجهات التي تسجل لديها أسماء المواقع العليا العامة (gTLDs)

لا تقوم الجهات المسؤولة عن التسجيل ((Registry operators بالتسجيل بنفسها وإنما تكتفي بالإشراف على التسجيل وعلى الأمور الفنية المتصلة بذلك. وتقوم الشركات المعتمدة من قِبَلِ (الآيكان) بتسجيل أسماء المواقع وهي دائماً ما تكون شركات خاصة ^(١) تدخل في اتفاقيات اعتماد المسجل (Registrar Accreditation Agreement) المبرمة مع منظمة منح الأسماء والأرقام على الانترنت (الآيكان)، وتدخل أيضاً مع كل جهة مسؤولة عن التسجيل في اتفاقية الجهة المسؤولة عن التسجيل والمسجل ^(٢) (Registry-Registrar Agreement) تتيح لها تسجيل أسماء المواقع العليا العامة التي ترغب بتقديم خدمات التسجيل لها.

(١) يبلغ عدد المسجلين لأسماء المواقع حوالي ثمانين مسجلاً يعملون في دول مختلفة. وهناك ما يقارب من ١٧٠ معتمدين من قِبَلِ الآيكان لتسجيل أسماء المواقع. لتتبع الشركات المعتمدة من قِبَلِ الآيكان لتسجيل أسماء المواقع يمكن زيارة عنوان موقع الإنترنت الآتي:

<http://www.icann.org/registrars/accredited-list.html>

(٢) من بين الالتزامات المترتبة على الجهة المسؤولة عن التسجيل بموجب هذه الاتفاقية الالتزام بالسماح للمسجل أو الشركة المسجلة بالدخول للنظام الخاص بالجهة المسؤولة عن التسجيل لتسجيل اسم الموقع العالمي العام (gTLDs)، والالتزام الشركة المسجلة بأن تظل معتمدة من قِبَلِ (الآيكان)، وأن تدفع الأجر المتفق عليها للجهة المسؤولة عن التسجيل وكافة الشروط الأخرى الواردة في هذه الاتفاقية.

وتقدم هذه الشركات المعتمدة خدمات التسجيل حسب سياسات وشروط التسجيل التي تضعها في هذا الخصوص والتي يجب أن تكون متوافقة بطبيعة الحال مع السياسات العامة التي تضعها الآيكان والجهات المسؤولة عن التسجيل.

خامساً: إجراءات تسجيل أسماء مواقع الإنترنت:

(Registration Procedures for Domain Names):

تختلف إجراءات التسجيل التي يجب اتباعها بحسب الجهة التي يجب تسجيل اسم الموقع لديها ونوع الموقع المرغوب تسجيله، سواء كان عاماً غير متعلق بدولة (gTLDs) أو خاصاً متعلقاً بدولة معينة (ccTLDs). ويمكن تقسيم إجراءات تسجيل أسماء المواقع إلى قسمين حسب نوع اسم الموقع المتبع تسجيله وذلك كما يأتي:

١) تسجيل أسماء المواقع العليا العامة (gTLDs)

يمكن تسجيل أسماء المواقع العليا العامة باتباع الخطوات الآتية:

١. يدخل عادة الشخص الراغب بتسجيل اسم الموقع إلى موقع الشركة المعترف بها والمصرح لها بالتسجيل من قِبَلِ (الآيكان)، ويقوم بالتأكد من توافر أو عدم توافر اسم الموقع الذي يرغب بتسجيله عن طريق البحث في قواعد البيانات التي يوفرها الموقع أو قواعد البيانات

(whois) حسب الأحوال.

٢. يقوم الشخص الراغب بالتسجيل بفتح حساب له (account) مع الشركة المسجلة يتضمن معلومات متعلقة بشخصه (إسمه الأول، العائلة، عنوانه، رقم هاتفه، الفاكس، بريده الإلكتروني) ويختار اسم مستخدم خاص به (Login user) وكلمة سر حتى يستطيع معاودة الدخول للحساب في أي وقت يشاء.

٣. بعد أن يجد الشخص الراغب بالتسجيل أن اسم الموقع غير محجوز أو مسجل باسم شخص آخر، أو بعد أن يختار اسم الموقع الجديد في حالة كون الإسم مسجلاً سابقاً، يعبئ هذا الشخص طلب التسجيل أو الحجز (Registration form) ويدخل البيانات الخاصة به ومن ضمنها اسمه وعنوانه الذي يتيح الاتصال به ويذكر المسائل الفنية أيضاً المتعلقة بالخادم الرئيسي (Primary Name Server) أو الثانوي (Secondary Name Server) العائد له أو لغيره وعنواني بروتوكولي الانترنت (IP Address) المرتبط بهما.

٤. يحدد الشخص الراغب بالتسجيل وسيلة دفع مناسبة له عادة ما تكون بطاقة ائتمان credit card سواء كانت فيزا أو ماستر أو انترنت كارد ((Internet credit card, Master card, visa)، ويوافق على بنود اتفاقية تسجيل اسم الموقع المبرمة بينه وبين الجهة المسجلة

(Domain Name Registration Agreement).

٥. تظهر رسالة للمسجل تتيح له التأكد من المعلومات التي سجلها وتقوم الجهة بالتأكد من وجود رصيد له كافٍ له لشراء اسم الموقع في بطاقة الدفع التي حددها، ويمنح اسم الموقع حسب السياسة الخاصة بالشركات المسجلة لأسماء المواقع.

(٢) تسجيل أسماء المواقع الوطنية (ccTLDs):

١. يقوم الشخص الراغب بتسجيل اسم الموقع بزيارة موقع الجهة المخولة بالتسجيل في الدولة التي يرغب بتسجيل اسم الموقع لديها، ويطلع على طلب التسجيل وشروطه بعد أن يقوم بالبحث عن اسم الموقع الذي يرغب بتسجيله في قواعد البيانات الخاصة بموقع الجهة المسؤولة عن التسجيل^(١).

٢. قد تتطلب بعض الجهات من الشخص الراغب بالتسجيل الحضور شخصياً إليها لإتمام عملية التسجيل، وقد لا تتطلب ذلك بحيث يكون تسجيل اسم الموقع إلكترونياً على الانترنت فيحال لخطوات

(١) قد توفر بعض الجهات قواعد البيانات الخاصة بما فوراً على الانترنت مثل مركز المعلومات الوطني الأردني <http://www.nis.gov.jo> الذي يمكن البحث من خلاله في كون اسم الموقع مسجلاً أم لا على العنوان: http://www.nis.jo/pls/dns/jo_domains

التسجيل الواردة في الحالة الأولى^(١).

سادساً: ما يمكن تسجيله كأسماء مواقع:

تشتت الجهات المسجلة لأسماء المواقع سواء كانت أسماء مواقع عليا عامه أم أسماء مواقع وطنية مكونه من رموز الدول شروطاً معينه للتسجيل يتحتم على طالب تسجيل اسم الموقع الالتزام بها وإلا تعرض طلب تسجيله للرفض وذلك على النحو السابق بيانه. وعلى الرغم من اختلاف ما يمكن وما لا يمكن تسجيله من جهة مسجله لأخرى فإنه يمكننا إجمالاً أن نقول انه يسمح بتسجيل الحروف الأبجدية اللاتينية (A-Z) والأعداد (٠-٩) و النقطه (.) و (-) ولا يمكن تسجيل (&) ولا الرمز (@) المستخدم للبريد الالكتروني (e-mail). ويبلغ عدد الأحرف التي يمكن تسجيلها كاسم موقع عالي عام ستاً وستين حرفاً^(٢).

(١) تختلف إجراءات تسجيل أسماء المواقع الوطنية في الوطن العربي من جهة لأخرى حسب نوع الجهة التي تتولى تسجيل اسم الموقع الوطني المطلوب تسجيله. ففي المغرب وتونس والأردن وسوريا تتولى جهات تابعة للحكومة التسجيل. أما في ليبيا والإمارات العربية المتحدة فتتولى التسجيل جهات خاصة. وفي لبنان يتولى التسجيل جهة أكاديمية وهي الجامعة الأمريكية في بيروت. وقد تكون هذه الجهات أيضاً منظمات غير ربحية كما هو الحال في دول أستراليا والنمسا وفرنسا والمملكة المتحدة. انظر مشروع البروفسور (Michael Geist) من جامعة اتوا، بكندا حول تحديد الجهات المسؤولة عن تسجيل أسماء المواقع الوطنية في العالم على عنوان الانترنت الآتي: <http://www.cctldinfo.com/>

(٢) See Domain names & trademarks, The Institute of Trademarks Attorneys (ITMA), available at http://www.itma.org.uk/pdf_downloads/publications/fs-domain-names.pdf

سابعاً: ما يمكن عمله باسم الموقع المسجل؟

عندما يكون اسم الموقع مفعلاً (active) فإنه يستخدم إما للإشارة لموقع معين (Pointing to a website) كما سبق أن أوضحنا عند حديثنا عن نظام أسماء المواقع أو للاستخدام كبريد إلكتروني (e-mail) مشتق من اسم الموقع المسجل أو للتحويل (Assign) من شخص لآخر.

وتختلف الإجراءات التي تتبعها جهات التسجيل لنقل ملكية أسماء المواقع^(١) من شخص أو شركة لأخرى. ولكن من الطبيعي أن يشترط التقدم بطلب لجهة التسجيل سواء كان ذلك عن طريق تعبئة نموذج معد خصيصاً قد يكون متوفراً في الموقع الإلكتروني العائد لهذه الجهة أو إرسال رسالة بالبريد الإلكتروني إلى عنوانها للتأكد من مرسل الرسالة وقد يطلب وثائق معينة لذلك^(٢).

ويجب ختاماً أن نذكر أنه قد أصبح لأسماء المواقع قيمة مالية كبيرة، فقد اشترت شركة (Recruitment and Selection Agency TMP) اسم الموقع www.jobs.com بمبلغ ٨٠٠,٠٠٠ دولاراً وقد بيع اسم الموقع

(١) وتسمى اتفاقية تحويل اسم الموقع (Domain Name Assignment Agreement). وطرفا هذه الاتفاقية هما الشخص الذي يرغب بتحويل اسم الموقع (Transferring Party) والشخص الذي سينقل اسم الموقع له (Receiving Party). وعادة ما يقوم المحامون بإعداد هذا النوع من الاتفاقيات التي لا بد أن تتضمن الغاية المتوخاة منها وحقوق الطرفين كلا منهما في مواجهة الآخر. لمزيد من التفاصيل حول اتفاقيات الإنترنت انظر: J. Dianne Brinson & Mark F Radcliffe, Internet Legal Forms for business, Ladera Press, USA, 1997

(٢) See Nicola Wood, conflict between domain names and trademarks, Trade marks in cyberspace course materials, September 19-20, 2002-Brussels, Belgium

www.business.com لشركة Ecomapnies بمبلغ ٧,٥ مليون دولار في عام ١٩٩٩ واسم الموقع s.comdrugwww. بمبلغ ٨٠٠,٠٠٠ دولار واسم الموقع www.altavista.com. بمبلغ ٣,٣ مليون دولار واسم الموقع www.wallstreet.com. بمبلغ ١ مليون دولار^(١).

ثامناً: عدد أسماء المواقع المسجلة:

سجل أول اسم موقع www.symbolics.com في سنة ١٩٨٥. وقد بلغ عدد أسماء المواقع المسجلة منذ ذلك العام وحتى تاريخ نوفمبر ٢٠٠٢ أكثر من ٥٠ مليون اسم موقع، ٣٠ مليون منها عبارة عن أسماء مواقع عليا عامة (gTLDs) والباقي أسماء مواقع وطنية مكونة من رموز الدول (ccTLDs)^(٢).

المطلب الثاني

التفريق بين أسماء المواقع والعلامات التجارية

بعد أن حددنا ما المقصود باسم الموقع ينبغي أن نحدد المقصود بالعلامة التجارية وأن نفرق بينها وبين أسماء المواقع.

-
- (١) See Henry R. Cheesman, Business law, prentice – Hall, 2001, p 355.
(٢) See Domain names & trademarks, The Institute of Trademarks Attorneys (ITMA), available at:
http://www.itma.org.uk/pdf_downloads/publications/fs-domain-names.pdf

تعرف العلامة التجارية (trade mark) بأهما كل ما يأخذ شكلاً مميزاً من أسماء أو كلمات أو حروف أو أرقام أو رسوم أو رموز أو صور أو نقوش وتستخدم إما في تمييز بضاعة أو منتج أو خدمة^(١). ويبين الجدول التالي الفروقات بين العلامات التجارية وأسماء المواقع وذلك كالآتي:

العلامات التجارية	أسماء مواقع الانترنت
١. يمكن تسجيل نفس العلامة التجارية من قِبَل أكثر من شخص لتمييز بضائع ومنتجات مختلفة شريطة ألا تكون مترابطة.	١. لا يسمح بتسجيل اسم الموقع من قِبَل أكثر من شخص، فكل اسم موقع فريد بحد ذاته. مثال: لا يمكن أن يسجل شخص اسم الموقع www.example.com وبأي شخص آخر ويسجل نفس اسم الموقع www.example.com
٢. تسجيل العلامات التجارية يكون مرتبطاً ببضائع أو خدمات معينة.	٢. لا يكون التسجيل مرتبطاً ببضائع أو خدمات معينة ولكن قد يكون مرتبطاً بدولة معينة بالنسبة لأسماء المواقع الوطنية. (تسجيل اسم موقع وطني للأردن) (JO)
٣. الغرض من تسجيل العلامة تحاشي الخلط في ذهن الجمهور بين السلع والخدمات المماثلة أو المرتبطة معها والتي لا تميزها العلامة المسجلة.	٣. الغرض من التسجيل الإشارة لموقع معين.
٤. قبل أن تسجل العلامة التجارية لابد من إجراء بحث فيما إذا كانت العلامة مسجلة أم لا ويسمح بتقديم الاعتراضات	٤. يجري البحث فيما إذا كان هناك اسم موقع متطابق مع اسم الموقع المسجل ولا يوجد اي نوع من الاعتراضات.

(١) عرف قانون العلامات التجارية الأردني رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢ والقانون المعدل رقم ٣٤ لسنة ١٩٩٩ في المادة ٢ منه العلامة التجارية بأنها "أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره.

	من قبل أصحاب العلامات التجارية المتشابهة مع العلامة التجارية التي يراد تسجيلها.
٥. لا تُعدُّ حقاً من حقوق الملكية الفكرية.	٥. تُعدُّ حقاً من حقوق الملكية الفكرية.
٦. لا يكتسب المسجل لاسم الموقع أي حق قانوني بخصوص اسم الموقع وكل ما يكتسبه هو إشارة اسم موقعة لموقعة طوال مدة تسجيله لاسم الموقع.	٦. في حالة التسجيل يكون لمالك العلامة حقاً قانونياً يمكنه من منع الآخرين من تقليد علامته بالنسبة للأصناف (الفئات) التي سجلت تحتها في الدولة التي سجلت فيها هذه العلامة.

الفصل الأول

صور المنازعات حول العلامات التجارية و أسماء المواقع

trademarks &Types of disputes Over Domain Names

تتمثل أغلب صور المنازعات حول العلامات التجارية و أسماء المواقع بتسجيل أسماء مواقع متطابقة أو متشابهة مع العلامات التجارية. ويأخذ ذلك عدة صور سنتولى معالجتها باختصار وذلك كما يأتي:

المطلب الأول

تسجيل اسم موقع متطابق مع علامة تجارية

(Cyber squatting) (Domain-grabbing) (Cyber-piracy)

(Domain Name Piracy) (Domain Name Hijacking)⁽¹⁾

يعدُّ هذا النوع من أكثر الاعتداءات شيوعاً خصوصاً في فترة بداية انتشار الانترنت عندما لم تكن الشركات مدركة لأهمية أن يكون لها وجود على الشبكة، إذ سارع كثير من الأشخاص⁽²⁾ بتسجيل العلامات التجارية المشهورة

(1) For further cyber law terminology and specially those related to domain names please visit the domain name handbook website at:

<http://www.domainhandbook.com/gloss.html>.

