الحماية القانونية لعنوان المتجر الإلكتروني

الأستاذة/ حنان بادي مليكة
كلية الحقوق - جامعة دمشق
الجمهورية العربية السورية

ملخص:

تتجلى التجارة عبر الإنترنت في ممارسة النشاط التجاري المألوف عبر موقعٍ إلكتروني قائم على شبكة الإنترنت، يُطلق عليه المتجر الإلكترونيٍ. ويقوم مقام المتجر التقليدي، فيتكون من مجموعة من العناصر، يأتي على رأسها العنوان الإلكتروني، الذي يُعتبر من المصطلحات الجديدة في عالمنا المعاصر؛ مما يقتضي معه التعريف به وتحديد طبيعته القانونية وصولاً إلى تحديد أوجه الحماية القانونية للعنوان الإلكتروني في ضوء انتشار المنازعات المرتبطة بهذا العنوان، والتي من شأنها التعرض لحقوق الملكية الفكرية وغيرها من الحقوق المملوكة للغير من جهة، والتأثير على الدور الوظيفي للعنوان الإلكتروني من جهة ثانية. وهذا ما سنتناوله في هذا البحث.

المقدمة

نعيش اليوم واقعاً جديداً متميزاً، يتناسب مع الثورة التقنية الرائدة التي غزت جميع القطاعات، بما فيها قطاع التجارة الذي يمتاز بحيويته وسرعته في إنجاز المعاملات التجارية؛ الأمر الذي جعله يتكيف بسرعة مع ما فرضته ثورة المعلومات من وسائل إلكترونية حديثة ساهمت في تحقيق السرعة، وتوفير الجهد والوقت. فكانت التجارة الإلكترونية نتيجةً حتميةً للتطور التكنولوجي التقني

الحاصل، وهي أحد الأشكال المتطورة للتجارة؛ حيث تتم عمليات البيع والشراء باستخدام الوسائل الإلكترونية المتطورة التي تؤمّن الاتصال بين أطراف العملية التجارية بشكل أسرع دون الحاجة إلى اجتماعهم في مكانٍ جغرافي واحد.

ولعلّ الإنترنت من أهم الوسائل الإلكترونية المستخدمة في التجارة الإلكترونية باعتباره الصورة الأحدث والأغنى في العالم المعلوماتي الجديد.

فالتجارة عبر الإنترنت تتجلى في ممارسة النشاط التجاري المألوف عبر موقع إلكتروني على شبكة الإنترنت؛ حيث يمثل هذا الموقع المتجر الإلكتروني الذي يمارس من خلاله التاجر نشاطه التجاري، الذي بدوره يتكون من مجموعة من العناصر، يأتي على رأسها العنوان الإلكتروني موضوع هذا البحث باعتباره من المصطلحات الجديدة في عالمنا، التي تحتاج إلى التعريف بها، وتحديد ماهيتها لإزالة الغموض الذي يعتري العملية التجارية عبر الإنترنت. كما أن الازدياد الملحوظ لأعداد مستخدمي الإنترنت، وانتشار التجارة الإلكترونية أدّى إلى ظهور نوع جديد من المنازعات ألا وهو المنازعات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية كالمنازعات المرتبطة بالعنوان الإلكتروني، التي من شأنها التعرض لحقوق الملكية الفكرية وغيرها من الحقوق المملوكة للغير من جهة، والتأثير على الدور الوظيفي للعنوان الإلكتروني من جهة ثانية. ولبيان ذلك آثرنا البدء بتمهيد نبيّن فيه مفهوم المتجر الإلكتروني الذي يعد القاعدة الأساسية التي تقوم عليها التجارة عبر الإنترنت لبيان فيما إذا كان يقوم مقام المتجر التقليدي أم لا. ومن ثم نتناول ماهية العنوان الإلكتروني في المبحث الأول ببيان تعريفه، والدور الوظيفي الذي يقوم به لتعرّف مدى أهميته في العملية التجارية عبر الإنترنت.

وكان لا بدّ لنا من تسليط الضوء على الطبيعة القانونية للعنوان الإلكتروني للتوصل إلى القواعد القانونية الناظمة له، لنبيّن أبالإمكان تطبيق القواعد القانونية العامة عليه أم أنه يتطلب قواعد قانونية خاصة به تبعاً لطبيعته الخاصة. ثم نحدد أوجه الحماية القانونية للعنوان الإلكتروني تبعاً لتحديد طبيعته القانونية في المبحث الثاني.

وستكون خطة البحث على النحو التالي:

المقدمة.

تمهيد: مفهوم المتجر الإلكتروني.

المبحث الأول: ماهية العنوان الإلكتروني.

المطلب الأول: تعريف العنوان الإلكتروني.

المطلب الثاني: الدور الوظيفي للعنوان الإلكتروني.

المطلب الثالث: الطبيعة القانونية للعنوان الإلكتروني.

المبحث الثاني: أوجه حماية العنوان الإلكتروني.

المطلب الأول: الحماية المستمدة من تسجيل العنوان الإلكتروني.

المطلب الثاني: الحماية المستمدة من السياسة الموحدة للآيكان.

المطلب الثالث: الحماية المستمدة من التشريعات القانونية.

أولاً: الحماية المستمدة من تشريعات الملكية الفكرية.

ثانياً: الحماية المستمدة من التشريعات الخاصة بالمعاملات الإلكترونية.

الخاتمة.

تمهيد: مفهوم المتجر الإلكتروني

كما نعلم لا بد للتاجر من اتخاذ مكان معين لممارسة نشاطه التجاري من خلاله. ليكون المحل التجاري الذي اتخذه صلة الوصل بينه وبين عملائه، ومركزاً رئيسياً لإتمام المعاملات التجارية المختلفة. وينطبق الحال فيما لو مارس التاجر نشاطه التجاري عبر الإنترنت، فلا بدّ له أن يتخذ متجراً يتصل به بالعملاء ويعرض من خلاله منتجاته أو خدماته على الجمهور الواسع من مستخدمي الإنترنت؛ إذْ إن المناخ الطبيعي للتجارة الإلكترونية يفرض الوجود الافتراضي بين أطرافها دون الوجود المادي؛ وذلك نتيجةً لاستخدام الوسائل

الإلكترونية المتطورة التي تسمح بإتمام المعاملات التجارية دون الحاجة إلى الاتصال المادي بين أطرافها.

ويماثل المتجر الإلكتروني المتجر التقليدي من حيث الدور الذي يقوم به كمركز حيوي لممارسة العمل التجاري. إلا أنه يختلف عنه من حيث البيئة التي يوجد فيها؛ ففي حين نجد المتجر الإلكتروني في البيئة الإلكترونية القائمة على استخدام الوسائل الإلكترونية الحديثة المتمثلة بالإنترنت، فإننا نجد المتجر التقليدي في الواقع المادي الملموس الذي يتجسد بالاتصال المادي المباشر بين أطراف العملية التجارية.

فالسوق الافتراضية هي تجميع الموردين والزبائن حول موقع ويب محدد غالباً يشار إليه بعقدة متاجرة أو سوق على الشبكة، ويركز هذا الموقع على المتاجرة بمجموعة من المنتجات أو الخدمات، وهذه السوق افتراضية؛ لأن وجودها يعتمد على موقع ويب وعلى توافر وصلة إنترنت لدى زبائن هذا الموقع وموردیه؛ حتى يستطيعوا المشاركة في السوق من أي مكان وفي أي وقت(١).

ويمارس التاجر نشاطه التجاري عبر الإنترنت من خلال المتجر الإلكتروني الذي يتكون من مجموعة من العناصر المتكاملة التي يتحد بعضها مع بعض لتكوين ذلك المتجر بالصورة التي تتيح لمستخدمي الإنترنت الوصول إلى المنتجات أو الخدمات المعروضة فيه كخطوة أولى لإتمام المعاملات التجارية. فإذا أراد التاجر أن يقيم متجراً إلكترونياً خاصاً به على شبكة الإنترنت فلا بد له – في البداية – أن يتخذ موقعاً إلكترونياً يقابل في الواقع التقليدي المادي تلك المساحة الجغرافية التي يقوم عليها المتجر التقليدي، التي يمكن أن تكون ملكاً خالصاً للتاجر أو أنه يتمتع بحق الاستئجار، الذي ينتقل مع المتجر فيما لو تم بيعه إلى تاجرٍ آخر.

(١) ستيوارت ماك كي، أفضل الممارسات في التجارة الإلكترونية على شبكة الإنترنت، تعريب علي أبو عمشة وندى غنيم، مكتبة العبيكان، السعودية، ص ١٣٥.

وكما أن التاجر في الواقع المادي يعمل على تجهيز محله التجاري بالتجهيزات التي تتناسب وطبيعة العمل التجاري الذي يمارسه، وإكسائه بالأثاث الملائم – فإنه في التجارة عبر الإنترنت يعمل على إنشاء موقعٍ إلكترونيٍ مميّز بتصميمه وتنظيمه بالشكل الذي يلبي الهدف الذي أنشئ من أجله، ألا وهو جذب أكبر عدد ممكن من مستخدمي الإنترنت للدخول إلى هذا الموقع، والوصول إلى المنتجات أو الخدمات المعروضة. فتصميم الشكل الذي سيؤول إليه الموقع الإلكتروني يعدّ من العناصر المهمة المكوّنة للمتجر الإلكتروني.

ولا بدّ من توافر تقنيات عالية لإنشاء الموقع وتمكين الزبائن من الوصول إلى ما يريدون بسهولة من خلال عرض المنتجات وصولاً إلى إجراء الصفقات، ومن ثم إرسال المنتجات إلى الزبائن بالسرعة المطلوبة(٢). فكلما كان التصميم بسيطاً جذاباً قادراً على لفت أنظار المستخدمين، كان الموقع ناجحاً في تمثيل المتجر الإلكتروني القائم على شبكة الإنترنت؛ إذ إن شكل الموقع الذي يتخذه التاجر كمتجر إلكتروني يؤدي دوراً في المحافظة على زبائن المتجر الإلكتروني وتشجيعهم للعودة إلى الموقع، إضافةً إلى دعوة زبائن جدد للدخول إلى الموقع.

أمّا بالنسبة إلى العناصر الأخرى المكونة للمتجر الإلكتروني، فإنها تتفق مع عناصر المتجر التقليدي، فيمكن للتاجر أن يتخذ علامةً تجاريةً تميّز منتجاته أو خدماته المعروضة عبر الإنترنت.

كما يمكن أن يكون التاجر صاحب براءة اختراع فيستخدمها في نشاطه التجاري فيما لو استثمر ذلك الاختراع وجعله موضوعاً لعمله التجاري عبر الإنترنت.

ويشكّل العنوان الإلكتروني عنصراً رئيسياً من عناصر المتجر الإلكتروني، وهو يتشابه مع العنوان التجاري المستخدم في المتجر التقليدي. فكل منهما يقوم بالدور التمييزي للمتجر والدور الإعلاني عن المتجر مع اختلاف بيئة

(٢) Kenneth C.Laudon and Carol Cuercio Traver, E-Commerce-business.technology. society, Third Edition, Pearson, Prentice Hall, Upper Saddle River, NewJersey,07458, 2007, P.194.

العمل التجاري. ففي حين يقوم العنوان الإلكتروني بتمييز المتجر الإلكتروني عن غيره من المتاجر على شبكة الإنترنت، فإن العنوان التجاري يقوم بدوره هذا في الواقع المادي التقليدي.

وبناءً عليه يمكننا تعريف المتجر الإلكتروني بأنه:" مجموعة من العناصر تتم من خلالها المعاملات التجارية عبر الإنترنت". فكما هو الحال في التجارة التقليدية حيث تتم المعاملات التجارية بين التاجر والزبون في المتجر التقليدي، فإن التجارة عبر الإنترنت تتجسد بالمتجر الإلكتروني كمكان افتراضي يتم من خلاله تبادل الرسائل الإلكترونية بين التاجر والزبون بهدف إتمام المعاملات التجارية المختلفة ابتداءً من عرض المنتجات أو الخدمات بمواصفاتها وأسعارها، مروراً بالمفاوضات المتبادلة، وانتهاءً بعمليات الدفع الإلكتروني.

ونظراً لأهمية العنوان الإلكتروني كعنصر من عناصر المتجر الإلكتروني، فإننا سنبحث في ماهيته أولاً، ومن ثم نتناول الأوجه المتعددة لحمايته في مواجهة أي اعتداء.

المبحث الأول
ماهية العنوان الإلكتروني

يسعى أصحاب المشاريع المختلفة إلى نشر أنشطتهم على أكبر عدد ممكن من الجمهور. وهذا ما دفعهم إلى استخدام الإنترنت باعتباره الوسيلة الأكثر انتشاراً في وقتنا الحالي، التي تؤدي إلى جذب جمهورٍ واسعٍ من مستخدمي الإنترنت. إلا أن صاحب المشروع يحتاج إلى تعريف مشروعه على شبكة الإنترنت كي يتمكن مستخدم الإنترنت من التمييز بينه وبين المشاريع الأخرى القائمة على تلك الشبكة العالمية. فيكون هذا التعريف من خلال العنوان الإلكتروني الذي يمثّل المدخل الرئيسي للوصول إلى الموقع الإلكتروني الممثل للمشروع.

من ثم لا بدّ من اختيار عنوان إلكتروني قادر على تمييز المتجر الذي يجسده بسهولة من قبل مستخدمي الإنترنت. مع مراعاة المجموعات المختلفة من الناس الذين ينتمون إلى بلدانٍ مختلفة وثقافات مختلفة. (٣)

وفيما يأتي سنبين تعريف العنوان الإلكتروني والدور الوظيفي الذي يقوم به.

المطلب الأول
تعريف العنوان الإلكتروني

وردت تعريفات متعددة للعنوان الإلكتروني، وقد اعتمدت على كل من تكوين العنوان الإلكتروني والدور الوظيفي الذي يقوم به.