(2) يسمى هؤلاء الأشخاص بالمضاربين أو المحتلين (speculators or squatters) لأنهم يسجلون العلامات التجارية العائدة للشركات كأسماء مواقع ولا يقومون باستخدامها ولا

العائدة للشركات التجارية الكبرى كأسماء مواقع، وطلبوا من هذه الشركات مبالغ كبيرة^(١) حتى يقوموا بالتنازل عن أسماء المواقع المحتوية على علاماتها التجارية. وقد كانت هذه الشركات ترضخ في البداية لهذه الطلبات عندما لم تكن الأمور واضحة بالنسبة لهذا النوع من الاعتداءات، إلا أن ظهور السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء المواقع (UDRP) قلل كثيراً من هذه الاعتداءات. وبفضل هذه السياسة استعادت هذه الشركات أسماء مواقعها التي تحتوي على علاماتها التجارية^(٢).

ولبيان ذلك نشير إلى قضية Philip Morris Vr9.net رقم (D2003-0004) التي قام المسجل لاسم الموقع (Registerant) فيها بتسجيل العلامة التجارية (Marlboro) المشهورة التي تملكها الشركة المشتكية كاسم موقع omoro.cwww.marlb مما حدا بهذه الشركة أن تطلب من الجهة التي تقوم بحل منازعة أسماء المواقع (الوايو) أن تحول اسم الموقع المسجل من قبل المشتكى في حقه (Respondent) لها وقد قضى الفريق المعين (panelist) للنظر في هذه

يؤسسون مواقع لها ولكنهم يتوقعون أن يبيعوها أو يؤجروها للشركات التي قد تكون أحق منهم بتسجيلها.

- (١) Please see the INTA 122 Annual meeting CD ROM and the papers presented to that meeting by Jorge amendi, Greert Glas, Duto V.L Kandan, entitled Internet and Famous Trademarks, WIPO and Beyond.
- (٢) عرضت على مركز الويبو للتحكيم والوساطة أول قضية خاصة بأسماء المواقع رقم (D99-001) في سنة ١٩٩٩.
- وهي القضية World Wrestling Federation Entertainment, Inc. v. Michael Bosman المنشورة على عنوان الإنترنت الآتي:
<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/1999/d1999-0001.html>.

القضية بضرورة تحويل اسم الموقع للشركة المشتكية وذلك لتطابقه مع علامتها التجارية^(١).

لاحظ في مثل هذا الاعتداء أن الشخص المسجل قام بتسجيل العلامة التجارية (Marlboro) كما هي كاسم موقع ولم يدخل عليها أي تغيير. وهذا هو النوع الأول من الاعتداء، فالمسجل يسجل العلامة كما هي من دون إضافة تذكر.

ومثال آخر على هذا النوع من الاعتداء القضية Harrods Limited v. Walter Wiczorek رقم (D2003-0004) التي قام المشتكي في حقه بتسجيل العلامة التجارية المشهورة (HARRODS) التي تملكها الشركة المشتكية كاسم موقع www.harrods.tv وبعد ثبوت سوء نية الشخص المشتكي في حقه وعدم قدرته على إثبات شرعية تسجيله لاسم الموقع المسجل، حكم الفريق (panelist) الوحيد بإعادة اسم الموقع للشركة^(٢).

لاحظ في هذا المثال أنه قد تم تسجيل العلامة التجارية التي تملكها شركة (Harrods Limited) من دون تغيير يذكر كاسم موقع وطني (tv) (جزيرة توفالد) وليس اسم موقع عالي عام كما في المثال الأول.

(١) لتتبع المزيد عن هذه القضية يمكن زيارة عنوان الانترنت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html2003/d2003-0004.html>.

(٢) لتتبع المزيد عن هذه القضية يمكن زيارة عنوان الانترنت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/dtv2001-0024.html>

وفي قضية Sony corporation V RK Enterprises رقم (FA 0011000096109) التي عرضت على مجمع التحكيم الوطني (National Arbitration forum NAF) قام المسجل لاسم المواقع بتسجيل العلامة التجارية التي تملكها الشركة المشتكية (SONY) وهي (WALKMAN) كاسم موقع www.walkman. وقد طلبت الشركة المشتكية تحويل واستعادة اسم الموقع المسجل، وذلك لان زبائن الشركة سوف يعتقدون أن الموقع له علاقة ببضائع ومنتجات الشركة وانه ليس للمسجل حق بالتسجيل وهو يهدف من تسجيله الاعتماد على شهرة العلامة التجارية (WALKMAN) في جلب الزوار لموقعه. وبما أن الشركة المشتكية (Complainant) أثبتت ما يلزم إثباته وفق السياسة الموحدة لحل منازعات أسماء المواقع فان الفريق المعين في هذه القضية حكم بضرورة إعادة اسم الموقع المسجل للشركة المشتكية^(١).

ومن الأمثلة التطبيقية الأخرى على مثل هذا النوع من الاعتداءات تسجيل اسم موقع www.adidas.com^(٢) المتطابق مع العلامة التجارية (ADIDAS)

(١) يمكن تتبع تفاصيل هذه القضية منشورة على عنوان الانترنت الآتي:

<http://www.arb-forum.com/domains/decisions/96109.htm>.

وانظر أيضاً القضية Motorola, Inc. v Geoff Brien Claim رقم (FA0011000095907) على عنوان الانترنت الآتي:

<http://www.arb-forum.com/domains/decisions/95907.htm>.

(٢) انظر القضية التي نظرها مركز الويبو للتحكيم والوساطة (WAMC) رقم (D 2002-0951) والتي رفعتها شركة (Toyota Motor Sales U.S.A Inc) ضد John Zuccarini, Cupcake والمنشورة على العنوان الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2002/d20020951.html>.

واسم الموقع www.toyota.com^(١) المتطابق مع العلامة التجارية (TOYOTA) واسم الموقع www.pentium.net^(٢) المتطابق مع العلامة التجارية (PENTIUM) واسم الموقع www.price-waterhouse-corpers.net المتطابق مع العلامة التجارية (PRICE WATER HOUSE COPERS)^(٣) واسم الموقع www.unix.org المتطابق مع العلامة التجارية (UNIX)^(٤) واسم الموقع www.sunkist.biz المتطابق مع العلامة التجارية (SUNKIST)^(٥) واسم الموقع www.giorgio-armani.org المتطابق مع العلامة التجارية (GIORGIOARMANI)^(٦) واسم الموقع www.talalabughazaleh.org

(١) انظر القضية التي نظرها مركز الويبو للتحكيم والوساطة (WAMC) رقم (D2002-0951) والتي رفعتها شركة (Toyota Motor Sales U.S.A Inc) ضد (John Zuccarini, Cupcake Patrol المنشورة على العنوان الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2002/d2002-0951.html>.

(٢) انظر القضية (Intel Corporation V X 90) التي نظرها مركز الويبو للتحكيم والوساطة (WAMC) رقم (D2002-0010) والمنشورة على العنوان الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2002/d2002-0010.html>.

(٣) انظر القضية (PWC Business Trust V CEST SA) التي نظرها مركز الويبو للتحكيم والوساطة (WAMC) رقم (D2001-0359) والمنشورة على عنوان الإنترنت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-0359.html>

(٤) انظر القضية (Open Company Limited V Marshall Sorenson) التي نظرها مركز الويبو للتحكيم والوساطة (WAMC) رقم (D2002-0010) والمنشورة على عنوان الإنترنت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2002/d2002-0297.html>

(٥) انظر القضية (Sunkist Growers, Inc V Mayfung) التي نظرها مركز الويبو للتحكيم والوساطة (WAMC) رقم (D 2002-0410) والمنشورة على عنوان الإنترنت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2002/d2002-0217.html>

(٦) انظر القضية (GA Mode fine S.A V Name Zero.com) التي نظرها مركز الويبو للتحكيم والوساطة (WAMC) رقم (D2001-0031) على عنوان الإنترنت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-0331.html>

المتطابق مع العلامة التجارية (TALA ABU GHAZALEH) ^(١) واسم الموقع www.americaonline.net المتطابق مع العلامة التجارية (AMERICANONLINE) ^(٢) واسم الموقع www.marriot.com المتطابق مع العلامة التجارية (MARRIOT) ^(٣) واسم الموقع www.pepsicola.com المتطابق مع العلامة التجارية (PEPSI COLA) ^(٤). وقد يقوم الشخص المسجل بعرض بيع اسم الموقع المسجل على شركه منافسة للشركة التي سجل علاماتها التجارية كاسم موقع لإجبار هذه الشركة على شراء اسم الموقع الذي سجله، وقد يحاول بيع اسم الموقع في المزاد العلني في المواقع المخصصة لذلك ^(٥).

- (١) انظر القضية رقم (D 2001-0907) التي رفعتها شركه طلال أبو غزالة الدولية (Talal Abu Ghazaleh International) وغيرها ضد (Fadi Mahassel) والتي نظرها مركز الويسو للتحكيم والوساطة (WAMC) والمنشورة على عنوان الإنترنت الآتي: <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-0907.html>
- والقضية رقم (D2000-1479) التي رفعتها نفس الشركة ضد Tony Dabbas and Fadi Mahassel والمنشورة على عنوان الإنترنت الآتي: <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-1479.html>.
- (٢) انظر القضية America on line, Inc V Aveasya yayincilick Danismanlik Ltd. رقم (FA000200093679) التي نظرها مجمع التحكيم الوطني (National Arbitration Forum) والمنشورة على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.arb-forum.com/domains/decisions/93679.htm>.
- (٣) انظر القضية Marriott International, Inc. v Momm Amed رقم (FA99737) التي نظرها مجمع التحكيم الوطني (NAF) والمنشورة على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.arb-forum.com/domains/decisions/94737.htm>.
- (٤) انظر القضية PepsiCo, Inc.v Datasphere Ltd رقم (FA0102000096695) التي نظرها مجمع التحكيم الوطني على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.arb-forum.com/domains/decisions/96695.htm>.
- (٥) من هذه المواقع الكثيرة نذكر على سبيل المثال: www.greatdomains.com و <http://www.domains.com>.

وقد يقوم أحد الأشخاص المتطفلين (Parasite) بتسجيل العلامة التجارية العائدة للشركة كاسم موقع، ويؤسس موقعاً يبيع فيه منتجات أقل جودة من المنتجات التي تباعها الشركة بالاعتماد على شهرة العلامة التجارية المملوكة للشركة^(١).

ولا يقتصر هذا النوع من الاعتداء على العلامات التجارية على تسجيل أسماء المواقع العليا العامة (gTLDs) كما بينا سابقاً، بل قد يتم الاعتداء على العلامات التجارية عن طريق تسجيل أسماء المواقع المكونة من رموز الدول^(٢) (ccTLDs) مثل تسجيل اسم الموقع الوطني www.harrodsonline.co.uk^(٣)

(1) See Ira.S. Natherson, Show down at the domain name corral property rights and personal jurisdiction over squatters, poachers and other parasites, 58 U. Pitt. L Rev(1997) 991 available at

<http://www.nita.doc.gov/ntihome/domainname/13dfmail/bartel.htm>

(٢) لتقليل منازعات أسماء المواقع المكونة من رموز الدول، انظر الوثيقة التي أعدها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) والمعنونة "أفضل الإجراءات لتفادي منازعات الملكية الفكرية بشأن الحقول العليا المكونة من رموز البلدان وتسويتها" - ٢٠ يونيو / حزيران ٢٠٠١ على العنوان التالي:

<http://ecommerce.wipo.int/domains/cctlds/bestpractices/bestpractices-ar.doc>

See also WIPO Conference on Intellectual property Questions Relating to the CCTLDs, Geneva, February 2001.

وانظر أيضاً محمد حسام لطفي، " النزاع بين أسماء المواقع على الإنترنت والعلامات التجارية" - ندوة الويبو الوطنية عن آخر التطورات في مجال الملكية الفكرية التي عقدت في مسقط بتاريخ ٢٠-٢١ أكتوبر ٢٠٠٢

(٣) انظر القضية التي رفعتها شركة (Harrods) الشهيرة ضد (George Wilson) والمنشورة على عنوان الإنترنت التالي: <http://www.nic.uk/drs/decisions/harrods-v-wilson.html>

وللتبعية قضايا أسماء المواقع التي عرضت على المحاكم الإنجليزية مثل:

- (١) www.playstation.com.tw المتطابق مع العلامة التجارية (HARRODS) وتايوان
- (٢) www.browne.co.ca المتطابق مع العلامة التجارية (PLAYSTATION). وكندا
- (٣) www.playstation.fr المتطابق مع العلامة التجارية (BROWNE) وفرنسا

Bell Atlantic Corp & Anr V Bell Atlantic Communication Plc & An 1999
والقضية:
British Communication PLC & Ors V One In A Million
والقضية:
(Bikemart V Gallaghe & Williams 1999)
والقضية:
(Flowers Inc V Phonenames Ltd 2000)

انظر:
"Domain names – where are all the cases"? Published in Managing Intellectual Property Magazine, available at <http://www.brandslaw.com/download/domainnamescases.pdf> Visited on 24-4-2002 and visit the Law firm field Fisher Water House website at <http://www.ffwlaw.com>.

(١) لاحظ مدى التوافق بين العلامة التجارية (PLAYSTATION) وبين اسم الموقع المسجل www.playstation.com.tw من حيث ترتيب الأحرف واللفظ والمعنى المستخدم، انظر القضية رقم (STLC2001-013) التي نظرها مركز القانون للعلوم والتقانة (The Science & Technology Law Center) في تايوان والمعين من قبل الجهة المسجلة لأسماء مواقع تايوان الوطنية (Taiwan Network Information Center) لحل منازعات أسماء المواقع، وانظر النشرة القانونية التي تصدرها شركة المحاماة التايوانية المتخصصة في قوانين الملكية الفكرية Joanne Lue, TIPLO Review, October 2002, vol 14 ويمكن زيارة موقع الشركة على العنوان الآتي:

<http://www.tiplo.com>

(٢) انظر القضية (Browne and Co Ltd V Bluebird industries) والمنشورة على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.resolutioncanada.ca/en/decisions/Eco-0208822-001005.pdf>

ويمكن زيارة موقع الجهة المسجلة لأسماء المواقع في كندا (Canadian Internet Registration Authority) على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.resolutioncanada.ca> وتتلخص وقائع القضية التي رفعتها المدعية مجموعة شركات (SONY) ضد المدعى عليها (SIX) التي قامت بتسجيل اسمي موقعين متطابقين مع علامات المدعية وعرضت في الموقعين المؤسسين المنتوجات الخاصة بالمدعية من دون علمها وقبولها. وقد حكمت المحكمة الفرنسية بنقل اسمي الموقعين للمدعية وان لا تقوم المدعى عليها ببيع المنتوجات الخاصة بالمدعية في موقعها المؤسس.

المتطابق مع العلامة التجارية (PLAYSTATION) وألمانيا www.shell.de (1) المتطابق مع العلامة التجارية (SHELL).

وبررت المحكمة حكمها ان الموقعين المؤسسين من قبل المدعي عليها سوف يخلقان اللبس في ذهن زبائن المدعية وزوار موقعها ويجعلهم يعتقدون أنهما مرتبطان بالمدعية.

See “ French courts rule in favour of Sony play station Domain name case “ available at <http://www.elexica.com/index15.htm>

ويضيق المجال في هذا المقام للحديث عن القضايا الأخرى التي عرضت على المحاكم الفرنسية بخصوص الاعتداء على العلامات التجارية في الفضاء الإلكتروني عن طريق تسجيل أسماء مواقع متشابهة أو متطابقة معها، ويمكننا القول ان القضاء الفرنسي استقر على أن قانون العلامات التجارية يحمي العلامة التجارية المعتدى عليها عندما تكون العلامة التجارية مسجلة قبل تسجيل اسم الموقع. ففي مثل هذه الأحوال يمكن رفع دعوى ضد اسم الموقع المسجل (AtlantelCase). ولكن حماية العلامة التجارية ليست فورية بل يجب ان تكون العلامة التجارية متشابهة في المنتجات والخدمات مع الموقع المؤسس وفي حالة عدم تحقق هذين الشرطين فإنه يمكن للمتضرر من الاعتداء على علامة تجارية رفع دعوى المنافسة غير المشروعة خصوصاً عندما تكون العلامة المسجلة كاسم موقع ذات شهرة عالمية مثل القضايا التالية، (L’oreal, Lancome Altavista Cases)، انظر: . Graham Smith OP.Cit, p 12

ولتتبع موقف القضاء الفرنسي من أسماء المواقع انظر:

Eric Franchi, La droit des marques aux frontières du virtual available at <http://www.lex-electronica.org/articles/v6-1/franchi.htm>

(1) لتتبع القضايا التي عرضت على المحاكم الألمانية والخاصة بهذا النوع من الاعتداء على العلامات التجارية انظر:

Sibylle Gierschmann, Responsibility on the internet, competition law, domain grabbing and e-mail advertising, 53-57, Internet and E-commerce, Beiten Burkhardt Mittl & Wegner and visit the German international law firm website at <http://www.bblp.de>

وانقسمت المحاكم الألمانية حول اعتبار أسماء المواقع حقوق ملكية خاصة يجوز حجزها عليها وفقاً لقانون الإجراءات الجزائية الألماني، فقد رأت محكمة إيسن الألمانية إمكانية حجز أسماء المواقع موضحة أنها ذات طبيعة خاصة لأنه يمكن نقلها وأنها ممتلكات ثمينة يمكن بيعها وشراؤها وإيجارها وعرضها في المزاد. أما محكمة ميونخ فقد رأت خلاف هذا الرأي، إذ أنها وجدت أن هناك فرقاً بين أسماء المواقع وحقوق الملكية الفكرية الأخرى مثل براءات الاختراع والعلامات التجارية وان القانون لم ينص على اعتبارها حقوقاً وان إجراءات التسجيل لدى الجهة المسؤولة عن التسجيل في ألمانيا وشروط التسجيل لديها لا تكفي للإعتراف لمسجل اسم الموقع بحقوق معينة. إما محاكم ديسلدورف فقد وجدت أن أسماء المواقع تعد حقاً خاصاً لأن لها قيمة مالية كبيرة وانه يمكن نقلها وبيعها وتأجيرها، انظر:

المطلب الثاني تسجيل اسم موقع متشابه مع علامة تجاريه (Typosquatting) (Piracy-Typo)

وهذه هي الصورة الثانية من صور الاعتداء على العلامة التجارية، وفيها يستخدم شخص ما بعض الحيلة في تسجيل اسم موقع شبيه أو متماثل إلى حد كبير (وليس متطابقاً كما هو الحال في الصورة الأولى) مع العلامة التجارية العائدة للشركة، وذلك عن طريق إدخال تعديل طفيف على إحدى حروف العلامة التجارية التي يسجلها كاسم موقع^(١) أو إضافة كلمة للعلامة التجارية العائدة للشركة ويسجلها كاسم موقع^(٢). مثال على ذلك تسجيل اسم الموقع www.yafoo.com أو اسم الموقع www.misrosoft.com.

Germany Courts Divided on Internet Domain Names and Property Rights – National Reports, EIPR, Vol 24, Issue 7 July, N – 110 =

وانظر أيضاً موقع شركة المحاماة الإنجليزية الألمانية (TaylorWessing) التي اندمجت مؤخراً. لتتبع التطورات في قوانين الإنترنت والتجارة الالكترونية الألمانية انظر عنوان الإنترنت الآتي:

<http://www.taylorwessing.com.index.html>

لمعرفة المزيد عن منازعات أسماء المواقع الوطنية، انظر أيضاً Diane Cabell, Foreign Domain Name Disputes, the computer & internet lawyer, vol 10, p5 no 17 <http://www.mama-tech.com/foreign.html> visited on 16-11-2002

(١) Lisa T Oartz, Trademarks on the internet, available at <http://www.perkinscoie.com/resource/ecommm/trademarks.htm> visited on 7-9-2002

(٢) انظر القضية رقم (HK 0200010) التي نظرت أمام مركز التحكيم الآسيوي في هونغ كونج (Hong Kong office of Asian Domain Name Dispute Resolution Center ADNDRC) والتي رفعتها مجموعه الشركات القابضة الأسترالية (Raine and

لاحظ إدخال الحرف (f) بدلاً من الحرف (h) في المثال الأول والحرف (s) بدلاً من الحرف (c) في المثال الثاني.

ومن القضايا التي عرضت على مركز الويبو للتحكيم والوساطة (WIPO Arbitration and Mediation Center) والخاصة بهذا النوع من الاعتداء، القضية رقم (D2002-0567) التي رفعتها شركته (Microsoft Corporation) ضد (Seventh Summit) الذي قام بتسجيل اسم الموقع www.hotmail.com المتماثل مع العلامة التجارية (HOTMAIL) التي تملكها الشركة وقد قضى المركز بنقل اسم الموقع للشركة المشتكية⁽¹⁾ لاحظ في هذا المثال أن المسجل لم يسجل اسم الموقع www.hotmail.com ولكن سجل اسم الموقع www.hotmail.com من دون إضافة النقطة التي تفصل www عن hotmail.

ومن هذه القضايا أيضاً القضية رقم (D2001-0362) المرفوعة أمام مركز الويبو للتحكيم والوساطة (WAMC) من نفس الشركة (Microsoft Corporation) ضد المسجل لاسم الموقع Charlie Brown وذلك لاستعادة

(Horne Holding P/L) ضد المسجل (Daniel Waldron) الذي قام بتسجيل العلامة التجارية العائدة للشركة المسجلة في أستراليا (Raine and Horne) مع إضافة كلمة تجاري (commercial) كاسم موقع. www.raineandcommercial.com وقد حكم المركز بإعادة اسم الموقع للشركة لثبوت سوء نية الشخص المسجل لاسم الموقع الذي أراد بيع اسم الموقع المسجل للشركة المشتكية، انظر القضية منشوره على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.adndrc.org/icann/ipdecision.nsf/fo47c3e4e8d7221c48256ab00028>.

(1) انظر تفاصيل هذه القضية منشوره على عنوان الإنترنت الآتي: <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2002/d2002-0567.html>.

اسم الموقع www.microsoft.com المتماثل بدرجة تثير اللبس مع العلامة التجارية (MICROSOFT) (١)، والقضية رقم (D2002-0516) المرفوعة أمام مركز الويبو للتحكيم والوساطة من قبل شركة (Amazon.Com Inc) ضد Korothkov Victor الذي قام بتسجيل اسم الموقع www.ammazon.com المتشابه مع العلامة التجارية (AMAZON) العائدة للشركة المشتكية (٢). والقضية المرفوعة من قبل شركة (LYCOSS) ضد المسجل الذي قام بتسجيل اسم الموقع المتشابه مع العلامة التجارية (Lycoss) العائدة للشركة (٣).

(١) انظر تفاصيل هذه القضية منشورة على عنوان الإنترنت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-0362.html>

(٢) انظر تفاصيل القضية منشورة على عنوان الإنترنت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2002/d2002-0516.html>

وانظر القضايا الأخرى التي نظرها مركز الويبو للتحكيم والوساطة مثل ((The Salvation Army v. Info-Bahn, Inc. رقم (D2001-0463) منشورة على عنوان الإنترنت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-0463.html>

والقضية (Diageo plc v. John Zuccarini, Individually and t/a Cupcake Patrol) رقم (D2000-0996) المنشورة على عنوان الإنترنت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0996.html>

والقضية Standard Chartered PLC v. Purge I.T رقم (D2000-0681) المنشورة على عنوان الإنترنت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0681.html>

والقضية (Wal-Mart Stores, Inc. v. Richard MacLeod d/b/a For Sale) رقم (D2000-0662) المنشورة على عنوان الإنترنت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0662.html>

والقضية (Microsoft Corporation. v. Andrey Tumakov) (Case No. D 2002-1039) المنشورة على عنوان الإنترنت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2002/d2002-1039.html>

(٣) انظر تفاصيل هذه القضية منشورة على عنوان الإنترنت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-1015.html>

يلاحظ في القضايا السابقة أن تسجيل اسم الموقع في القضية الأولى قد تم من دون إضافة النقطة بين (hotmail) و (WWW)، أما في القضية الثانية فقد أضيف الحرف (o) وفي القضية الثالثة استبدل الحرف (n) بدلا من الحرف (m).

ويجب أن نذكر أيضاً حالة من الحالات التي يحتفظ فيها المسجل باسم الموقع الذي سجله حتى ولو كان هذا الاسم متطابقاً أو متشابهاً مع علامة تجارية تعود للغير، و تسمى هذه الحالة بقرصنة أسماء المواقع بشكل عكسي (Reverse Domain Name Hijacking) التي سنبينها فيما يأتي:

وانظر أيضاً القضايا المرفوعة أمام مجمع التحكيم الوطني (NAF) والخاصة بهذا النوع من الاعتداء على العلامات التجارية مثل القضية =Alta Vista Company V West Coast Entertainment رقم FA0007000095265 والخاصة باسم الموقع www.altavesta.com والمنشورة على عنوان الإنترنت الآتي:

<http://www.arb-forum.com/domains/decisions/95265.htm>

والقضية American Express Company v Global Marketing رقم (FA) 0102000096610 والخاصة باسم الموقع www.americamexpress.com والمنشورة على عنوان الإنترنت الآتي:

<http://www.arb-forum.com/domains/decisions/96610.htm>

والقضية Compaq Information Technologies Group, L.P v. scoh Jones رقم (FA0108000099091) والخاصة باسم الموقع www.compaqq.com المنشورة على عنوان الإنترنت الآتي:

<http://www.arb-forum.com/domains/decisions/99091.htm>

والقضية Goggle Inc. v Jon G. رقم (FA 0203000106084) والخاصة باسم الموقع <http://www.google.com/> المنشورة على عنوان الإنترنت الآتي:

<http://www.arb-forum.com/domains/decisions/106084.htm>

والقضية (AltaVista Company v J J Domains) رقم (FA0008000095499) والخاصة باسمي الموقعين www.altavista.com و www.altavisa.com المنشورة على عنوان الإنترنت الآتي: <http://www.arb-forum.com/domains/decisions/95499.htm>.

في مثل هذه الحالة، يقوم صاحب علامة تجارية مسجلة برفع شكوى أمام إحدى الجهات المختصة بالفصل في منازعات أسماء المواقع والمعتمدة من قِبَلِ منظمة منح الأسماء والأرقام على الإنترنت (الآيكان) (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers ICANN) مطالباً بحرمات صاحب اسم الموقع المسجل حسب الأصول من اسم موقعه. ولا يستند هذا الشخص المشتكي (Reverse hijacker) لمبرر مقبول يميز له قبول طلبه⁽¹⁾ (عدا عن علامته التجارية المتطابقة أو المتشابهة مع اسم الموقع المسجل، وقد لا يكون هذا بحد ذاته كافياً لاستعادة اسم الموقع المسجل). و يعلم هذا الشخص المشتكي أن الشخص المسجل لاسم الموقع يملك كل الحق في تسجيله وأنه لم يعتد على العلامة التجارية المسجلة ويصر مع ذلك على رفع الشكوى. وعندما يتم التأكد من سوء نية هذا الشخص من قبل الجهة التي رفعت إليها الشكوى، يحكم الفريق المعين بأن فعل هذا الشخص يشكل اعتداء على إجراءات حل المنازعات ويرد بذلك طلبه⁽²⁾.

- (1) Jay Hollander, The impact of Reverse Domain Name Hijacking, available at <http://www.gigalaw.com/articles/2002/hollander-2002-03.html> and Ebrhard Rhein, Reverse Domain Name Hijacking: Analysis and suggestion, EIPR, Vol 23, Issue 12, December 2001.
- (2) ومن تطبيقات هذه الصورة القضية International Inc Gold line V Gold Line رقم (D2000-1151) على عنوان الإنترنت الآتي: <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-1151.html> والقضية رقم (D2000-0993) بين Smart design و Hughes على عنوان الإنترنت الآتي: <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0993.html>

ومن التطبيقات العملية القضية رقم (D2001-0916) التي نظرها مركز الويبو للتحكيم والوساطة (WIPO Arbitration and Mediation Center) (WAMC) التي رفعتها شركة (Nestle SA) ضد شركة (Pro Fiducia Treuhand AG) لاستعادة اسم الموقع www.maggi.com الذي ادعت الشركة المشتكية (Complainant) أنه مطابق لعلامتها التجارية المسجلة المشهورة (MAGGI). ولكن الشركة المشتكي في حقها (Respondent) دافعت عن نفسها بأن لها الحق في تسجيل اسم الموقع السابق ولم تعتد على العلامة التجارية العائدة للشركة المشتكية وذلك لأن اسم الموقع مسجل باسم مديرها التنفيذي (Romeo Maggi) الذي سجل اسم الموقع باسم عائلته (Maggi). وقد أغفلت الشركة المشتكية ذكر أنها حاولت في عام ١٩٩٥ الدخول مع الشركة المشتكي في حقها في مفاوضات للتنازل عن اسم الموقع لها وكانت تعرف أنها صاحبة حق في التسجيل ومع ذلك أصرت على رفع القضية. وقد وجد الفريق أن الشركة المسجلة لاسم الموقع تملك كل الحق في تسجيلها ولم تسجله بسوء نية ولم تحكم بالتالي بنقله للشركة المشتكية ورفضت الشكوى. (١)

(١) انظر تفاصيل هذه القضية منشوره على عنوان الانترنت التالي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-0916.html>

المطلب الثالث

تسجيل اسم موقع يحتوي على علامة تجارية مع إضافة عبارات تحقيرية (Derogatory Domain Names) (Cyber-smearing) (Suck Websites) (Protest & Parody Sites)

وفي هذه الصورة من الاعتداء، يقوم أحد عملاء أو موظفي^(١) أو زبائن الشركة السابقين بالتعبير عن امتعاضه وغضبه من إحدى المنتجات التي تنتجها الشركة أو إحدى الخدمات التي تقدمها لعملائها، فيقوم بتسجيل العلامة التجارية العائدة للشركة كاسم موقع مع إضافة كلمه أو عبارة تسيء للشركة قبل الاسم أو بعده. مثل (boycott .cocola.com) أو (Ihate toyota.com) أو بعد (cocola suck.com) أو (toyotasuck.com).

لا حظ إضافة كلمة قاطع (boycott) لاسم موقع (cocoola.com) في المثال الأول و المقطع أنا اكره (I hate) لاسم الموقع (toyota.com) في المثال الثاني وإضافة الكلمة النابية (suck) لاسم الموقع (cocola.com) ولاسم الموقع (toyota.com) في المثالين الثالث والرابع.

(١) انظر القضية (Brigstone Firestone inc...v Jack Myer) رقم (D2000-0190) التي رفعتها شركة الإطارات الشهيرة (Bridgestone) ضد أحد الموظفين السابقين لديها (Jack Myer) الذي قام بتسجيل علامتها التجارية كاسم موقع www.bridgestone-firestone.net والقضية منشورة على عنوان الإنترنت التالي: <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0190.html>

ومن التطبيقات العملية لهذه الصورة من الاعتداء على العلامة التجارية القضية رقم (D2000-1015) التي رفعتها شركة (Lookheed Martin Corporation) ضد (Dan Parisi) والتي نظرها مركز الويبو للتحكيم والوساطة (WIPO Arbitration and Mediation Center) التي قام فيها المسجل بتسجيل اسمي موقعين www.lockheedsucks.com و www.lockheedmartinsucks.com متماثلين مع العلامتين التجاريتين العائدتين للشركتين (LOOKHEED) و (LOOKHEED MARTIN) مع إضافة الكلمة النابية (suck) بعد العلامتين التجاريتين اللتين تملكهما الشركة. وقد حكم اثنان من ثلاثة من أعضاء الفريق (Panelists) بأن ذلك لا يشكل اعتداء على العلامة التجارية العائدة للشركة المدعية^(١).

ومن تطبيقاتها أيضاً القضية Koninklijke Philips Electronics N.V.v. In Seo Kim رقم (D2001-1195) التي عرضت على مركز الويبو للتحكيم والوساطة (WIPO Arbitration and Mediation Center) والتي قام فيها المسجل بتسجيل اسم الموقع www.philipssucks.com الذي يتكون من

(١) انظر تفاصيل هذه القضية منشوره على عنوان الإنترنت التالي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-1015.html>

وانظر القضية Diageople v. John Zuccarini, individually and t/a cupcake patrol رقم (D2000-0996) المرفوعة أمام مركز الويبو للتحكيم والوساطة والتي قام فيها المسجل بتسجيل العلامة التجارية التي تملكها المشتكية (GUNNESS) كأسماء مواقع مسيئة كثيرة وقد حكم الفريق بإعادة هذه الأسماء للشركة المشتكية، انظر القضية: (Bloomberg Group L.P.V Seacucus) التي عرضت على مجمع التحكيم الوطني رقم (FA 010400009707) بخصوص اسم الموقع www.michaelboomborgsucks.com المتشابه مع العلامة التجارية (BLOOMBERC) على عنوان الإنترنت الآتي: <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/200/d2000-0996.html>.