فقد عرّفه جانبٌ من الفقه بأنه:"حروفٌ تشير إلى موقع معين يقصده مستخدم الإنترنت" (٤).

---

(٣) H.M.Deitel-P.J.Deitel-T.R.Nieto-E-Business and e-commerce-How To Program-Prentice Hall-Upper Saddle River-New Jersey -07458-2001- P.105

(٤) د. شريف محمد غنام، حماية العلامات التجارية عبر الإنترنت في علاقتها بالعنوان الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر ٢٠٠٧، ص ١١.

يشير هذا التعريف إلى التكوين الحرفي للعنوان الإلكتروني؛ فهو مجموعة من الحروف المترابطة بعضها مع بعض لتشكل عنواناً مميزاً يساعد المستخدم في الوصول إلى موقع المشروع على شبكة الإنترنت.

ويطلق جانبٌ آخر من الفقه على العنوان الإلكتروني مصطلح (اسم الموقع) ويعرّفه بأنه: "عنوان فريد متميز يتكون من عدد من الأحرف الأبجدية اللاتينية أو الأرقام التي يمكن بواسطتها الوصول إلى موقع ما على الإنترنت"(٥).

يبين هذا التعريف أن العنوان الإلكتروني يتكون من مجموعة من الحروف الأبجدية التي تجتمع معاً لتؤلف مصطلحاً معيناً يشير إلى موقع معين على شبكة الإنترنت، ويؤدي إلى الوصول إلى ذلك الموقع. فهو يعتمد في تعريفه على تكوين العنوان الإلكتروني وعلى الوظيفة التي يؤديها على شبكة الإنترنت.

ويعرّف جانبٌ ثالث من الفقه أسماء مواقع الإنترنت بأنها: "العناوين التي نستخدمها للعثور على مواقع معينة"(٦).

يبيّن هذا التعريف إحدى وظائف العنوان الإلكتروني ألا وهي استخدامه للوصول إلى موقع محدد على شبكة الإنترنت.

كما أن هناك عدّة تعريفات قانونية للعنوان الإلكتروني؛ فقد عرّفه المشرع المصري وأطلق عليه مصطلح (اسم الدومين). فأسماء الدومين وفقاً لمشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري هي: "عناوين متفردة تخصصها الجهة المرخصة لها لمستخدمي شبكة المعلومات بما يسمح بإيجاد موقع خاص بصاحب اسم الدومين يحدد شخصيته ويميزه عن غيره".

---

(٥) د. رامي محمد علوان، المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء مواقع الإنترنت، بحث منشور في مجلة الشريعة والقانون، العدد الثاني والعشرون، يناير ٢٠٠٥، ص ٢٤٦.

(٦) د. عصام عبد الفتاح مطر، التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية والأجنبية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر ٢٠٠٩، ص ٢٩٨.

بينما يعرّف المشرع السوري اسم الموقع على الإنترنت (website name) بأنه:" مجموعة من الرموز الأبجدية والرقمية، ذات دلالة قابلة للتذكر وتقابل عنوان موقع على الإنترنت ويتألف هذا الاسم من مجموعة من الحقول التراتبية التي يفصل بين كل اثنين متتاليين منها رمز خاص هو النقطة(٧).

فقد أطلق المشرع السوري على العنوان الإلكتروني مصطلح (اسم الموقع على الإنترنت) وحدّد مكوّنات هذا الاسم بالصورة الحقيقية المتكاملة التي يظهر العنوان الإلكتروني فيها باعتباره مقسّم إلى عدة أجزاء يفصل بينها نقاط.

فالعنوان الإلكتروني يتكون من جزء مشترك بالنسبة إلى جميع المشاريع أو الأشخاص على شبكة الإنترنت، وهو يتمثل بالمصطلح (http//:www)، ويفصل بنقطة عن الجزء الآخر للعنوان الإلكتروني، الذي يختلف من مشروع إلى آخر. كما أن هذا الجزء بدوره يقسم إلى قسمين: القسم الأول نسميه اسم النطاق من المستوى الأعلى وهو الجزء الأيمن من العنوان والذي قد يكون عاماً دولياً لا يرتبط بدولة معينة إنما يدل على نوع النشاط الذي يقوم به المشروع أو الشخص الذي يريد إنشاء موقعٍ خاص به على الإنترنت.

وقد تعددت العناوين الإلكترونية من المستوى الأعلى لتشمل جميع المجالات، بعد أن كانت محدودة ببعض الاختصاصات إلا أن الإقبال الشديد على إنشاء المواقع على شبكة الإنترنت أدى إلى ازدياد عددها بشكل ملحوظ. نذكر منها:

com بالنسبة إلى المشاريع التجارية.

org بالنسبة إلى المنظمات الدولية.

gov بالنسبة إلى المؤسسات الحكومية.

net بالنسبة إلى شؤون الاتصالات والإنترنت.

(٧) المادة الأولى من قانون التوقيع الإلكتروني رقم /٤/ تاريخ ٢٥/ ٢/ ٢٠٠٩.

edu بالنسبة إلى المؤسسات التربوية.

mil بالنسبة إلى المواقع العسكرية الأمريكية.

حيث لا يجوز استخدام هذه النطاقات من قبل أية دولة إلا بعد إضافة نطاقها الوطني. فعلى سبيل المثال لا يمكن للجهة المختصة بتسجيل العناوين الإلكترونية في سورية أن تستخدم المجال edu إلا بعد إضافة المجال الوطني sy فيصبح المجال edusy.

ونتيجةً لازدياد الضغط على تلك العناوين الإلكترونية العامة من المستوى الأعلى عملت مؤسسة الإنترنت للأرقام والأسماء المخصصة (الآيكان) على إضافة سبعة منها وهي: (٨)

bis بالنسبة إلى مواقع الأعمال.

name بالنسبة إلى مواقع الأفراد الشخصية.

Info بالنسبة إلى مواقع المعلومات.

pro بالنسبة إلى المواقع المهنية والحرفية.

museum بالنسبة إلى مواقع المتاحف.

aero بالنسبة إلى مواقع النقل الجوي.

coop بالنسبة إلى مواقع الجمعيات التعاونية.

كما يمكن أن تكون العناوين الإلكترونية من المستوى الأعلى وطنية ترتبط بدولة معينة كالعنوان eu بالنسبة إلى الاتحاد الأوروبي، والعنوان uk بالنسبة إلى المملكة المتحدة، والعنوان eg بالنسبة إلى جمهورية مصر العربية، والعنوان jo بالنسبة إلى المملكة الأردنية الهاشمية. أما العنوان sy فهو يخص المجال الوطني السوري.

(٨) الموقع الإلكتروني لمؤسسة الإنترنت للأرقام والأسماء المخصصة (الآيكان) www.icaan.org

أما القسم الثاني فنسميه بالعنوان الإلكتروني من المستوى الثانوي وهو اسم يختاره صاحب الموقع على النحو الذي يريده. فإذا كان صاحب الموقع تاجراً يمكن أن يختار اسمه التجاري أو عنوانه التجاري أو علامته التجارية ليكون عنواناً إلكترونياً من المستوى الثانوي.