العلامة التجارية (philips) مع إضافة الكلمة النابية (Suck) وقد قرر الفريق المكلف بالنظر في القضية إعادة اسم الموقع للشركة^(١).

وإمعاناً في الرغبة في الإساءة للشركة من الممكن أيضاً أن يدعي أحد الأشخاص في الموقع الذي أسسه ادعاءات كاذبة تؤثر سلباً على مكانة وسمعة الشركة، كأن يدعي أن الشركة تضع مادة سامة في منتجاتها^(٢). وقد اختلفت الآراء في تسجيل أسماء المواقع المسيئة للشركات (Derogatory Domain Names)^(٣). فقد ذهبت بعض المحاكم الأمريكية إلى أن تأسيس مواقع من هذا القبيل يندرج في إطار حرية التعبير والرأي^(٤). وبالمثل فإن موقف مركز

(١) لتتبع تفاصيل هذه القضية يمكن زيارة عنوان الانترنت الآتي:
<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-1195.html>.

(٢) Tracking Your Trademarks, IP scan, spring 2002 available at:
<http://www.netsearchers.com/index.asp?X=ipscan3&L=en>

ويمكن الاشتراك في مجلة IP Scan مجاناً عن طريق إرساله رسالة بالبريد الإلكتروني إلى
ipscan@register.com

(٣) انظر موقع www.sucks500.com الذي أنشأته مجموعة (Secaucus Group) والذي يمكن لكل شخص حاقده على السياسيين أو السياسة أو الشركات الأمريكية أن يعبر عن آرائه في هذا الموقع.

(٤) انظر القضية التي نظرتها المحاكم الأمريكية والمرفوعة من قبل شركة (Bally Total Fitness Holding Corp ضد fabet) وقد قررت المحكمة المرفوع إليها النزاع أن تسجيل اسم موقع (ballysucks.com) يندرج في إطار حرية التعبير والرأي التي كفلها الدستور الأمريكي والقضية منشورة على عنوان الانترنت الآتي:

<http://gozips.uakron.edu/~dratler/2003cyberlaw/materials/bally.htm>

انظر أيضاً بخصوص هذا النوع من الاعتداءات:

Gregory J Naples, Cybersmearing: A Legal conflict Between individuals and corporations, the journal of information law and technology (JILT), 2002, available at <http://elj.warwick.ac.uk/jilt/02-2/naples.html> Visited on 31-1-2003

الويو للتحكيم والوساطة لم يستقر على موقف محدد من هذه الاعتداءات، وهناك انقسام في آراء المحكمين بالنسبة لهذه المسألة^(١).

ومن الجدير بالذكر أن تسجيل مواقع مسيئة من هذا القبيل لا يقوم به فرد أو شخص فقط، فقد تقوم به منظمات أو جمعيات معينة مثل الجمعيات المدافعة عن حقوق الحيوانات (animal right Activists) أو المناهضة للإجهاض^(٢) (Anti abortion Activists) أو الناقدة للشركات الكبيرة. (anti Corporate activists) ويحلو للبعض أن يطلق على هذا النوع من الاعتداء المنظم بالإرهاب الإلكتروني الموجه ضد الشركات (ismTerror-berCy) لأن هذا الاعتداء لا يقتصر على تسجيل وتأسيس المواقع المسيئة للشركات الكبيرة بل يستخدم عقول أمهر وأخطر المخترقين (hackers) الخبراء في أنظمة الحواسيب (Operation Systems) المختلفة ومنها نظام (LUNIX)^(٣) للوصول لمواقع هذه الشركات واختراقها وتدميرها عن بكرة أبيها^(٤).

(١) انظر القضية (Diago Plc V Zuccarini) رقم (D 2000-1015) على عنوان الإنترنت

التالي: <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-1015.html>

(٢) أسست هذه المجموعة موقعا ووضعت فيه أسماء وعناوين الأطباء والجهات التي توفر عمليات الإجهاض وقد اتهم هؤلاء الأشخاص بالجرائم ضد الإنسانية. انظر المواقع الآتية:

www.adbusters.com والموقع www.rtmart.com

(٣) نظام لينكس (LUNIX) هو نظام تشغيل مجاني مفتوح المصدر (Open Source) يوفر كافة

مزايا أنظمة التشغيل الأخرى. وقد طور هذا النظام الطالب لينس تورفالدس في جامعه هلسنكي في فنلندا في عام ١٩٩٠. وهناك أسباب تدعو الكثيرين على تفضيله على نظام

ويندوز (Windows) منها انه نظام مجاني حيث يمكن إنزاله مجانا من الإنترنت، وهو نظام

آمن فقد بينت إحصائية أعدتها شركة (Mcafee) المتخصصة في مجال حماية الحواسيب من

الفيروسات، أنه يتوفر في بيئة ويندوز ما لا يقل عن ٥٨٠٠٠ نوع فيروس بينما لا يتوفر في

بيئة لينكس أكثر من عشرة أنواع من الفيروس والسبب الثالث هو ثبات النظام ويوفر هذا

النظام أخيرا حرية الاختيار للمستخدم فهو يُنتار واجهة الاستخدام التي يريد ويحدد شكلها

وملاحظها. ويقدر عدد مستخدمي هذا النظام في إحصائية قديمة بعدد ٣٠ مليون مستخدم،

انظر عصام بايزيدي، ما هو لينكس ولماذا يفضله الكثيرون على ويندوز؟، مجله الحاسوب

العدد ٤٩ كانون الثاني ٢٠٠١، ص ٤٠-٤٣، وانظر المواقع الرسمية الخاصة بلينكس على

المطلب الرابع

تسجيل علامة تجاربه عائدة للغير كاسم موقع عندما يتمتع المسجل
عن تجديد تسجيله للاسم

(^(٣)) (Dropped Domain Name)

عندما يسجل شخص أو شركة اسم الموقع المسجل عليه أن تقوم بتجديد
تسجيلها ودفع رسم التسجيل سنوياً حسب ما تم الاتفاق عليه في اتفاقية
تسجيل اسم الموقع (^(٣)) (Domain Name Registration Agreement) مع

عنوان: <http://www.linux.org> و <http://www.linux.com> أو موقع مجموعة
مستخدمي لينكس العرب على عنوان: <http://www.linux4arab.com>

(٢) See an excellent article, Stella Stephens, Cyber-terrorism: combating hate online, November 2001, International Technology Law Review available at

<http://www.legalmediagroup.com/techlawlive/includes/print.asp?SID=531>

(١) See Domain Name Glossary available at

<http://www.igoldrush.com/glossary.htm>

And see Glossary

<http://www.new-domain-names.biz/glossary/index.html>

And see Whois Query. Com at

<http://www.whoisquery.com>

(٣) تبرم اتفاقية تسجيل اسم الموقع بين الشخص الذي يرغب بتسجيل اسم الموقع والشركة المسجلة لاسم الموقع. وتوضع هذه الإتفاقية في الموقع الإلكتروني للشركة المسجلة لأسماء مواقع الإنترنت. ومقابل الخدمات التي تقدمها الشركة المسجلة يلتزم المسجل بدفع رسوم التسجيل التي عادة ما تكون سنوية عن طريق بطاقات الائتمان (Credit Card). ويلتزم بتوفير معلومات دقيقة أيضاً حسب ما يتطلبه طلب التسجيل كما يلتزم الشخص المسجل بتجديد هذه المعلومات عندما تتغير وان لا يعتدي على أية حقوق عائدة للغير عند تسجيله لاسم الموقع والخضوع للسياسة الموحدة لحل منازعات أسماء المواقع. لمعرفة البنود الأخرى

الشركة التي تقدم خدمات التسجيل^(١). وفي حالة إغفال هذه الشركة تجديد تسجيل اسم موقعها ودفع رسوم التسجيل تقوم الشركة المسجلة بعد أن تعلم هذه الشركة بضرورة تجديد تسجيلها، بمنح اسم الموقع لأي شخص آخر قادر على دفع رسوم التسجيل. ولكن قد يقوم أحد الأشخاص باستغلال عدم تجديد الشركة لاسم موقعها، ويسجل باسمه العلامة التجارية العائدة لها كاسم موقع، ومن ثم يعرض على هذه الشركة بيع هذا الاسم بمبالغ مالية كبيرة.

ومثال على ذلك تسجيل شركة إحدى علاماتها التجارية كاسم موقع مع شركة (DirectNIC) وعدم تجديد تسجيل اسم الموقع لسبب أو لآخر واستغلال أحد الأطراف ذلك، وقيامه بتسجيل العلامة والاسم التجاري

الواردة في هذه الاتفاقية، انظر مواقع الشركات التي تقدم خدمات تسجيل أسماء المواقع ومن بينها شركة (Go daddy) على عنوان الإنترنت. <http://www.godaddy.com>

(١) لا يسمح لأي شركة كانت أن تقوم بتسجيل أسماء مواقع الإنترنت العليا العامة (gTLDs) إلا بعد الموافقة على ذلك من قبل الأيكان (ICANN) التي تدخل مع الشركة الراغبة بتسجيل أسماء المواقع في اتفاقية (Accreditation Agreement). وهناك إجراءات معينة يجب على الشركة الراغبة بالتسجيل القيام بها ليتم قبولها لتسجيل أسماء المواقع، منها أن تقدم طلباً (للأيكان) وان تثبت ملاءمتها المالية حيث يجب أن لا يقل رأسمالها عن ٧٠ ألف دولار ويجب أن تلتزم بدفع مبلغ مقطوع (للأيكان)، ٢٥٠٠ دولار لأول اسم موقع عالمي عام (gTLDs)، يجاز لها تسجيله و ٥٠٠ دولار لكل اسم موقع جديد يتم الموافقة على تسجيله. ولا يوجد في الوطن العربي حتى هذا التاريخ سوى شركتين معتمدتين من قبل الأيكان لتسجيل أسماء المواقع العليا العامة (gTLDs) وهما شركة طلال أبو غزالة (TAGIDOMAINS) على عنوان الموقع: <http://www.tagidomains.com> والشركة الكويتية (Computer Data Network dba Shhop4domains & Netone domains.com) على عنوان الموقع: <http://www.shop4domain.com> وانظر اتفاقية (Accreditation Agreement) منشوره على عنوان الإنترنت التالي: <http://www.icann.org/nsi/icann.raa.04nov99.htm> ولمعرفة الشركات المعتمدة من قبل الأيكان انظر العنوان التالي: <http://www.icann.org/registrars/accredited-list.html>

الخاصين بالشركة باسمه كاسم موقع وعرضه على هذه الشركة دفع مبلغ ١٠٠٠٠٠٠ دولار حتى يقوم بالتنازل عن اسم الموقع لها.

ومن القضايا التي نظرها مجمع التحكيم الوطني (The National Arbitration Forum) الأمريكي القضية رقم (FA0002000093633) التي رفعتها شركة (Gedar Trade Associates, Inc.) ضد (Gregg Ricks) الذي قام باستغلال عدم تجديد تسجيل الشركة المشتكية لاسم الموقع المحتوي على علامة الشركة غير المسجلة وسجله باسمه وعرضه للبيع مع إحدى المواقع التي تتبع أسماء المواقع على الإنترنت. وقد قرر الفريق (Panelist) أن تسجيل اسم الموقع وعرضه للبيع يثبت سوء نية الشخص المسجل لاسم الموقع، وعليه فقد حكم بنقل اسم الموقع للشركة صاحبة الحق في التسجيل والتي انتهت اتفاقية تسجيلها^(١).

وتجدر الإشارة إلى انه قد يتم الاعتداء على اسم الموقع الذي سجلته إحدى الشركات عن طريق البريد الإلكتروني (Domain name poaching)^(٢). فقد يرسل أحد الأشخاص رسالة للجهة المسجلة (الشركة التي تقدم خدمات التسجيل) لاسم الموقع المبتغى الحصول عليه، ويطلب منها تحويل اسم الموقع

(١) انظر القضية منشورة على عنوان الإنترنت التالي:

<http://www.arb-forum.com/domains/decisions/93633.htm>

(٢) This term is taken from Mark Grossman, Esq- Domain Name Poaching- Tech law – sent by e-mail on 16-11-2002

المسجل للمقم (server) آخر (Webjacking)، وفي حالة عدم تأكد الجهة المسجلة من صحة الرسالة المرسله تقوم بتحويل اسم الموقع للمقم آخر (Name rverse) وهو ما يجعل زبائن الشركة غير قادرين على الوصول لموقعها. وقد يحول الزوار لموقع يعرض صوراً مخلة بالآداب (phy WebsitegraPorno) فتتضرر الشركة وعلامتها التجارية التي يعرفها الجمهور من جراء ذلك^(١). ومن القضايا النادرة والمتعلقة بالاعتداء على أسماء المواقع عن طريق البريد الالكتروني (E-mail spoofing) القضية (Agent Host Co V Host Dot Com Investment) رقم (0343) التي نظرها مركز التسوية الالكترونية الكندي (eResolution). والذي توقف عن حل منازعات أسماء المواقع في كانون الأول/ديسمبر ٢٠٠١ لأسباب اقتصادية^(٢). واستطاع المشتكي في حقه (Respondent) في هذه القضية إقناع الشركة المسجلة لاسم الموقع (host.com) بتغيير الجهة الإدارية والمالية التي يتعين الاتصال بها billing contact&administrative واسم الموقع له من دون إذن وموافقة المشتكي (Complainant). ولم يجد الفريق المعين (Panelist) صعوبة في إثبات

-
- (١) Robert J. McGillivray, Webjacking, William Mitchell Law Review, 2001, Westlaw database, available at <http://www.lawschool.westlaw.com>
- (٢) See eResolution website at <http://www.diputes.org/eresolution>

احتيال وسوء نية المشكي في حقه (Respondent) وحكم بإعادة اسم الموقع للمشتكي (complainant) مرة أخرى^(١).

المطلب الخامس

تسجيل اسم موقع يحتوي على علامة تجارية عائده لشركة منافسه (Competing Use)

في مثل هذه الحالة، تقوم شركه من بين شركتين متنافستين تعملان في مجال واحد أو تقدم كل منهما بضائع ومنتجات واحدة، بتسجيل العلامة التجارية العائده للشركة الأخرى كاسم موقع حارمة إياها من تسجيل اسم موقع يحتوي على علامتها التجارية^(٢).

ومثال على ذلك، تسجيل اسم الموقع www.burgerking.com من شركة (MacDonald's) وتسجيل اسم الموقع www.channel.com من شركة (Yves Laint Laurent)

(١) انظر القضية التي نظرها مركز التسوية الالكترونية الكندي (eResolution) ومنشورة على عنوان الإنترنت التالي:

<http://www.disputes.org/eresolution/decisions/0343.htm>

(٢) انظر الصفحة الرئيسية للبروفيسور وليم فيشر (William Fischer III) من كلية الحقوق في جامعة هارفرد (Harvard Law school) على عنوان الإنترنت التالي:

http://www.law.harvard.edu/Academic_Affairs/coursepages/tfisher/

ومن تطبيقات هذه الصورة من الاعتداء على العلامة التجارية القضية رقم (FA 0002000093676) التي نظرها مجمع التحكيم الوطني (The National Arbitration Forum (NAF) والتي رفعتها شركة (Indiana Mulch and Stone, LLC) ضد أحد المنافسين لها (Keiths Farm Market) والذي قام بتسجيل العلامة التجارية العائدة لها كاسم موقع (indianamulch.com) وعرض بيع اسم الموقع على الشركة بمبلغ ٥٠,٠٠٠ دولار حارماً هذه الشركة من تسجيل اسم موقع يحتوي على علامتها التجارية وبالتالي تأسيس الموقع الخاص بها والذي كانت تود تأسيسه باسمها، وقد حكم الفريق بإعادة اسم الموقع للشركة المشكّية^(١). لا حظ في هذه القضية أن الشركتين تبيعان نفس المنتجات وان المشتكي في حقه لم يتم بتسجيل اسم موقع يحتوي على اسمه وعلامته التجارية ولكن سجل العلامة التجارية العائدة للشركة المنافسة له كاسم موقع وبالتالي حرم هذه الشركة من تسجيل علامتها التجارية كاسم موقع.

المطلب السادس

تسجيل اسم موقع يحتوي على علامة تجارية عائده لشركة غير منافسه (Non- Competing Use)

(١) انظر تفاصيل هذه القضية منشورة على عنوان الإنترنت الآتي:

<http://www.arb-forum.com/domains/decisions/93676.htm>

تقترب هذه الحالة إلى حد كبير من الحالة التي سبقتها إلا أن الفارق بينهما يكمن في أن الشركتين غير متنافستين وتعملان في مجالين مختلفين أو تقدمان للجمهور منتجات وخدمات مختلفة، فتقوم إحدى الشركتين بتسجيل العلامة التجارية العائدة للشركة الأخرى غير المتنافسة معها كاسم موقع⁽¹⁾.

ومثال على ذلك قيام شركة (DHL) للنقل السريع بتسجيل اسم موقع يتشكل من الحروف الأبجدية لإحدى العلامات التجارية التي تملكها شركة (Nestle) المتعددة الجنسيات والتي تقدم منتجات الأطعمة والأغذية المختلفة.

الفصل الثاني

سبل تفادي المنازعات حول العلامات التجارية

و أسماء المواقع و حلها في حال وقوعها

(Resolving conflict over Trademarks & Domain Names)

لتفادي وحل المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء المواقع، ينبغي أن نجتمع بين التقنية والقانون، فالتقنية تحاول أن تمنع المنازعات، والقانون يهدف إلى حل المنازعات بعد وقوعها. وستولى بيان هذين النوعين في المطالبين الآتيين:

(1) انظر الصفحة الرئيسية للبروفيسور وليم فيشر (William Fischer III) من كلية الحقوق في جامعة هارفرد (Harvard Law school) على الموقع:
http://www.law.harvard.edu/Academic_Affairs/coursepages/TFischer/
والموقع: <http://www.Tfischer.org>

المطلب الأول

سبل تفادي المنازعات حول العلامات التجارية و أسماء المواقع

تعرف التقنية صور عدة لتفادي المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء المواقع، ويمكن أن نتناول أبرز هذه الصور كما يأتي:

أولاً: توظيف شركات متخصصة في ملاحقة الاعتداء على العلامات التجارية وأسماء المواقع (Internet Surveillance Companies)

تختص العديد من الشركات الآن في ملاحقة الاعتداءات والخروقات التي تقع على المواقع الالكترونية، ومن بينها الاعتداءات على العلامات التجارية وأسماء المواقع. وتستخدم الشركات المتخصصة القائمة على هذه المواقع تقنيات مختلفة مثل برامج معينه (software) وعناكب الويب (web crawlers) ومفتشات البحث^(١) (gines) و التنقية (Filtering). وتسمح هذه التقنيات بالبحث والتفتيش الدقيق في صفحات المواقع الالكترونية والويب عن الخروقات

(١) قد لا يكون استخدام مفتشات البحث (Search Engines) في تتبع الخروقات والاعتداءات على العلامات التجارية دقيقاً. فقد ذكرت دراسة لإحدى الشركات المتخصصة في البحث على الإنترنت www.virtualchase.com أن استخدام كل مفتشات البحث المتوفرة لا يعطي نتائج دقيقة وأنه حتى التفتيش في كل مفتشات البحث لن يبحث في أكثر من ٤٢% من شبكة الإنترنت، انظر: Genie Tyburski, Minding the Web, available at <http://www.lawofficescomputing.com/about-us/tyburski.pdf>

والاعتداءات التي تقع على المواقع الالكترونية والعلامات والأسماء التجارية مقابل أجر متفق عليه بين الطرفين^(١).

وبعد أن تتوصل هذه التقنيات المستخدمة إلى نتائج معينة بخصوص الاعتداءات التي تقع على محتويات المواقع الالكترونية، يقوم الخبراء بتحليل هذه النتائج ويقدمون تقريراً مفصلاً بذلك لصاحب الشأن.

ثانياً: تسجيل أسماء المواقع كعلامات تجارية (Trade marking Domain Names):

تسجيل أسماء المواقع كعلامات تجارية في الدول التي تسمح بذلك هو واحد من بين إجراءات الحماية الوقائية المطلوبة لتسجيل العلامة التجارية. ففي الولايات المتحدة ومنذ عام ١٩٩٩ يسمح بتسجيل اسم الموقع كعلامة تجارية بشرط أن يكون اسم الموقع المرغوب تسجيله كعلامة مميزاً. وتقوم الجهة

(١) وللتعرف على هذه الشركات وما يمكن أن تقوم به، يمكن زيارة المواقع التالية:

شركة Vigil Active على الموقع <http://www.vigilactive.com>

وشركة Marks online على الموقع <http://www.marksonline.com>

وشركة Marksmen على الموقع <http://www.marksmen.com>

وشركة Register على الموقع <http://corporate.register.com>

وشركة envisual على الموقع <http://www.envisioanl.com>

وشركة Trademark Tracker على الموقع: <http://www.trademarktracker.com>

وشركة Trademark Bots على الموقع <http://www.trdemarkbots.com>

وشركة Mark Monitor على الموقع <http://www.markmonitor.com>

= وشركة Brand Cops على الموقع <http://www.brandcops.com>

وشركة Thomson & Thomson على الموقع <http://www.thomson-thomson.com>

وشركة CCHresearch على الموقع <http://www.cch-coresearch.com>

وشركة Net searches على الموقع <http://www.netsearches.com>

المسئولة بفحص اسم الموقع ومقارنته بالعلامات التجارية المسجلة ويسمح بتسجيل الجزء الثاني فقط من اسم الموقع، وليس الجزء (www) أو الجزء الشائع مثل (com) أو (net) أو (biz)^(١)

ويشترط في لبنان لتسجيل أسماء المواقع المكونة من رمز لبنان (lb) أن يتم تسجيل اسم الموقع المرغوب تسجيله كعلامة تجارية مع وزارة الصناعة والتجارة اللبنانية. ويسمح هذا الإجراء المتبع في عدد قليل من الدول بتقليل منازعات أسماء المواقع الوطنية التي تنشأ بسبب تسجيل علامة تجاربه عائدته للغير كاسم موقع وطني^(٢).

ثالثاً: خدمات مراقبه أسماء المواقع (Domain Name Watch Service):

توفر بعض الشركات إلى جانب خدمات مراقبة العلامات التجارية (Domain Name Service) خدمات مراقبه أسماء المواقع سواء كانت أسماء مواقع عليا عامه (gTLDs) أم أسماء مواقع مكونة من رموز الدول (ccTLDs). وفي هذا النوع من الخدمات يمكن للشركة أن تكلف إحدى الشركات المتخصصة في حماية حقوق الملكية الفكرية^(٣) بمراقبة تسجيل أسماء مواقع مشابهة

(١) See Chamber Yang, Legal issues on domain name: A World Wide Watch available at:

<http://lawyer2om.com/English/articles/domainname.htm>

(٢) ويمكن متابعة شروط ومتطلبات التسجيل في لبنان على عنوان الإنترنت الآتي:

<http://www.aub.edu.lb/lbdr-rules-199990922>

(٣) Ladas & Parry, for more information about the domain name service at

<http://tmw.ladas.com/service4.html>

لعلاماتها أو أسمائها التجارية، وتقدم هذه الشركات مقابل الأجر الذي يدفعه طالب الخدمة لها تقريراً شهرياً عن أسماء المواقع المسجلة في الدول التي يطلب المراقبة فيها.

رابعاً: تسجيل الشركات للمقاطع الصغيرة التي قد تسيء لعلاماتها التجارية المسجلة كأسماء مواقع (Reverse Domain Name Denigration):

تحاول الشركات أن تمنع الاعتداءات التي تقع على علاماتها التجارية في الفضاء الإلكتروني ما أمكن. ومن الإجراءات الاحترازية التي تتبعها للحيلولة دون تسجيل أسماء مواقع مسيئة لعلاماتها التجارية (Anti- Domains)، تسجيل المقاطع الصغيرة مثل (suck) و(stinks) و(eats) التي قد تسيء لعلاماتها التجارية كأسماء مواقع. ومن هذه الشركات التي اعتمدت مثل هذا النوع من السياسة شركة (Wal-Mart) الأمريكية وشركة (Volvo) وغيرها من الشركات^(١). ويبدو أن هذه السياسة غير مجدية البتة وذلك لأن الميزانيات المحددة للشركات تحول دون تسجيل أسماء مواقع كثيرة، كما أن تسجيل كل الاحتمالات أمر يبدو غير نهائي.

أما بالنسبة للمواقع المسيئة (Degrotary domain names) فيجب أن تتخذ الشركة إجراءات سريعة للرد على هذا النوع من المواقع التي قد تسيء

(١) Please the Domain Name Handbook at <http://www.domainhandbook.com/rdnd.html>

إلى سمعتها بسبب طبيعة الإنترنت. ومن بين الإجراءات التي يمكن اتخاذها لنخص بالذكر^(١):

(١) معرفة الشخص الذي يقوم بالإساءة للشركة الذي قد يكون أحد عملاء الشركة السابقين، أو قد يكون موظفاً سبق أن فصل من العمل ومحاوله فهم هدفه من جراء ذلك، ومراقبة الموقع المؤسس من قبله بصورة مستمرة وحثيثة.

(٢) محاولة الدخول في حوار ودي مع صاحب الموقع المؤسس ومحاوله تصحيح الصورة السيئة التي قد تكون متصورة عن الشركة أو منتوجاتها أو الخدمات التي تقدمها. وتكمن خطورة هذا الإجراء في أن صاحب الموقع المؤسس قد يبتز الشركة ويطلب مبالغ طائلة لإزالة الموقع المؤسس من قبله.

(٣) تضمين موقع الشركة التي تمت الإساءة إليها عبارات من شأنها أن تظهر عدم صحة الأقوال الموجهة لها في الموقع المسيء لها أو بضائعها.

ويمكن للشركة أن تطلب من الشركات مزودة خدمات الإنترنت (Internet Service Providers ISPs) والشركات المستضيفه للموقع (Web

(٢) See Toni Reed, www.yourcomapny.sucks.com Inform, Nabarro Nathan son issue 16, 2002, p13 and see the Nabarro Nathan son law firm website at www.nabarro.com.

(Hosting Companies) أن تزيل العبارات المسيئة لهذه الشركات من الملقمات (Server) الخاصة بها.

(٤) رفع دعاوى الاعتداء على العلامات والأسماء التجارية والقدف والمنافسة غير المشروعة وفقاً لقانون الدولة صاحبة الاختصاص القضائي بنظر التراع.

المطلب الثاني

حل المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء المواقع

(Resolving Conflict over Trademarks and Domain Names)

بعد وقوع المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء المواقع في الفضاء الإلكتروني بتسجيل اسم موقع متطابق أو متشابه مع علامة تجارية عائدة لشركة ما، تقوم هذه الشركة عادة بالتحرك السريع. وهي توكل عادة مهمة تتبع المعتدين على علامتها التجارية لإحدى شركات المحاماة المتخصصة بالاعتداءات التي تقع على العلامات التجارية في الفضاء الإلكتروني ومنها مثلاً شركة المحاماة العالمية^(١) ليفيلز (Lovells). ويمكنها هي أو الشركات الأخيرة أن

(١) يمكن زيارة موقع هذه الشركة على العنوان <http://www.lovells.com> وانظر أيضاً النشرة القانونية (Anchovy Domain Name) الخاصة بأسماء المواقع التي تصدرها الشركة والمنشورة على عنوان الانترنت التالي:
<http://www.lovells.com/control/PublicationControl/pubId/738/pubType/eNewsletter>
هناك شركات محاماة متخصصة في منازعات أسماء المواقع ومنها شركة المحاماة الأمريكية (EsQwire). ويمكن زيارة موقع هذه الشركة التي مثلت كثيراً من الموكلين في قضايا

تتخذ واحدة أو أكثر من الخطوات الآتية^(١):

أولاً: المفاوضات (Negotiation)

ويتلخص هذا الإجراء العملي بقيام صاحب العلامة التجارية المتضرر أو الشركة أولاً بالتحري عن الشخص المسجل لاسم الموقع وذلك بالدخول لإحدى المواقع التي تقوم بتوفير خدمات تسجيل أسماء المواقع ولقواعد البيانات المتوافرة فيها^(٢) وبعد أن يحدد عنوان هذا الشخص المسجل وبريده الإلكتروني

ومنازعات أسماء المواقع، على عنوان الإنترنت التالي: <http://www.esqwire.com> وشركة (Domain Name Dispute Lawyers) على عنوان الإنترنت التالي:

<http://www.domain-name-dispute-lawer.com/Index.htm>

(٢) Jonathan Hudis, Trademarks In Cyberspace: Gathering your evidence to make a difference, available at:

<http://www.oblon.com/Pub/display.php?hudis-tmcyber.html>

Jason Jerk, Domain Name Disputes: A Guide to protecting and Securing Domain Names, Internet law journal, available at

<http://www.internetlawjournal.com/content/ecomarticle0608001.htm>

(٢) يوجد في مواقع الشركات المسنولة عن التسجيل والشركات المسجلة لأسماء المواقع قواعد بيانات (Database) تتيح للشخص الذي يرغب بالتسجيل معرفة ما إذا كان اسم الموقع مسجلاً أم لا وفي حالة تسجيله يمكن التعرف على المعلومات الخاصة بالمسجل لاسم الموقع، واسمه، وعنوانه، وكثير من المسائل الأخرى الفنية ذات الصلة. انظر المواقع التالية التي تقدم خدمات البحث:

موقع Better whois.com, Inc على عنوان الإنترنت <http://www.betterwhois.com>

موقع Uwhois.com على عنوان الإنترنت <http://www.Uwhois.com>

موقع BIZ Registry WHOIS على عنوان الإنترنت <http://www.whois.biz>

موقع Allwhois.com على عنوان الإنترنت <http://www.allwhois.com>

موقع Afilias INFO WHOIS Search على عنوان الإنترنت

<http://www.afilias.info/whoissearch/>

موقع whois source على عنوان الإنترنت <http://www.whois.sc>

وموقع Internic على عنوان الإنترنت <http://www.Internic.net/whois.html>

وموقع Netname على عنوان الإنترنت <http://www.netnames.com>

يقوم بإرسال "رسالة توقف وامتناع" (Cease and Desist Letter) موضحاً فيها أنه يملك علامة تجارية مسجلة باسم الموقع وله الحق بالتسجيل ويطلب منه التنازل عن اسم الموقع له و ينتظر برهة من الوقت حتى يستلم رد المسجل لاسم الموقع.

ولا يخرج رد المسجل لاسم الموقع في حالة حدوثه عن الصور الآتية^(١).

١- إن المسجل ليس له الحق بالتسجيل وهو سوف يقوم بتحويل اسم الموقع للشركة أو صاحب العلامة التجارية المتطابقة أو المتشابهة مع اسم الموقع. ونادراً ما يجيب المسجل لاسم الموقع مثل هذه الإجابة.

٢- يوافق المسجل على نقل اسم الموقع ولكن مقابل مبلغ من المال. ويمكن للشركة أن تستجيب لذلك وتدفع المبلغ المطلوب إذا ما كان المبلغ قليلاً ولا يتجاوز نفقات تسجيل اسم الموقع أو نفقات رفع شكوى أمام إحدى الهيئات المختصة بحل منازعات أسماء المواقع. أما إذا كان المبلغ كبيراً فلا تستجيب الشركة لان دفع مبلغ لهذا الشخص المسجل لن يمنعه من ان يقوم بمحاولات أخرى من شأنها ابتزاز الشركة.

ويقدم موقع [whoisnet.com](http://www.whoisnet.com) على عنوان الانترنت <http://www.whoisnet.com> خدمة مفيدة حيث أن إدخال العلامة التجارية أو الاسم التجاري الذي قد تملكه شركة ما يظهر كافة أسماء المواقع المسجلة والمتشابهة أو المتطابقة مع العلامة التجارية ؛ أو الاسم التجاري المدخل. وللتأكد من تسجيل أو عدم تسجيل العلامات التجارية كأسماء مواقع وطنية انظر : <http://www.uwhois.com>

(١) Robert Wegenekm Ged O'Neil, Jonattan Moore, Commerce, Butterworths, lexis Nexis, Third Edition, 2002.

٣- يدافع المسجل لاسم الموقع عن حقه ولا يرغب بعمل تسوية بخصوص اسم الموقع.

ثانياً: التنازل عن اسم الموقع المسجل (Assignment of Domain Name):

في حالة استجابة المسجل لاسم الموقع للرسالة المرسله من صاحب العلامة التجارية المتضرر فإنه قد يطلب من صاحب العلامة التجارية مبلغاً من المال ليتنازل عن اسم الموقع له. وقد يكون هذا المبلغ مناسباً فيوفر صاحب العلامة التجارية على نفسه مؤونة رفع شكاوى أمام إحدى الجهات التي تحل منازعات أسماء مواقع الانترنت إذا ما تنازل المسجل عن اسم الموقع الذي سجله^(١). أما إذا كان المبلغ عالياً وهذا الذي يحدث إذا كانت الشركة التي تملك العلامة التجارية كبيرة، فإن الإجراء الأمثل يكمن في الالتجاء لإحدى الجهات التي تحل منازعات أسماء مواقع الانترنت، كما سنحدد لاحقاً.