فقد جاء العنوان الإلكتروني كتعريفٍ للموقع الإلكتروني المرتبط بشبكة الإنترنت بعد أن كان لهذا الموقع رقم معين معقد يرتبط من خلاله بشبكة الإنترنت. إلا أن صعوبة التعامل بهذا الرقم نظراً لصعوبة حفظه وتذكره أدّت إلى تبنّي نظام أسماء النطاق؛ حيث تم الاستبدال بتلك الأرقام أحرفاً سهلة الحفظ لتكوّن كلمات أو مصطلحات تشكّل بدورها العنوان الإلكتروني. وهذا يتفق مع تعريف المشرع السوري لعنوان الموقع على الإنترنت فقد عرّفه بأنه: "سلسلة أرقام عادة ما تكون مخصصة ومسجلة وفق قواعد محددة تدل على موقع على الإنترنت وتسمح بالوصول إليه".

المطلب الثاني
الدور الوظيفي للعنوان الإلكتروني

يؤدي العنوان الإلكتروني دوراً تمييزياً وإعلانياً بالنسبة إلى المشاريع المختلفة على شبكة الإنترنت بما فيها المشاريع التجارية. فلا يقتصر دور العنوان الإلكتروني على المشاريع التجارية القائمة على شبكة الإنترنت، إنّما لا بدَّ أن يكون لكل مشروع على شبكة الإنترنت عنوان إلكتروني يميزه عن غيره من المشاريع على اختلاف النشاط الذي يقوم به هذا المشروع. وسواء كان هذا المشروع فردياً يعبّر عن نشاط أحد الأشخاص أم جماعياً يمثل نشاط مؤسسة ربحية كالشركات التجارية أو غير ربحية كالمنظمات السياسية والهيئات الاجتماعية والثقافية وغيرها.

فكل موقع إلكتروني على شبكة الإنترنت لا بدّ له من عنوان يميزه عن غيره من المواقع، وذلك للحيلولة دون تضليل المستخدمين الذين يستطيعون

الوصول إلى الموقع الذي يريدونه عن طريق العنوان الإلكتروني الخاص به دون عناء.

كما أن العنوان الإلكتروني يستخدم للإعلان عن الموقع الذي يمثله على شبكة الإنترنت إذ يسعى لجذب أكبر عددٍ ممكن من مستخدمي الإنترنت إلى موقعه عن طريق العنوان الإلكتروني الذي يميزه عن غيره خاصةً فيما لو استخدم اسماً مألوفاً مشهوراً ضمن عنوانه الإلكتروني.

وقد يعبر العنوان الإلكتروني بشكل مباشر عن نشاط الموقع الذي يمثله فيما لو استخدم صاحب الموقع مصطلحاً يفيد ذلك ضمن عنوان موقعه.

إن الدور التمييزي الذي يقوم به العنوان الإلكتروني الممثل للمتجر الإلكتروني يجعله قريباً من عناصر الملكية الفكرية في الواقع التقليدي كالاسم التجاري والعنوان التجاري؛ حيث يميز كل منهما المتجر التقليدي عن غيره من المتاجر الأخرى، وكذلك بالنسبة إلى العلامة التجارية التي من شأنها أن تميز المنتجات أو الخدمات التي تمثل نشاط المتجر. إلا أن العنوان الإلكتروني يختلف عنها من حيث البيئة التي يوجد فيها، فهو يميز المتجر الإلكتروني القائم على شبكة الإنترنت بالإضافة إلى دوره التمييزي بالنسبة إلى أي مشروع قائم على شبكة الإنترنت في جميع المجالات الأخرى. ففي المتجر الإلكتروني يتخذ التاجر عنواناً له يميزه عن غيره من المتاجر ويعلن عن متجره من خلال ذلك العنوان لجذب مستخدمي الإنترنت إليه. إضافة إلى ذلك يمكنه أن يتخذ علامةً تجاريةً تميز منتجاته أو خدماته المعروضة من خلال موقعه، كما أنه قد يملك براءة اختراع فيما لو قدم اختراعاً جديداً مبتكراً قابلاً للتطبيق الصناعي واستخدمه في منتجاته أو خدماته المعروضة على جمهور الإنترنت. فهو هنا يؤدي دوره إلى جانب العلامة التجارية وبراءة الاختراع، بينما يؤدي الدور نفسه الذي يقوم به الاسم التجاري أو العنوان التجاري إلا أنه يقوم بذلك في العالم الإلكتروني بعيداً عن الواقع المادي الملموس.

المطلب الثالث
الطبيعة القانونية للعنوان الإلكتروني

يتشابه العنوان الإلكتروني مع عناصر الملكية الفكرية كالاسم التجاري والعنوان التجاري والعلامة التجارية من حيث الدور التمييزي الذي يقوم به؛ فهو يقوم بتمييز المتجر الإلكتروني عن غيره من المتاجر على شبكة الإنترنت، ويحدد عائدية المتجر الإلكتروني لتمكين جمهور الإنترنت من تعرّفه بسهولة.

وبالمقابل فإن كلاً من الاسم التجاري والعنوان التجاري يقوم بالدور التمييزي نفسه بالنسبة إلى المتجر التقليدي في الواقع التقليدي، في حين تقوم العلامة التجارية بتمييز منتجات المتجر أو خدماته سواء كان تقليدياً أم إلكترونياً؛ الأمر الذي يجعل العنوان الإلكتروني يندرج تحت قائمة الشارات المميزة.

وهذا ما اتجه إليه جانبٌ من الفقه؛ فقد اعتبره عنصراً جديداً من عناصر الملكية الفكرية كالعلامة التجارية والاسم التجاري والعنوان التجاري، ومن ثم فإنه يستفيد من التنظيم القانوني لهذه العناصر بما يتضمن من نصوص تشريعية وأحكام قضائية، فهو يميّز الموقع الإلكتروني عن غيره من المواقع على شبكة الإنترنت بما فيها المواقع المخصصة كمتاجر إلكترونية، وكذلك بالنسبة إلى العنوان التجاري فهو يميّز المتجر التقليدي عن غيره من المتاجر، كما تقوم العلامة التجارية بتمييز المنتجات والخدمات في التجارة التقليدية(٩).

إلا أنه – على الرغم من تشابه العنوان الإلكتروني والعلامة التجارية باعتبار أن كلاً منهما له دور تمييزي في المحل التجاري، وأن كلاً منهما يتمتع بالحماية المؤقتة لمدة معينة يمكن أن تتجدد بطلبٍ من صاحب العنوان الإلكتروني أو العلامة التجارية – فإنهما يختلفان في أن العنوان الإلكتروني يميّز

(٩) William S.Davis and John Benamati, E-Commerce Basics, Addison- Wesley, Cornell University,Newyork2003, P.59.

المشروعات، في حين تميز العلامة التجارية المنتجات أو الخدمات التي يقدمها المشروع. كما أن العلامة التجارية تخضع لمبدأ التخصص فتميز فئة معينة من المنتجات أو الخدمات، بينما لا يلزم العنوان الإلكتروني بتحديد فئة المنتجات؛ لأنه في الأصل لا يميزها. إضافةً إلى ذلك فالحق في العنوان الإلكتروني يترتب لصاحبه بالتسجيل في حين تترتب ملكية العلامة التجارية بالاستعمال وليس بالتسجيل، فالتسجيل ليس منشئاً للملكية إنما هو مقرر لها.