(١) قد تكون الوساطة كوسيلة من الوسائل البديلة لحل المنازعات، واحدة من السبل التي يمكن بموجبها حل المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء المواقع وتكون في الحالة التي يرغب فيها كل من صاحب العلامة التجارية والمسجل لاسم الموقع في التوصل لتسوية معينة ولكنهم يخفقون في ذلك لسبب أو لآخر فيعينون وسيطاً يساعدهم في عمل تسوية. انظر

United Nation Confrence on Trade and Development, E-Commerce and development report 2002, Chapter 2, The Domain name system and issues for developing countries, p 42. available at

http://r0.unctad.org/e-commerce/docs/edr02_en/ecdr02.pdf

ثالثاً: تسجيل اسم الموقع من صاحب العلامة التجارية عندما تنتهي اتفاقية التسجيل: (Registering the domain name when the registration expires)

يمكن هذا الإجراء في قيام صاحب العلامة التجارية المتضرر بمراقبة وقت انتهاء اتفاقية تسجيل اسم الموقع (Domain Name Registration Agreement) المبرمة بين الشخص المسجل لعلامته التجارية والشركة التي تقدم خدمات تسجيل أسماء المواقع، ويستغل عدم تجديد المسجل اتفقيه التسجيل فيسجل اسم الموقع الذي انتهت فترة تسجيله باسمه^(١). ولكن هذا الإجراء غير مضمون ونادراً ما يغفل المسجل لاسم الموقع عن تجديد تسجيله للاسم، خصوصاً إذا ما كانت العلامة التجارية التي يحتويها اسم الموقع تعود لشركة مهمة.

رابعاً: اتخاذ الإجراءات القانونية:

يمكن أن يقوم صاحب العلامة التجارية باتخاذ أنواع معينة من الإجراءات القانونية العملية ضد المسجل لاسم الموقع إما أمام المحاكم الوطنية أو أمام الجهات المعتمدة أو الجهات المسؤولة عن تسجيل أسماء المواقع الوطنية لحل منازعات أسماء المواقع وذلك كما يلي:-

(١) هناك شركات يمكنها أن تقوم بمراقبة وقت انتهاء تسجيل أسماء المواقع مثل شركة (Snap Names) ويمكن زيارة موقعها على عنوان الانترنت الآتي:

<http://www.snapnames.com/index.jsp>

١- حل المنازعات وفقاً للسياسات التي تعتمدها الجهات المسؤولة عن تسجيل أسماء المواقع الوطنية (Registrars Domain Name dispute policy)

في حالة وجود منازعة حول العلامة التجارية واسم موقع وطني (ccTLDs) يلجأ صاحب العلامة التجارية المتضرر لحل منازعته وفقاً للسياسات التي تضعها الجهات المسؤولة عن التسجيل، والتي قد لا تتبع السياسة الموحدة لحل منازعات أسماء مواقع الإنترنت (UDRP) ^(١). وقد طورت بعض الجهات المسؤولة عن تسجيل أسماء المواقع الوطنية إجراءات خاصة لحل المنازعات. فمثلاً طورت الجهة المسؤولة عن تسجيل أسماء المواقع الوطنية الإنجليزية (Nominet) ^(٢) سياسة خاصة لحل منازعات أسماء المواقع ^(٣). وهذا ما فعلته كذلك الجهة التي تتولى تسجيل أسماء المواقع في أستراليا (au) التي تتبع سياسة خاصة بها لحل

(١) من هذه الجهات المسجلة لأسماء المواقع الوطنية التي لديها سياسة خاصة بالتسجيل نذكر الجهة الصينية والجهة الكندية لتسجيل أسماء المواقع الوطنية على العنوانين التاليين:

Canadian Internet Registration Authority <http://www.cira.ca/en/home.html>
China Internet Network Information Center <http://www.cnnic.net.cn/e-index.shtml>

(٢) يمكن زيارة موقع الجهة المسجلة (Nominet) لأسماء المواقع الإنجليزية والإطلاع على السياسة الخاصة بها لحل المنازعات على عنوان الإنترنت الآتي:

<http://www.nic.uk/DisputeResolution/DrsProcedure/DrsProcedure.html>

(٣) انظر القضية التي رفعتها شركة الدواء الإنجليزية ضد أحد الموظفين السابقين المسجلين لعلامتها التجارية (Xigris.co.nk). وكانت هذه أول قضية عرضت على الجهة التي تتولى فصل منازعات أسماء المواقع الوطنية في المملكة المتحدة وفقاً لإجراءات حل المنازعات الخاصة بهذه الجهة التي اعتمدت في ١٥ تشرين الثاني/ ٢٠٠١. Jonathan Hancock, EIPR N37, p.38.

منازعات أسماء المواقع^(١) والجهة المسجلة في الصين^(٢) واليابان^(٣) وكوريا^(٤) وسنغافورة^(٥).

ولكن قد لا يكون هذا الإجراء العملي مناسباً في كل حالة إذ أن هناك جهات مسجلة لم تعتمد سياسة خاصة لحل المنازعات فلا يبقى من بديل لصاحب العلامة التجارية المتضرر سوى اللجوء للمحاكم أو للسياسة الموحدة لحل منازعات أسماء المواقع إذا ما كانت الجهة المسجلة لاسم الموقع تعتمد هذه السياسة من تلقاء نفسها.

٢- اللجوء للمحاكم الوطنية (Court proceedings)

يقوم صاحب العلامة التجارية المسجلة كاسم موقع برفع دعوى أمام محكمة ذات اختصاص^(٦) على المسجل لاسم الموقع من دون وجه حق ويكون ذلك بالنسبة لأسماء المواقع الوطنية المكونة من رموز الدول (ccTLDs) المسجلة

(١) ويمكن معرفة الدول التي تبنت السياسة الموحدة لحل منازعات أسماء المواقع من تلقاء نفسها بزيارة عنوان الانترنت التالي: <http://arbiter.wipo.int/domains/cctld/>

(٢) CINIC Domain Name Dispute Resolution Policy.

http://www.cietac.org.cn/english/e_cd18/e_cd18_1.htm

(٣) Japan Domain Name Dispute Resolution Policy

<http://www.nic.ad.jp/doc/jpnic-00739.html>.

(٤) http://www.ddrc.or.kr/eng/dist_rule.html.

(٥) Singapore Domain Name Dispute Resolution policy at

<http://www.nic.net.sg/pdf/SDRP.pdf>

(٦) توضح القواعد الخاصة بالسياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء المواقع أن المسجل لاسم الموقع له الخيار وحسب ما التزم به في اتفاقية التسجيل أن يرفع دعواه أمام محكمة مكان عمل المسجل أو أمام المحكمة التي يوجد بها عنوانه المبين في قاعدة بيانات (WHOIS).

لدى الجهات التي لا ترغب بالخضوع للإجراءات التي وضعتها منظمة منح الأرقام والأسماء على الإنترنت^(١) (الآيكان)^(٢) (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers ICANN) لتسوية منازعات أسماء المواقع، إذ يرفع صاحب العلامة التجارية دعوى عادية أمام المحاكم الوطنية حسب قوانين المرافعات في الدولة التي يمكن رفع الدعوى فيها.

(١) أول من قام بالاحتفاظ بقوائم خاصة بأسماء المواقع هو جون بوستول (John Postel) الذي درس في جامعة كاليفورنيا (California University) وقد انتقلت هذه القوائم لجهات مختلفة حتى وصلت لهيئة تخصيص الأرقام على الإنترنت (IANA) والآيكان (ICANN) من بعدها. انظر الموقع الخاص بهذا المبدع الذي تولى رئاسة هيئة تخصيص الأرقام على الإنترنت أو الآيكانا (IANA) والذي كان له فضل كبير عليها قبل ان توافيه المنية بشكل مفاجئ وغير متوقع، على العنوان التالي: <http://www.iana.net/>

(٢) تولت في البداية مهمة منح وتخصيص هذه الأرقام او العناوين مؤسسة حكومية أمريكية سميت بالآنا أو هيئة تخصيص أرقام الإنترنت (Internet Assigned Numbers Authority IANA) ولكن سرعان ما انتقلت وأصبحت هذه المهمة من اختصاص جهة خاصة غير حكومية سميت بالآيكان (ICANN) أو هيئة منح الأرقام والأسماء على الإنترنت (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) التي تأسست في أكتوبر ١٩٩٨ وذلك لغرض تخصيص عناوين بروتوكولات الإنترنت (IP Address) وإدارة نظامي أسماء المواقع (DNS) وجذور الخوادم (Root Servers)، كما تحدد (الآيكان) أنواع أسماء المواقع المختلفة التي يمكن إنشاؤها والجهات المعترف بها لإدارتها وتسجيلها. ويمكننا القول أن وظيفة (الآيكان) تكمن في رسم وتقرير السياسة المستقبلية لإدارة وتطوير الإنترنت من الناحية الفنية. وقد مرت (الآيكان) بتطورات كثيرة ومتعاقبة حتى وصلت لما هي عليه الآن. انظر موقع (الآيكان) على عنوان الإنترنت: <http://www.icann.org> لتتبع التطورات التاريخية والعوامل المختلفة التي أدت لتتحول الآنا (IANA) من جهة حكومية تابعة للولايات المتحدة لجهة غير حكومية، انظر:

Yaman Akdeniz, Clive Walker, David Wall, The Internet Law and Society- Page 36-39&52-58 Longman UK2000 وانظر أيضاً طوني ميشال عيسى، المرجع السابق ص ٦٧ - ٧٥.

See Jonathan Zittrain, Domain Names, ICANN, and Internet governance (1), Law 2001, Thursday, July 5, 2001.

ويستحسن رفع دعاوى أمام المحاكم الوطنية وعدم الالتجاء لإحدى الجهات التي تحمل منازعات أسماء المواقع وفقاً للسياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء المواقع في الأحوال الآتية:

١- إذا كانت وقائع القضية غير واضحة وفقاً للمستندات والوثائق المتوفرة.

٢- إذا كانت هناك مسائل أخرى ولم تقتصر القضية على تسجيل اسم الموقع.

٣- إذا كان هناك ضرر مترتب على تسجيل العلامة التجارية من جراء التسجيل كإسم موقع^(١).

وتعد منازعات أسماء المواقع الوطنية من المنازعات الجديدة الصعبة وذلك لأسباب متعددة منها أن شروط تسجيل أسماء المواقع وإجراءات التسجيل تختلف اختلافاً بيناً فيما بين الدول، كما أن القوانين التي يمكن الاعتماد عليها لحل منازعات أسماء المواقع تختلف كذلك من دولة لأخرى^(٢). وهناك مواقف

(١) Robert wegeneck, Ged o'Neil, Jonathan Moore, obcit.

(٢) See David K. Daggetle Country – specific domain name raise difficult trademark issues, available at

<http://www.gigalaw.com/articles/2000/daggett-2000-06.html> Visited on 11-1-2002.,

من هذه الدول الولايات المتحدة الأمريكية التي سنت قانوناً جديداً سمي بقانون (Anticybersquatting Consumer Protection Act 1999) وقد عدل هذا القانون أحكام قانون العلامات التجارية الأمريكي لسنة ١٩٤٦. انظر القانون المعدل على عنوان الإنترنت الآتي:

متباينة للدول فقد تبنت بعض الدول قوانين خاصة بحل المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء المواقع وعدلت قوانين العلامات التجارية وسنت لهذه الغاية قوانين جديدة لحماية العلامات التجارية في الفضاء الإلكتروني^(١)، أو عدلت قوانين المنافسة غير المشروعة^(٢) أو لم تعدل قوانينها واستطاعت محاكمها أن تستوعب المسائل الجديدة مستنده في ذلك لقوانين العلامات التجارية التقليدية والمنافسة غير المشروعة^(٣)، أو لقضائها الوطني الذي أصدر أحكاماً

http://www.eff.org/Infra/DNS_control/s1255_1999_bill.html

وانظر أيضاً حول القانون الأمريكي الدراسة المعنونة (Recent Development in Combating Cybersquatters) التي أعدتها شركة المحاماة العالمية (Clifford Chance Rogers and Wells LLP). ويمكن زيارة موقع الشركة على العنوان:

<http://www.cliffordchance.com>

(١) من هذه الدول اليابان التي عدلت قانون منع المنافسة غير المشروعة لعام ١٩٩٣ في حزيران من عام ٢٠٠١ وكان احد أسباب التعديل منع فرصة أسماء المواقع وقد اعتبر تسجيل علامة تجارية عائدة لشخص كاسم موقع بغرض الكسب غير المشروع أو أحداث الضرر لهذا الشخص من أفعال المنافسة غير المشروعة التي نظمها القانون الجديد، انظر:

National Report, Japan, Unfair competition, EIPR Vo 24 Issue 3, march 2002, p34

عرضت على المحاكم اليابانية قضايا خاصة بأسماء المواقع من بينها القضية الخاصة باسم الموقع Jass.co.jp التي صدر الحكم بخصوصها من محكمة نيهويا العليا في ١٠ سبتمبر ٢٠٠١ والقضية الخاصة باسم الموقع mp3.co.jp التي أصدرت محكمة طوكيو حكماً بخصوصها بتاريخ تموز ٢٠٠٢ انظر:

Interpretative Guidelines on Electronic Commerce Ministry of Economy, Trade and Industry (Japan)

<http://www.meti.go.jp/english/information/data/c0205EleCome.pdf>

(٢) تعرضت المحاكم الإيطالية في إيطاليا في قضايا مشهورة مختلفة وهي (Amadus) و (Porta) (Portese) و (Foro.it) وللمنازعات حول العلامات التجارية وأسماء المواقع. وقد وجدت أن تسجيل العلامات التجارية العائدة للغير كأسماء مواقع يشكل اعتداء على هذه العلامات التجارية المسجلة وفقاً لقانون العلامات التجارية الإيطالي. انظر التقرير الخاص بالتجارة الإلكترونية في الدول الأوروبية الذي أعدته شركة المحاماة الأمريكية العالمية BAKERE & MEKNZIE والمعنون (Doing E commerce in Europe) ص ١١٩ و ١٢٠ على عنوان الإنترنت الآتي:

مجلة الشريعة والقانون – العدد الثاني والعشرون- ذو القعدة ١٤٢٥هـ- يناير ٢٠٠٥م

٣٠٦

<http://www.bmck.com/ecommerce/Doing%20E-Commerce%20in%20Europe/Doing%20E-Commerce%20In%20Europe.pdf>

=وفي السويد عرضت على المحاكم السويدية القضية (Volvo V Sct Scandinavian) والسبي أنزمت المحكمة الشخص المسجل لعلامة شركة (Volvo) بتغيير اسم الموقع وذلك على اعتبار أن هناك اعتداء على العلامة التجارية العائدة للشركة وإن هذا التسجيل لا يتفق مع عادات الأعمال الحسنة. انظر: World e-commerce & IP Report April 2001 volume 1 وفي البرازيل تحديدا عرضت على المحاكم البرازيلية قضايا مختلفة بخصوص أسماء المواقع مثل قضية: Gisele Bundchen) و (TV Globo Ltda) و (Grendene S.A V Riegel Imoveis) و (V Walker). لمزيد من التفصيل انظر:

Current Development regarding Internet domain names in Brazil. Ibid, 22-24

وفي روسيا عرضت على المحاكم الروسية القضية التي رفعتها شركة (Eastman Kodak Company) ضد أحد المسجلين لعلامتها واسمها التجاري (A.V.Grundal) كاسم موقع (www.kodak.ru) من دون أخذ موافقة الشركة المدعية، وفي حكم جديد قررت المحكمة العليا في روسيا أنه حتى في حالة عدم وجود مبدأ قانوني ينص على منع تسجيل العلامة التجارية العائدة للغير كاسم موقع فإن ذلك يشكل اعتداء على العلامة التجارية ولا يمنع من إصدار حكم لصالح المدعية التي أعتدي على حقوق الملكية الفكرية المملوكة لها وقد سارت المحاكم الروسية في قضايا أخرى على نفس النهج المقرر في هذه القضية، انظر

<http://www.legalmediagroup.com> Riikaa Palmos, Solving Domain Name problems at

وحول القضايا الأخرى التي رفعت للمحاكم الروسية، انظر:

Russian Court Practice on the Resolution of Domain name Disputes, available at <http://www.cliffordchance.com/uk/pdf/russian.pdf> Visited on 21-5-2002

أما في الصين فقد عرضت على المحاكم الصينية قضية (Inter IKEA Systems v International) التي قضت فيها المحكمة الصينية لصالح الشركة الأجنبية ضد الشخص المسجل لعلامة الشركة المشهورة كاسم موقع، انظر

Commentary on Inter Ikea Systems V International Network of information by Preston Tobert at <http://www.bmck.com/ecommerce/china-cybersquart.doc>

وفي نيوزلندا عرضت على المحاكم النيوزيلندية القضية (Qantas Airways Limited V The Domain Name Company Limited) والتي قام فيها المدعى عليه بتسجيل اسم الموقع (www.qantas.co.nz) المتطابق مع العلامة التجارية (QANTAS) العائدة للشركة المدعية وقد حكمت المحكمة المعروض عليها النزاع بإلزام المدعى عليه بنقل اسم الموقع للمدعية. انظر EIPR, Issue 8,2000, N112, p 113

للتبع قضايا أسماء المواقع الوطنية الأخرى التي عرضت على محاكم الدول الأخرى مثل النمسا وكندا وتشيلي والدنمارك واليونان ودول البليينكوس والنرويج وتايوان والمملكة المتحدة، انظر:

International Trademark Association (INTA), The tenth Annual Review of Trademark Jurisprudence, vol 93, no 3, may- june 2003.

تتناسب مع الطبيعة الخاصة لأسماء المواقع والمنازعات التي تحصل بينها وبين حقوق الملكية الفكرية (العلامات التجارية) في الفضاء الإلكتروني.

٣- الالتجاء لإحدى الجهات المختصة بحل منازعات أسماء المواقع وفقاً للسياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء مواقع الإنترنت (UDRP)

سيكون حل تركيزنا على واحدة من أهم الإجراءات العملية التي يمكن إتباعها لحل المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء المواقع، وسنعالج ذلك تحت بنود مختلفة كما يلي:

أ) الجهات المعتمدة لحل منازعات أسماء مواقع الإنترنت

(Approved Dispute Resolution providers)

لا يمكن لأي جهة أن تقوم بحل منازعات أسماء مواقع الإنترنت ما لم تكن معتمدة من قبل منظمة منح الأسماء والأرقام على الإنترنت (ICANN). وهناك أربع جهات معينة ومعتمدة لهذا الغرض. (١)

١- المركز الآسيوي لحل منازعات أسماء المواقع (٢)

(Asian Domain Name Dispute Resolution Center DNDR)

(١) اعتمدت منظمة منح الأسماء والأرقام على الإنترنت (ICANN) بالإضافة إلى الجهات الأربعة المذكورة مركز التسوية الإلكتروني في كندا (e Resolution). وقد عرض على هذا المركز عدد من القضايا ولكن المركز توقف عن العمل بتاريخ ديسمبر ٢٠٠١ بعد أن اعتمد من قبل الأيكان بتاريخ ٢ يناير (January) ٢٠٠١.

ويمكن زيارة موقع المركز على عنوان الإنترنت التالي: <http://www.Udrpinfo.com/eres/>
(٢) اعتمد هذا المركز بتاريخ ٣ ديسمبر ٢٠٠١ ويمكن زيارة موقعه على عنوان الإنترنت التالي: <http://www.adndrc.org/adndrc/index.html>

٢- مركز الويبو للتحكيم والوساطة^(١).

(WIPO Arbitration and Mediator Center WAMC)

٣- مركز (سي بي آر) لحل المنازعات^(٢).

(CPR Institute For Dispute Resolution CRP)

٤- مجمع التحكيم الوطني^(٣).

(National Arbitration Forum NAF)^(٤).

ب) السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء المواقع (UDRP)

نتيجة الازدياد المستمر لتسجيل أسماء المواقع من قبل المسجلين الذين تدافع البعض منهم لتسجيل أسماء مواقع تتطابق أو تتشابه مع العلامات التجارية التي تعود لشركات مشهورة، فقد حرمت هذه الشركات الأخيرة من تسجيل علاماتها التجارية كأسماء مواقع وقد ازدادت الاعتداءات التي تقع على العلامات

(١) اعتمد المركز بتاريخ ١ ديسمبر ١٩٩٩ ويمكن زيارة موقعه على عنوان الانترنت التالي:

<http://arbiter.wipo.int/center/index.html>.

(٢) اعتمد هذا المركز بتاريخ ٢٢ مايو ٢٠٠٠ ويمكن زيارة موقعه على عنوان الانترنت التالي:

<http://www.cpradr.org/>

(٣) اعتمد هذا المركز بتاريخ ٢٣ ديسمبر ١٩٩٩ ويمكن زيارة موقعه على عنوان الانترنت التالي:

<http://www.arb-forum.com/domains/index.asp>

(٤) تبلغ نسبة تسوية منازعات أسماء المواقع من قبل مركز الويبو للتحكيم والوساطة أعلى نسبة ٥٩,٢٠% ثم يليها مجمع التحكيم الوطني ٣٤,٤٦% والمركز الآسيوي ٥,٦٣% و(سي بي آر) ٥,٧٢%

انظر موقع UDRInfo.com على عنوان الانترنت التالي:

http://www.cpradr.org/ICANN_Menu.html

<http://www.udrpinfo.com/dcsn.php>

التجارية في الفضاء الإلكتروني والمنازعات الخاصة بأسماء المواقع لأسباب متعددة يمكن إجمالها بالآتي:

١- إن الشركات المسجلة لأسماء المواقع لا تقوم بالتحري فيما إذا كان الشخص يملك الحق بتسجيل اسم الموقع أم لا، أو أن اسم الموقع المسجل يعتدي على علامة أو اسم تجاري أو أي حق عائد لشخص آخر.

٢- إن التسجيل (registration) يتم بسرعة على الإنترنت إذ لا يستغرق وقتاً طويلاً ويتم الدفع إلكترونياً بواسطة بطاقات الائتمان (Credit Card).

٣- إن الشركات المسجلة (registrars) لأسماء المواقع تطبق قاعدة "الخدمة أولاً لمن يسجل أولاً" (First Come First Served) الأمر الذي دفع (الآيكان) لتبني "السياسة الموحدة لحل منازعات أسماء المواقع" ^(١).

(١) لمعرفة المزيد حول السياسة الموحدة لحل منازعات المواقع يمكن مشاهدة المحاضرة التي ألقاها (Dr Andrew Christie) بعنوان Cybersquatting: the ICANN Uniform Dispute Resolution Process... على موقع المركز الكندي (Innovation Law and Policy Center) التابع لجامعة تورنتو (Toronto University) على العنوان الإلكتروني التالي: <http://innovationlaw.org/video/laws4.ram>

وقد ألزمت منظمة منح الأسماء والأرقام على الإنترنت (ICANN) ابتداء من ٢٦ آب/أغسطس ١٩٩٩ الشركات المسجلة لأسماء المواقع العليا (gTLDs) وهي (com) و (net) و (org) بالخضوع إجبارياً للسياسة الموحدة لحل منازعات أسماء المواقع (UDRP)^(١).

أما بالنسبة للشركات المعتمدة لتسجيل أسماء المواقع العليا العامة الأخرى مثل (aero) و (biz) و (coop) و (info) و (museum) و (name) و (pro) فقد طورت سياسات خاصة بها لحل المنازعات التي تنشأ بين المسجلين لهذه الأنواع من أسماء المواقع وأصحاب العلامات التجارية يجب إتباعها والالتزام بها حتى يمكن الالتجاء للسياسة الموحدة لحل منازعات أسماء المواقع^(٢).

(١) يجب أن نذكر أن هناك ٣٣ دولة من دول العالم تبنت من تلقاء نفسها السياسة الموحدة لحل منازعات أسماء مواقع الإنترنت (UDRP) ومنها مثلاً الفلبين (ph Philippine) وبنمــــا (pa Panama) والإمارات العربية المتحدة (ae UAE) ورومانيا (Ro Romania) وفنزويلا (Ve venezula) وقبرص (Cy cypress) والإكوادور (Ec Ecuador) وغيرها من الدول ويمكن معرفة الجهات الأخرى بزيارة عنوان الإنترنت التالي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/cctld/index.html>.

(٢) من بين هذه السياسات ما يلي:-

السياسة الخاصة بـ (biz) والمسماة:

Restrictions Dispute Resolution Policy (RDRD)

ويمكن تتبع هذه السياسة على عنوان الإنترنت التالي:

<http://www.neulevel.biz/ardp/docs/rdrp.html>

والسياسة الخاصة بـ (name) والمسماة:

Eligibility Requirements Dispute Resolution policy (ERDRP)

ويمكن تتبع هذه السياسة على عنوان الإنترنت الآتي:

<http://www.nic.name/downloads/erdrp.pdf>

والسياسة الخاصة بـ (aero) والمسماة:

Charter Eligibility Dispute Resolution Policy (CEDR)

=

ويمكن تتبع هذه السياسة على عنوان الإنترنت الآتي:

ومن الضروري الإشارة إلى أن المسجل لاسم الموقع (Domain Name Registrants) يلتزم عند تسجيل اسم موقعه بالخضوع للسياسة الموحدة لحل منازعات أسماء المواقع وذلك بموجب اتفاقية تسجيل اسم الموقع (Domain Registration Agreement) التي يبرمها مع الشركة المسجلة والتي تحتوي على إحدى البنود التي تلزمه بذلك.

ووفقاً للسياسة الموحدة لحل منازعات أسماء المواقع (UDRP) يجب على صاحب العلامة التجارية المتضرر حتى يستطيع أن يستعيد اسم الموقع الذي يتضمن علامته التجارية أن يثبت ما يأتي:^(١)

١- انه يملك علامة تجارية مطابقة أو مشابهة بشكل يؤدي إلى اللبس مع اسم الموقع المسجل.

<http://www.icann.org/tlds/agreements/sponsored/sponsorship-agmt-att12-13oct01.htm>

والسياسة الخاصة بـ (Coop) والمسماة Charter Eligibility Dispute Resolution Policy ويمكن تتبع هذه السياسة على عنوان الانترنت الآتي:

<http://www.cann.oeg/tlds/Hds/agreements/sponsored/sponsorship-agmt-att12-13oct01.htm>

والسياسة الخاصة بـ (museum) والمسماة Charter Eligibility Dispute Resolution Policy (CEDRP) على عنوان الانترنت الآتي:

<http://www.cann.oeg/tlds/Hds/agreements/sponsored/sponsorship-agmt-att12-13oct01.htm>

والسياسة الخاصة بـ (Pro) والمسماة Intellectual Property Defensive Registration Challenge for pro ويمكن تتبع هذه السياسة على عنوان الانترنت التالي:

<http://www.registrypro.com/policies/ipdrc-policy.pdf>

(١) انظر المادة ٤/أ من السياسة الموحدة لحل منازعات أسماء المواقع.

٢- انه ليس لدى المسجل لاسم الموقع حق أو مصلحة مشروعة باسم الموقع الذي سجله.

٣- أن المسجل لاسم الموقع قام بتسجيل اسم موقعه بسوء نية.

وهناك دلائل وردت على سبيل المثال في السياسة من شأنها إثبات سوء نية المسجل لاسم الموقع ومنها ما يلي: (١)

أ- تسجيل اسم الموقع بغرض البيع أو الايجار لمالك العلامة مقابل قيمة مالية عالية تتجاوز تكاليف التسجيل.

ب- تسجيل اسم الموقع بهدف منع مالك العلامة من تسجيل علامته التجارية كاسم موقع.

ج- تسجيل اسم الموقع بغرض تعطيل عمل المنافس.

د- استخدام اسم الموقع المسجل بطريقة تترك الزبائن وتجعلهم يعتقدون أن هناك علاقة تربط المسجل لاسم الموقع مع مالك العلامة أو علامته المشهورة.

ويستطيع المسجل لاسم الموقع وفقاً للسياسة أن يدحض ذلك ويثبت حسن نيته إذا ما أثبت أياً من الآتي: (٢)

(١) انظر المادة ٤/ب.

(٢) انظر المادة ٤/ج.

- ١- إذا كان معروفاً عموماً باسم الموقع الذي سجله حتى ولو لم يكن لديه علامة تجارية بذلك.
 - ٢- إذا كان يستخدم اسم الموقع لاستخدامات قانونية غير تجارية ولا ينوى استخدامه بنية تضليل المستهلكين أو الإساءة لسمعة مالك العلامة التجارية.
 - ٣- إذا كان يستخدم الاسم بنية حسنة لبيع البضائع أو الخدمات.
- وينبغي أن نذكر أن المشتكي (Complainant) صاحب العلامة التجارية هو الذي يقوم باختيار إحدى الجهات المعتمدة من قِبَل (لأى كان) لحل منازعات أسماء المواقع وهو الذي يدفع رسوم ومصاريف تسوية النزاع. وفقاً للقواعد التكميلية الخاصة بهذه الجهات^(١). وإذا فضل المشتكي في حقه (Respondent) تعيين فريق من ثلاثة أشخاص (3 panelists) يتم اقتسام الرسوم بين الطرفين المتنازعين^(٢).
- وتنحصر طلبات المشتكي وفقاً للسياسة إما بإلغاء اسم الموقع المسجل أو طلب تحويل اسم الموقع من المسجل إلى صاحب العلامة التجارية^(٣).

(١) المادة ٤/ث من السياسة.

(٢) المادة ٤/خ

(٣) المادة ٤/س

وفي حالة إذا ما قررت الجهة التي تقوم بحل النزاع إلغاء أو تحويل اسم الموقع ينتظر المسجل أو الشركة المسجلة لاسم الموقع عشرة أيام عمل وتقوم بتنفيذ القرار، إلا إذا استلمت من المسجل لاسم الموقع أو المشتكي في حقه الصادر ضده القرار أوراقاً ثبوتية تفيد رفع دعوى أمام محكمه مختصة بنظر النزاع ضد صاحب العلامة التجارية الذي صدر القرار لمصلحته. وينتظر المسجل حتى يستلم ما يثبت أن القضية قد فصلت لمصلحة المسجل لاسم الموقع أو أنها رفضت ويقوم بتنفيذ قرار المحكمة المختصة الصادر بهذا الخصوص^(١).

وفي كل الأحوال لا تعد الشركات المسجلة لأسماء المواقع طرفاً في منازعات أسماء المواقع ولا تعد مسؤولة عن القرار الصادر^(٢) ويجب أن يتمتع صاحب العلامة التجارية المتضرر أو المسجل لاسم الموقع عن إدخالها في الإجراءات القانونية^(٣).

ويجب على المسجل لاسم الموقع أن لا يقوم بتحويل اسم الموقع لشخص آخر (Cyberflying) خلال نفس فترة اتخاذ الإجراءات القانونية أو خلال

(١) انظر المادة ٤/ز من السياسة. ولمعرفة القضايا الصادرة عن الجهات المعتمدة لحل منازعات أسماء المواقع والتي لم يرض أطراف النزاع بقراراتها ورفعوا دعاوى أمام المحاكم المحلية المختصة بشأنها انظر

موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) على عنوان الانترنت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/challenged/index.html>

وموقع (UDRP.Law.net) على عنوان الانترنت الآتي:

<http://www.udrplaw.net/UDRPappeals.htm>

(٢) نظر المادة ٤/ح من السياسة الموحدة لحل منازعات أسماء المواقع.

(٣) انظر المادة ٧

مدة (١٥) يوم عمل منذ نهاية الإجراءات إلا إذا وافق الطرف المحول له اسم الموقع كتابه بالخضوع تماماً لقرار الفريق الصادر بشأن اسم الموقع^(١).

وفي حالة مخالفة المسجل ذلك يمكن إلغاء اسم الموقع المحول إذا ما حول لشخص آخر^(٢).

ويحق للشركة المسجلة تعديل السياسة الموحدة لحل المنازعات (UDRP) بموافقة الآيكان وتقوم الشركة بوضع نسخة السياسة المعدلة على الموقع قبل (٣٠) يوماً من تطبيقها. وفي حالة عدم موافقة المسجل على ذلك يحق له إلغاء اتفاقية التسجيل التي أبرمها ولا يسمح له باستعادة مصاريف التسجيل التي دفعها^(٣).