أما بالنسبة إلى الاسم التجاري فإنْ كان يتشابه مع العنوان الإلكتروني باعتبار أن الحق في أي منهما يترتب بالتسجيل، وأن كلاً منهما يميز المشروع التجاري عن غيره فإن العنوان الإلكتروني يمكن أن يقتصر دوره على الإعلان دون أن يقوم المشروع بأي نشاط تجاري إنما يستخدم عنوانه للإعلان فقط. كما يختلف العنوان الإلكتروني والاسم التجاري في أن الحق في العنوان الإلكتروني حق مطلق بينما في الاسم التجاري والعنوان التجاري هو حق نسبي يتحدد بنوعٍ معينٍ من التجارة. كما أنه لا يشترط في العنوان الإلكتروني أن يتضمن الاسم المدني لصاحبه في حين يشترط ذلك في العنوان التجاري.

بينما ذهب جانبٌ آخر من الفقه إلى أن العنوان الإلكتروني مفهومٌ جديد وفكرةٌ مستقلة يجب أن تخضع لنظام قانوني مستقل وقواعد قانونية خاصة به دون غيره، وأكد أن العناوين الإلكترونية ليست من عناصر الملكية الفكرية إنما هي معرّفات وعناوين للمواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت(١٠).

ونحن بدورنا نؤيد هذا الاتجاه، فعلى الرغم من التشابه بين العنوان الإلكتروني وعناصر الملكية الفكرية، فإنه في الوقت نفسه يمثل عنصراً جديداً مستقلاً فرضه الواقع الإلكتروني الجديد الذي نعيشه. فهو يحدد الموقع الإلكتروني ويميزه عن غيره من المواقع القائمة على شبكة الإنترنت.

(١٠) Catherine Colston and Kirsty Middleton, Modern Intellectual Property Law, Cavendish publishing limited, Second Edition2005, P.617.

المبحث الثاني
أوجه حماية العنوان الإلكتروني

كما هو الحال بالنسبة إلى عناصر الملكية الفكرية التي قد تتعرض للانتهاك بالاعتداء على حق صاحبها في استخدامها واستغلالها على النحو الذي يريده. فقد يتعرض العنوان الإلكتروني للاعتداء من قبل الأشخاص الذين يقومون بتسجيل عنوانٍ إلكترونيٍ مطابقٍ للعنوان الإلكتروني المسجل أو مماثل له على نحو يدعو إلى تضليل مستخدمي الإنترنت؛ مما يسبب الضرر لصاحب العنوان الإلكتروني نتيجة الاستعمال غير المشروع لعنوانه من قبل الغير؛ الأمر الذي يتطلب توفير الحماية اللازمة للعنوان الإلكتروني لضمان حق صاحبه في استخدامه لتحديد وتمييز مشروعه عبر الإنترنت عن غيره من المشاريع، والحيلولة دون تضليل مستخدمي الإنترنت.

وقد تجلّت تلك الحماية بتسجيل العنوان الإلكتروني وفقاً للإجراءات والشروط المقررة، حيث يُمنح صاحب العنوان الإلكتروني المسجَّل الحماية اللازمة في مواجهة أي شخص يطلب تسجيل عنوان إلكتروني مسجل سابقاً.

كما أن الحق في العنوان الإلكتروني يتمتع بالحماية القانونية المقررة لعناصر الملكية الفكرية كالعلامة التجارية والعنوان التجاري فيما لو ارتبط بمشروع تجاري على شبكة الإنترنت؛ وذلك لأنه يقوم بالدور التمييزي الذي تقوم به تلك العناصر.

إلا أن خصوصية العنوان الإلكتروني التي تفرضها البيئة الإلكترونية أوجدت نوعاً جديداً من الحماية القانونية المستخلصة من تشريعات خاصة بالمعاملات الإلكترونية، التي جاءت تلبيةً للحاجة الملحّة لصياغة مثل هذه التشريعات لتتناسب مع الواقع الإلكتروني الذي أثار نوعاً جديداً من المنازعات، تختلف بطبيعتها عن المنازعات الموجودة في الواقع التقليدي.

المطلب الأول
الحماية المستمدة من تسجيل العنوان الإلكتروني

يُشترط تسجيل العنوان الإلكتروني لدى الجهات صاحبة الصلاحية، ليكتسب صاحبه حقاً فيه في مواجهة الغير الذي لا يستطيع تسجيل نفس العنوان الإلكتروني المسجل تطبيقاً لقاعدة الأسبقية في التسجيل.

الفقرة الأولى – جهات التسجيل:

تولّت لجنة منح الأرقام Assigned Number Authority (IANA) مهمة تسجيل العناوين الإلكترونية بتكليف من جمعية الإنترنت (ISOC).

وتفرّعت عن هذه اللجنة ثلاث هيئات لإدارة هذا الملف، وهي:

بالنسبة إلى أوروبا: Network Coordination Center Re seuaxip Europeans(NCCRIPE)

بالنسبة إلى آسيا والباسفيك: Asian Pacific Network Information Center (APNIC)

بالنسبة إلى أمريكا والبلدان الأخرى غير المشمولة بالهيئتين الأوليين: Internet National Information Center (INTERNIC)

وقد تفرّع عن كل هيئة وفي كل دولة مكتب لمنح الأرقام، وشكلت كل منها مسجلاً محلياً خاصاً لعناوين بروتوكول الإنترنت في تلك الدولة. (١١)

وبتكليف من (IANA) تولّت شركة حلول الشبكة Network Solution(NSI) تسجيل عناوين المستوى الأعلى العامة الدولية، وتبنّت منح عناوين بروتوكول الإنترنت وتسجيل عناوين المواقع المقابلة لها. وذلك حتى إنشاء مؤسسة الآيكان

(١١) نصير الدين حسن أحمد، عناوين مواقع الإنترنت، منشورات زين الحقوقية، ٢٠٠٨، ص ٦٥.

(ICAAN) في أيلول من عام ١٩٩٨ التي ألغت الطابع الاحتكاري لشركة (NSI)، وتولت منح العناوين الإلكترونية ذات المستوى الأعلى العام، إضافةً إلى تسجيل تلك العناوين، وقد حددت هيئات فرعية لتسجيلها.

ومن الهيئات الوطنية التي تبنّت مهمة منح عناوين إلكترونية، وتسجيلها داخل الدولة الواحدة، شركة (Nominet) التي تقوم بتلك المهمة في المملكة المتحدة بالنسبة إلى المجال (uk)، وفي المجال الوطني الفرنسي تولت المهمة شركة (Afnic) في فرنسا بالنسبة إلى المجال (Fr)، كما يتولى (LBDR) تسجيل العناوين الإلكترونية في المجال (Lb) في لبنان. أما في سوريا فتتولى الهيئة الوطنية لخدمات الشبكة منح العناوين الإلكترونية في المجال الوطني (Sy).