ج) القواعد الخاصة بالسياسة الموحدة لحل منازعات أسماء المواقع:

(Rules for the Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy)

بالإضافة للسياسة الموحدة لحل منازعات أسماء المواقع هناك قواعد تكميلية خاصة بهذه السياسة تفصل كثيراً من الأمور المتعلقة بالشكوى التي يقدمها صاحب العلامة التجارية والرد عليها من قبل مسجل اسم الموقع أو المشتكي في حقه. ويضيق المجال في هذه الدراسة للحديث عن هذه القواعد تفصيلاً^(٤).

(١) انظر المادة ٨/أ.

(٢) انظر المادة ٨/ب.

(٣) انظر المادة ٩.

(٤) ويمكن تتبع هذه القواعد التكميلية على عنوان الإنترنت التالي:

<http://www.icann.org/dndr/udrp/uniform-rules.htm>

د) القواعد التكميلية الخاصة بالجهات المعتمدة لحل منازعات أسماء

المواقع: (Approved Dispute Resolution Providers Supplemental Rules)

بالإضافة للسياسة الموحدة لحل منازعات أسماء المواقع والقواعد الخاصة بها، تضع كل جهة تقوم بحل منازعات أسماء المواقع قواعدها التكميلية^(١) التي يجب على الشخص المشتكي أن يلتزم بها عند رفعه شكوى ضد المسجل لاسم الموقع وفقاً لما تحدده كل جهة معتمدة لحل المنازعات والتي لا يجوز أن تتعارض في كل الأحوال مع السياسة الموحدة لحل المنازعات وقواعدها.

ومن بين الأمور التي تعالجها القواعد التكميلية الرسوم وسبل التواصل مع الجهة التي تقوم بحل المنازعة وكيفية تقديم الشكوى وكيفية الرد عليها.

(١) يمكن تتبع القواعد التكميلية الخاصة بالمنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO Supplemental Rules) على عنوان الانترنت التالي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/rules/supplemental/index.html>

ويمكن تتبع القواعد التكميلية الخاصة بمجمع التحكيم الوطني (NAF) على عنوان الانترنت الآتي:

<http://www.arb-forum.com/domains/UDRP/rules.asp>

والقواعد التكميلية الخاصة بمركز (سي بي آر) لتسوية المنازعات (CPR) على عنوان الانترنت الآتي:

http://www.cpradr.org/ICANN_RulesAndFees.htm

والقواعد التكميلية الخاصة بالمركز الآسيوي (ADNDRC) على عنوان الانترنت الآتي:

http://www.adndrc.org/adndrc/hk_supplemental_rules.html

والقواعد التكميلية الخاصة بالمركز الكندي لتسوية المنازعات (eResolution) على عنوان الانترنت الآتي:

<http://www.udrpinfo.com/eres/supprules.htm>.

هـ) إجراءات حل منازعات أسماء المواقع أمام الجهات المعتمدة لتسوية منازعات أسماء المواقع:

سنحاول باختصار موجز أن نعالج إجراءات حل منازعات أسماء المواقع وفقاً للمنظمة العالمية للملكية الفكرية^(١) (WIPO).

١- يقوم المشتكي (complainant) بإرسال شكواه إلى مركز الويبو للتحكيم والوساطة (المركز) إلكترونياً (عن طريق تعبئة نموذج خاص من الموقع) أو إرسالها بالبريد العادي على العنوان الذي يحدده المركز^(٢).

٢- يتسلم المركز الشكوى ويبلغ المشتكي فور تسلمها.

٣- يطلب المركز من الشركة أو الجهة التي سجل لديها الموقع أن تقوم بتزويده بمعلومات معينة وبعد أن تقوم بذلك، يقوم المركز بإجراء المراجعة اللازمة.

(١) بلغ عدد القضايا المرفوعة أمام مركز الويبو للتحكيم والوساطة (WIPO Arbitration and Mediation Center) وحتى تاريخ مايو ٢٠٠٣ حوالي ٢٠,٥١١ منها ٥,٠٠٠ وفقاً للسياسة الموحدة لحل منازعات أسماء المواقع (UDRP) و ١٥,٥٠٠ وفقاً للسياسات الأخرى مثل Sunrise (Forinfo) و Stop (Forbiz) وتوجد أغلب أطراف منازعات أسماء المواقع المرفوعة أمام مركز الويبو للتحكيم والوساطة في كل من الولايات المتحدة (٤٦,٨%) وبريطانيا (٥٩%) وفرنسا (٥٦%) وأسبانيا (٥,٥%) وألمانيا (٥,١%) وكندا (٣,٩%).

(٢) انظر المادة ٣ (أ) من القواعد التكميلية الخاصة بمركز الويبو للتحكيم والوساطة. وهي متوافرة على عنوان الانترنت الآتي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/rules/supplemental/index.html>.

- ٤- يبلغ المركز المسجل لاسم الموقع أو المشتكي في حقه بدء الإجراءات في حالة كون الشكوى مقدمه بشكل صحيح، وتم دفع رسومها وفقاً للإجراءات.
- ٥- يجب على المسجل لاسم الموقع أو المشتكي في حقه إرسال جوابه على الشكوى المقدمة ضده للمركز خلال (٢٠) يوماً من بدء الإجراءات.
- ٦- يقوم المركز بتسلم جواب المشتكي في حقه ويعلمه بتسلمه وفي حالة وجود نواقص يعلم المشتكي في حقه أيضاً بذلك.
- ٧- يقوم المركز بتعيين فريق مكون من شخص واحد إلى ثلاثة أشخاص حسب ما يرغب به أطراف النزاع.
- ٨- يصدر الفريق المذكور حكمه خلال (١٤) يوماً من تاريخ تعيينه وهو لا يخرج عن الحالات التالية:
 - أ- الحكم لصالح المشتكي أو صاحب العلامة التجارية بأن ينقل اسم الموقع له.
 - ب- الحكم لصالح المشتكي أو صاحب العلامة التجارية بان يلغى اسم الموقع المسجل.

جـ- الحكم لصالح المشتكي في حقه أو المسجل لاسم الموقع برفض الطلبات المقدمة من قبل المشتكي ويمكن أيضاً أن يحكم عليه بإساءة استخدام الإجراءات التي وضعت لحل منازعات أسماء المواقع وذلك في أحوال معينة.

٩- بعد أن يصدر الفريق قراره خلال هذه المدة يقوم المركز بإبلاغه لأطراف النزاع والآيكان والمسجل لاسم الموقع المعني؛ وذلك خلال مدة (٣) أيام من استلامه.

١٠- تقوم الشركة المسجلة لاسم الموقع بإعلام الأطراف بالتاريخ الذي سوف يتم فيه تنفيذ القرار الصادر، وعادة ما ينفذ القرار خلال عشرة أيام إلا إذا قام الطرف الصادر ضده القرار برفع دعوى أمام محكمة مختصة وزود الشركة المسجلة لاسم الموقع بما يثبت ذلك فتنتظر هذه الجهة حتى تنتهي القضية المرفوعة ويصدر حكم بشأنها، وتقوم الشركة المسجلة بتنفيذه على الفور^(١).

(١) لمزيد من التفصيل حول إجراءات حل المنازعات أمام المنظمة العالمية للملكية الفكرية يمكن الإطلاع على الدليل الكامل الذي أعدته المنظمة على عنوان الانترنت التالي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/guide/index.html#a>

خاتمة

تعالج الدراسة موضوعاً جديداً فرضته تكنولوجيا حديثة متسارعة ممثلة (بالإنترنت) التي سارعت الكثير من الشركات لتأسيس مواقع لها في الفضاء الإلكتروني بغية تسهيل تواصلها بعملائها والتعريف بالأعمال والخدمات التي تقدمها.

وقد كانت الخطوة الأولى للقيام بأعمال التجارة الإلكترونية وتأسيس المواقع هي حجز أسماء مواقع متطابقة مع أسماء الشركات أو علاماتها التجارية، إلا أن هذه الشركات كثيراً ما تفاجأ بان علاماتها التجارية التي كانت تود تسجيلها كأسماء مواقع قد سجلت سابقاً من قبل أشخاص أو شركات متنافسة أو غير متنافسة معها ، الأمر الذي يفوت على هذه الشركات إمكانية تسجيل أسماء المواقع التي كانت تود تسجيلها.

ولعل الدراسة توضح أهميه الجمع بين القانون والتقنية لمحاولة تفادي ومنع المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء المواقع وحلها في حالة وقوعها.

و هناك حقيقة يتلمسها القارئ الحصيف وهي أن التقنية سريعة والقانون بطيء ولكن هل يعني ذلك أن الأخير غير قابل للتجديد والتطور؟ بالطبع لا، لقد واكب القانون الكثير من التطورات والثورات المختلفة وعليه الآن أن يواكب ثورة من نوع آخر ألا وهي الثورة الرقمية. وهذه الدعوة تشتد الحاجة

لها في الوطن العربي الذي يعاني من قصور ملحوظ في تشريعات التجارة الإلكترونية عامة وفي التشريعات المتعلقة بأسماء المواقع خاصة.

ففي مجال التجارة الإلكترونية لاشك أن دول عربيه عدة قد بادرت إلى سن قوانين خاصة بالتعاقد الإلكتروني والإثبات الإلكتروني، ولكنها أغفلت مسائل أخرى عديدة تدخل في صميم التجارة الإلكترونية مثل حقوق التأليف والإنترنت وردم الفجوة الرقمية في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في داخل الدولة الواحدة، وحماية خصوصية الأفراد على الإنترنت وتطوير قوانين الإدارة لإزالة العوائق أمام تطبيق الحكومة الإلكترونية، وتطوير قوانين الشركات للسماح باستخدام الإنترنت والتقانات المختلفة للتواصل بين المساهمين وتسهيل إدارة الشركات والجرائم الإلكترونية... الخ.

وفي المقابل لم تصدر أي دوله عربيه على حد علمنا قانوناً خاصاً بأسماء المواقع، ولم تقم أي منها بتعديل قوانين العلامات التجارية وقوانين المنافسة غير المشروعة النافذة فيها بغرض التعامل مع ظاهرة قرصنة أسماء المواقع.

وإذا جاز لنا أن نبدي بعض المقترحات فلعل أهم ما يمكن اقتراحه ما يأتي:

(١) إدخال تعديلات على قوانين العلامات التجارية في الدول العربية لمواجهة ظاهرة قرصنة أسماء المواقع بحيث تنص بوضوح على أن

"تسجيل اسم موقع متطابق أو متشابهة إلى حد مربك مع علامة تجارية يشكل اعتداءً على العلامة التجارية". ويمكن إضافة نصوص جديدة لقوانين المنافسة غير المشروعة حيثما وجدت هذه القوانين تعد أفعال قرصنه أسماء المواقع من قبيل أفعال المنافسة غير المشروعة.

(٢) ينبغي أن تتاح الفرصة للقضاة أن يحضروا ورشات عمل وندوات يكون من شأنها أن تؤهلهم لفهم القضايا التقنية المرتبطة بالإنترنت والتجارة الإلكترونية، وخاصة المسائل الفنية الخاصة بأسماء المواقع. ولعل أبرز هذه الندوات وورشات العمل تلك التي تعقدتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (مركز الويبو للتحكيم والوساطة) والجمعية الدولية للعلامات التجارية (INTA).

(٣) ينبغي تدريب المحامين على الشكاوى التي يمكن أن ترفع لدى الجهات المعتمدة من قبل المنظمة الدولية لمنح الأسماء والأرقام على الإنترنت "الآيكان"، والخاصة بمنازعات أسماء المواقع العليا العامة (gTLDs). ولعل نقابات المحامين في الوطن العربي هي الجهات المناسبة لتولي هذه المهمة، هذا فضلاً عن أهمية قيام هذه النقابات بتدريب منتسبيها على القضايا المتعلقة بأسماء المواقع الوطنية (ccTLDs) والتي من المنتظر أن ترفع أمام القضاء الوطني.

(٤) ينبغي على كليات الحقوق تدريس مواد قانونية خاصة بالتجارة الإلكترونية وإيلاء الأهمية للمواضيع المتعلقة بأسماء مواقع الإنترنت والمنازعات حول العلامات التجارية وأسماء المواقع.

قائمه بالمراجع الرئيسة

أ) الكتب :

- 1- Electronic Commerce, Michael Chissick & Alistair Kelman, sweet & Maxwell, second edition, 2000>
- 2- Internet Law & regulation, Graham Smith, Sweet & Maxwell, Third edition, 2002.
- 3- Robert Wegenekm Ged O'Neil, Jonattan Moore, e-Commerce, Lexis-Nexis, Butteworths, Third Edition, 2002.
- 4- John Oslen, Spyros Manitis, Nicholas Wood, Caroline Wilson.4 Domain Names – Global_practice & procedure, Sweet and Maxwell, London 2002.
- 5- Yaman Akdeniz, Clive Walker, David Wall, The Internet Law and Society- Long man UK2000.

ب) الندوات :

- 1- Trademarks in cyberspace 2002, September 19- 20, 2002, Sheraton Hotel & Towers, Brussels, Belgium.
- ٢- محمد حسام لطفي، " التزاع بين أسماء المواقع على الإنترنت والعلامات التجارية" – ندوة الويبو الوطنية عن آخر التطورات في مجال الملكية الفكرية التي عقدت في مسقط بتاريخ ٢٠-٢١ أكتوبر ٢٠٠٢.

ج) المقالات:

1. James D. Kole, Protecting Web Site Content from theft, New York law Journal, available at:
http://www.nixonpeabody.com/publications_new_fulltext.asp?ID=1526&BACK=default.asp&TARGET=top.
2. Jason Jerk, Domain Name Disputes: A Guide to protecting and Securing Domain Names, Internet law journal, available at
<http://www.internetlawjournal.com/cont/ent/ecomarticle060800>
3. Jonathan Hudis, Trademarks In Cyberspace: Gathering your evidence to make a difference, available at:
<http://www.oblon.com/Pub/display.php?hudis-tmcyber.html>
4. Tracking your trademarks, IP scan, spring 2002 available at:
<http://www.netsearchers.com/index.asp?X=ipscan3&L=en>
5. Lisa T Qartz, Trademarks and the Internet, available at:
<http://www.perkinscoie.com/resource/ecom/trademarks.html>
6. Stella Stephens, Cyber-terrorism: combating hate online, November 2001, International Technology Law Review available at
<http://www.legalmediagroup.com/techlawlive/includes/print.asp?SID=531>
7. Jay Hollander, The impact of Reverse Domain Name Hijacking available at,
<http://www.gigalaw.com/articles/2002/hollander-2002-03.html>
8. Chamber Yang, Legal issues on domain names A World Wide Watch. <http://lawyer2om.com/English/articles/domainname.htm> available at.
9. United Nation Conference on Trade and Development, E-Commerce and development report 2002, Chapter 2, p 42 available at: http://r0.unctad.org/ecommerce/docs/edr02_en/ecdr02.pdf

١٠. حسن عبد الباسط جمعي، سمير حمزة، " الحماية القانونية لمواقع الإنترنت وأسماء الدومين"، مؤتمر التجارة الالكترونية والإعسار عبر الحدود، مركز القاهرة الإقليمي للتحكيم الدولي، ٢٠-٢٢ نوفمبر، ٢٠٠٠

11. Jessica Litman, the DNS Wars: Trademarks and the Internet Domain System, 4J Small & Emerging Bus. L. 149 (2000) available at
http://www.law.wayne.edu/litman/papers/DNS_wars.pdf
12. Legal Issues of Electronic commerce- A practical guide for SMEs, Chapter choosing Registering a Domain Name, Norwegian Research Center for Computers and law, University of Oslo, available at:
http://www.eclip.org/documentsII/ecommerce_SME.pdf
13. Diane Cabell, Name Conflict, 2000 available at
<http://www.cyberspacelaw.org/cabell/>

٤) الإنترنت

١. موقع (الآيكان) على العنوان: <http://www.icann.org>
٢. موقع مركز مركز (بيركمان) للإنترنت والمجتمع التابع لجامعة هارفارد (Berkman Center Internet&Society) على العنوان:
<http://cyber.law.harvard.edu>
٣. الصفحة الرئيسية للبروفيسور ولیم فیشر (William W Fischer) على العنوان:
http://www.law.harvard.edu/Academic_Affairs/coursepages/tfisher/
٤. موقع (الويبو) على العنوان: <http://www.wipo.org>
٥. موقع (الآيانا) على العنوان: <http://www.iana.org/>