ونظراً لأهمية التسجيل بالنسبة إلى العناوين الإلكترونية فقد اهتمت الهيئات والوزارات المحلية في كل دولة بشؤون تنظيم عمليات تسجيل العناوين الإلكترونية. فعلى سبيل المثال فقد حدد قانون التجارة الإلكترونية البحريني أنه يكون لوزير المواصلات أن يصدر قراراً بتنظيم تسجيل اسم النطاق واستعماله بالنسبة إلى المجال البحريني (Bh)، والترخيص باستعمال ذلك أو حظره بعد أخذ رأي وزير التجارة والصناعة وأي شخص يكون من المناسب استطلاع رأيه في هذا الشأن، بما في ذلك مؤسسة الإنترنت للأسماء والأرقام المعنية. كما أكّد المشرع البحريني أنه يجوز أن يتضمن هذا القرار إنشاء مكتب لتسجيل اسم النطاق يتبع وزارة المواصلات، والبيانات التي يتضمنها طلب التسجيل والإجراءات والشروط المتعلقة بمنح التسجيل وبإعادة التسجيل وإجراءات التظلم من القرارات الصادرة عن مكتب التسجيل ومدة سريان التسجيل والرسوم المقررة للتسجيل أو تجديده أو إعادة التسجيل(١٢).

(١٢) المادة /٢١/ (الفقرتان ١-٢) من قانون التجارة الإلكترونية البحريني الصادر بتاريخ ٢٠٠٢/٢/١٢.

الفقرة الثانية – شروط التسجيل:

يترتب لمسجل العنوان الإلكتروني الحق في استخدام هذا العنوان لتمييز نشاطه عبر شبكة الإنترنت مهما اختلف نوعه. ما دام يقوم بتسديد الرسوم المفروضة عليه من قبل الجهة المختصة بالتسجيل، فإذا توقف عن دفع تلك الرسوم يسقط حقه في العنوان ويصبح هذا العنوان متاحاً للجميع؛ بحيث يمكن لأي شخص التقدم بطلب تسجيل هذا العنوان ليكون عنواناً خاصاً به.

فإذا ارتبط العنوان الإلكتروني بمتجر إلكتروني قائم على شبكة الإنترنت، فإن التاجر في أغلب الأحيان يقوم باختيار عنوانه الإلكتروني متضمناً علامته التجارية التي تتمتع بالحماية القانونية باعتبارها عنصراً من عناصر الملكية الفكرية. فسيكون عنوانه الإلكتروني عندئذٍ محمياً بالقدر الذي تتمتع علامته التجارية من حماية قانونية. فلا يستطيع أي شخص تقليد علامته التجارية أو تزويرها، عن طريق تسجيله عنواناً إلكترونياً متضمناً لعلامة تجارية مطابقة لتلك العلامة أو مماثلة على نحو يضلل المستهلكين. وتسري في هذه الحالة الشروط الواجب توافرها في العلامة لتتمتع بالحماية القانونية المقررة لها على العنوان الإلكتروني الذي يتضمنها، فلا بدّ أن يكون مميزاً ويكون كذلك إذا كانت العلامة التي يتضمنها مميزة، كما يجب أن يكون جديداً ويتحقق ذلك إذا كانت العلامة التي يتضمنها جديدة لا تشكل اعتداءً على علامة مسجلة سابقاً، وعندئذ يكون العنوان الإلكتروني محلاً للحماية المقررة للعلامة التي يتضمنها. وعلى سبيل المثال فإن مكتب تسجيل العناوين في لبنان يفرض على كل من يريد تسجيل عنوان موقعه أن يقوم مسبقاً بتسجيل عنوانه كعلامة تجارية، فيكون ذلك المكتب قد أخضع تسجيل العناوين للشروط نفسها لتسجيل العلامات التجارية بشكل مباشر أو غير مباشر. (١٣)

وبناءً عليه نجد أنه في عالم التجارة الإلكترونية يمكن تسجيل العلامة التجارية كعنوان إلكتروني على شبكة الإنترنت؛ إذ إن مالك العلامة يستفيد من

(١٣) نصير الدين حسن أحمد، عناوين مواقع الإنترنت، مرجع سابق، ص ١٣٩.

انتشار تلك العلامة لدى الجمهور في الواقع التقليدي؛ الأمر الذي يجعلهم قادرين على تحديد عائدية الموقع الإلكتروني بسهولة من خلال تلك العلامة. من ثم فإن مالك العلامة سيحقق انتشاراً سريعاً عبر الإنترنت، و يؤمّن الحماية اللازمة لعنوانه الإلكتروني وفقاً للحماية القانونية المقررة للعلامة التجارية.

إلا أن العنوان الإلكتروني لا يقتصر على المشاريع التجارية فقط إنما يشمل كل مشروع مهما اختلف نوعه على شبكة الإنترنت، فهو يرتبط بالموقع الإلكتروني الذي تم إنشاؤه على شبكة الإنترنت مهما كان نوع النشاط الذي يقوم به صاحب هذا الموقع. فالعنوان الإلكتروني – بناءً على ذلك – قد لا يتضمن علامة تجارية محمية بموجب القانون فإنه من ثم لا يتمتع بالحماية المقررة لتلك العلامة. ومن هنا فإن العنوان الإلكتروني يستمد حمايته من خلال تسجيله لدى الجهات المختصة بموجب القاعدة المتّبعة في تسجيل العناوين الإلكترونية، التي تعطي الأولوية للأسبق في التسجيل. حيث لا يمكن لأي شخص أن يسجل عنواناً إلكترونياً مطابقاً أو مماثلاً لعنوان إلكتروني سبق تسجيله لدى الجهات المختصة بالتسجيل، وهذا ما قضى به القضاء الفرنسي(١٤).

وقد أعطت الآيكان لكل شخص سواء كان طبيعياً أم اعتبارياً الحق في تسجيل العنوان الإلكتروني الذي يتناسب مع طبيعة النشاط الذي يقوم به طالب التسجيل على أن يصرّح بالآتي:

١ – أن كل البيانات التي قدمها في طلب التسجيل صحيحة وكاملة.

٢ – أن تسجيله هذا العنوان لن يؤدي إلى انتهاك أي حق من حقوق الغير.

٣ – ألا يكون تسجيله هذا العنوان لغرض غير شرعي.

---

(١٤) قرار المحكمة الابتدائية الكبرى لمدينة ليل الفرنسية في ٢٠٠٠/٧/١٠، مأخوذ عن مؤلف د. عدنان إبراهيم سرحان، أسماء النطاق على الشبكة العالمية للمعلوماتية (الإنترنت)، بحث منشور في مجلة الشريعة والقانون، العدد الخامس والعشرون، يناير ٢٠٠٦، ص ٣٤٧.

٤ – أنه لن يستخدم العنوان الإلكتروني قصداً في خرق أي قانون نافذ.

كما أن الآيكان اشترطت على طالب التسجيل قبول التحكيم وفقاً للسياسة الموحدة للآيكان في حل المنازعات المرتبطة بالعنوان الإلكتروني.

وقد التزمت مراكز التسجيل في مختلف دول العالم سياسة الآيكان في التسجيل وفي حل المنازعات المرتبطة بالعنوان الإلكتروني. ففي البحرين يتولى مكتب تسجيل اسم النطاق التابع لهيئة تنظيم الاتصالات جميع المهام المتعلقة بتسجيل أسماء النطاق التي تتضمن اسم النطاق لمملكة البحرين(.bh) وتحصيل الرسوم المستحقة في هذا الشأن(١٥).

وقد تبنى هذا المكتب سياسة الآيكان في تسجيل العناوين الإلكترونية؛ فمن الشروط الواجب توافرها في اسم النطاق أن لا يكون مطابقاً أو مشابهاً لاسم نطاق آخر سبق تسجيله، وألا يكون من شأن تسجيله إحداث لبس مع ما سبق تسجيله من أسماء نطاقات أخرى، أو التعارض مع أي من الحقوق المقررة قانوناً لشخص آخر بشأن أي اسم تجاري أو علامة تجارية أو براءة اختراع أو غيرها من حقوق الملكية الفكرية. كما اشترط أن لا يشتمل اسم النطاق على كل ما من شأنه مخالفة القانون أو الآداب العامة أو النظام العام، وألا يكون استخدامه لأغراض غير مشروعة. وكذلك أن لا يتضمن أسماء الدول أو المدن أو أشخاص المشاهير أو العائلات المعروفة أو العلامات التجارية المشهورة أو ما يماثلها إلا من الجهات صاحبة العلاقة(١٦).

وكذلك الأمر بالنسبة إلى سياسة التسجيل المتبعة في الأردن؛ فقد اشترط مركز تكنولوجيا المعلومات الوطني باعتباره مركز التسجيل الوحيد المعتمد

---

(١٥) المادة /٤/ من القرار رقم/٣/ لسنة ٢٠٠٨ بشأن تنظيم تسجيل واستعمال اسم النطاق لمملكة البحرين (.bh) منشور في مجلة الحقوق، المجلد السادس، القوانين واللوائح، ص٥٢٢.

(١٦) المادة /١٢/ من القرار رقم /٣/ لسنة ٢٠٠٨ بشأن تنظيم تسجيل واستعمال اسم النطاق لمملكة البحرين (.bh)، مرجع سابق، ص ٥٢٤–٥٢٥.

لتسجيل وإدارة النطاقات الأردنية (.jo) على طالب التسجيل أن لا يشكّل تسجيله أي تنازع مع حقوق الآخرين،(١٧) وأن يكون له مقر في الأردن وذلك للتمكن من التوصل إليه في أي شأنٍ إداريٍ أو قضائيٍ بهدف الحد من المنازعات المرتبطة بالعنوان الإلكتروني(١٨). فإذا كان طالبٍ التسجيل شخصاً اعتبارياً مقرّه خارج الأردن فلا بدَّ أن يكون له ممثل مرخص أو وكيل قانوني في الأردن، ومفوض رسمي لتمثيله، ويعتبر الاسم ملكاً للشخص الاعتباري وليس لوكيله. (١٩)

كما أن المركز يرفض تسجيل الأسماء الشخصية إذا انطبق أي من الحالات التالية عليها:

١ – إذا كان الاسم يدل على منطقة جغرافية أو بلد أو مدينة.

٢ – إذا كان الاسم يمثل أي شخصية محلية أو عالمية مشهورة.

٣ – إذا كان الاسم لعلامة تجارية معروفة أو يدل على اسم ديني.

٤ – إذا كان للاسم معان تتنافى مع الذوق أو الآداب العامة.

٥ – إذا كان الاسم لشركة أو أية مؤسسة أو منظمة أو جمعية محلية أو عالمية.

٦ – إذا كان الاسم المطلوب قد سبق أن تم تسجيله.

٧ – إذا كان الاسم المطلوب قيد الدراسة تمهيداً لتسجيله لشخص آخر. (٢٠)

---

(١٧) البند/٩/ من أسس تسجيل أسماء النطاقات على الإنترنت في الأردن، الأحكام والضوابط العامة لتسجيل أسماء النطاقات، منشور على الموقع الإلكتروني www.nic.gov.jo/Ar/rega.html.

(١٨) البند/١/ من أسس تسجيل أسماء النطاقات على الإنترنت في الأردن، الأحكام والضوابط العامة لتسجيل أسماء النطاقات.

(١٩) البند/٣/من أسس تسجيل أسماء النطاقات على الإنترنت في الأردن، الأحكام والضوابط العامة لتسجيل أسماء النطاقات.

(٢٠) البند /١٦/ من أسس تسجيل أسماء النطاقات على الإنترنت في الأردن، أسس تسجيل أسماء الأفراد .jo.name.

كما اشترط مركز تكنولوجيا المعلومات الوطني في الأردن عدم استخدام الاسم بقصد الاتجار به. (٢١) وعدم استخدامه في أمور مخالفة لقوانين المملكة الأردنية الهاشمية. (٢٢)

وقد حددت الهيئة الوطنية لخدمات الشبكة الشروط الواجب توافرها في العناوين الإلكترونية المطلوب تسجيلها ضمن النطاق الوطني السوري (sy)، والشروط المفروضة على طالب التسجيل وفقاً للآتي: (٢٣)

أولاً – الشروط الواجب توافرها في العنوان الإلكتروني:

١ – يجب ألا يتكون العنوان الإلكتروني من حرف واحد أو حرفين، وأن لا تزيد الأحرف المؤلفة له على (٦٤) حرفاً وفقاً للمعيار العالمي. ويمكن أن تتداخل الحروف والأرقام في تكوين العنوان الإلكتروني.

٢ – يجب استخدام اللغة اللاتينية في تكوين العنوان الإلكتروني دون غيرها. ويمكن أن تكون الأحرف المستخدمة صغيرة أو كبيرة.

٣ – يجب ألا يتضمن العنوان الإلكتروني معاني مسيئة ومنافية للآداب العامة بأية لغة كانت.

٤ – يجب ألا يتضمن العنوان الإلكتروني أي اسم من الأسماء العامة أو أي اسم له دلالة خاصة تمنع تسجيله وفقاً لتقدير الهيئة.

---

(٢١) البند /١٤/ من أسس تسجيل أسماء النطاقات على الإنترنت في الأردن، الأحكام والضوابط العامة لتسجيل أسماء النطاقات.

(٢٢) البند/١٣/ من أسس تسجيل أسماء النطاقات على الإنترنت في الأردن، الأحكام والضوابط العامة لتسجيل أسماء النطاقات.

(٢٣) الهيئة الوطنية لخدمات الإنترنت تعلن شوط التسجيل تحت النطاق (sy)، مقال مؤرخ في ٢٠١٠/٩/٣٠ منشور في الموقع الإلكتروني: www.syria-news.com 25/11/2010

ثانياً – الشروط المفروضة على طالب التسجيل:

تفرض الهيئة رسوم تسجيل أو تجديد للعنوان الإلكتروني تُحدد بثمانية آلاف ليرة سورية سنوياً للعنوان الإلكتروني من المستوى العلوي الوطني السوري، وألفي ليرة سورية سنوياً للعنوان الإلكتروني ضمن أحد النطاقات الفرعية المرتبطة بالنطاق الوطني السوري والمحددة من قبل الهيئة الوطنية لخدمات الشبكة والخاضعة لإشرافها.

يلتزم طالب التسجيل بعدم استخدام العنوان الإلكتروني المطلوب تسجيله أو الموقع أو النشاط المرتبط به لإيذاء أي شخص أو اختراق أي موقع أو التسبب بأي ضرر من أي نوع لأي جهة كانت أو التسبب بأي ضرر للهيئة أو العاملين بها أو وكلائها أو أنظمتها.

يُسأل طالب التسجيل عن صحة ودقة المعلومات المقدمة من قبله واللازمة لعملية التسجيل.

يخضع طالب التسجيل إلى القواعد والإجراءات الخاصة بالتسجيل، والمحددة من قبل الهيئة الوطنية لخدمات الشبكة. كما يلتزم بأي تعديل يطرأ على تلك الإجراءات، وذلك خلال ثلاثين يوماً من تاريخ التعديل تحت طائلة إنهاء الخدمة.

نخلص إلى القول: أن الإجراءات والشروط التي تفرضها هيئة الإنترنت للأسماء والأرقام المخصصة (الآيكان) في سياستها المتعلقة بتسجيل العناوين الإلكترونية، تؤمّن الحماية اللازمة للعنوان الإلكتروني بدرء المنازعات التي من شأنها تقييد استعمال العنوان الإلكتروني فيما لو تعارض مع أي حق من الحقوق المملوكة للغير. فتكون تلك الإجراءات وقائية تحافظ على الحق في العنوان الإلكتروني المستوفي للشروط المطلوبة للتسجيل، وفي الوقت نفسه فإنها تصون الحقوق المشروعة للغير.

المطلب الثاني

الحماية المستمدة من السياسة الموحدة للآيكان (ICANN)[٢٤].

يخضع طالب التسجيل لإجراءات محددة مفروضة من قبل الآيكان للحيلولة دون حصول المنازعات المختلفة المرتبطة بالعنوان الإلكتروني سواء ما كان منها يشكل اعتداءً على العنوان الإلكتروني المسجل أو ما كان يشكّل اعتداءً على حقوق مملوكة للغير.

فإذا أراد أحدهم تسجيل عنوانٍ إلكتروني خاص به، فعليه مراجعة الجهة المختصة بالتسجيل التي تقوم بدورها بالتأكد من عدم وجود عنوان إلكتروني مسجل سابقاً يحمل نفس الاسم المطلوب تسجيله؛ مما يحقق الحماية للعنوان الإلكتروني المسجل إلا إذا كان العنوان ذاته يشكل اعتداءً على حق من حقوق الغير المسجلة، وعندئذٍ لا يتمتع هذا العنوان بالحماية المقررة للعنوان الإلكتروني المسجل. فقد يقوم طالب التسجيل بتضمين العنوان الإلكتروني إحدى العلامات التجارية المملوكة للغير والمسجلة لدى الجهات المختصة بسوء نية، كأن يريد تسجيل العنوان بهدف بيعه وتحقيق الربح من مالك العلامة التجارية أو من أي مشروع منافس لمالك العلامة التجارية، أو أنه يبغي من تسجيله العنوان حرمان مالك العلامة من تسجيل علامته كعنوان إلكتروني على شبكة الإنترنت والإضرار به من جراء ذلك؛ الأمر الذي يتثبت معه سوء نية المسجل، وعندها يمكن للجهة المختصة بالنظر في المنازعة أن توقف استخدامه للعنوان الإلكتروني أو أنها تلغي ذلك العنوان. أما إذا ثبت ذلك قبل تسجيل العنوان الإلكتروني فإن الجهة المختصة بالتسجيل ترفض طلب التسجيل.

فالآيكان تجسد حمايتها للعنوان الإلكتروني في سياستها الموحدة في حل النزاعات المرتبطة بالعنوان الإلكتروني. وذلك بعد أن ألغت سياسة شركة حلول

---

(٢٤) (ICANN) اختصاراً لـ (Internet Corporation For Assigned Names and Numbers) هيئة الإنترنت للأسماء والأرقام المخصصة.

الشبكة (NSI) ذات الطابع الاحتكاري، التي تتخذ من قاعدة (من يأتي أولاً يخدم أولاً) أساساً في عملها دون التدقيق في وقائع النزاع والظروف المحيطة بعملية التسجيل. فعلى الرغم من أن هذه الشركة لا تقبل تسجيل أي عنوان إلكتروني مطابق لعنوان إلكتروني مسجّل سابقاً أو مماثل له على نحوٍ يدعو إلى تضليل مستخدمي الإنترنت، فإنها لا تبحث في أحقيّة طالب التسجيل على الكلمات التي يتضمنها العنوان الإلكتروني المطلوب تسجيله وفيما إذا كان ينتهك حقوق الغير أم لا؛ مما أدى إلى ظهور منازعات متعددة مرتبطة بالعنوان الإلكتروني. الأمر الذي اقتضى معه ظهور الآيكان التي وضعت قواعد وشروط أساسية لتسجيل العناوين الإلكترونية، بالإضافة إلى السياسة الموحدة للآيكان في حل المنازعات المرتبطة بالعناوين الإلكترونية.

وتشترط السياسة الموحدة للآيكان في تسوية المنازعات المرتبطة بالعنوان الإلكتروني توافر ثلاثة شروط لتطبيق إجراءات التسوية الإدارية على المنازعة[٢٥]. ويقع عبء إثبات توافر هذه الشروط على المشتكي، وهي تتجسد بما يلي:

١ – يتوجب على المشتكي أن يثبت أن العنوان الإلكتروني المسجَّل مطابق أو مشابه على نحوٍ يدعو إلى تضليل الجمهور لعلامة تجارية أو علامة خدمة يكون له عليها حقوق.

٢ – ينبغي على المشتكي أن يثبت أنه ليس لصاحب العنوان أية حقوق أو مصالح مشروعة على العنوان الإلكتروني المسجل.

٣ – ينبغي على المشتكي أن يثبت أن صاحب العنوان الإلكتروني قام بتسجيل العنوان واستخدمه بسوء نية.

---

(٢٥) المادة (4/a) من قواعد السياسة الموحدة لتسوية المنازعات المرتبطة بالعنوان الإلكتروني.

ومن المنازعات المنظورة أمام مركز الويبو للتحكيم والوساطة الذي يعتبر من المراكز المعتمدة من قبل الآيكان للنظر في المنازعات المرتبطة بالعنوان الإلكتروني. المنازعة حول العنوان الإلكتروني (Skatteetaten.com) والمسجل من قبل المدعى عليه بشكل مماثل لعلامة المشتكي (skatteetaten) التي تعتبر مميزة ومعروفة في النرويج. وقد وجدت الهيئة الناظرة في المنازعة أن للمشتكي الحق في علامته على الرغم من عدم قيامه بتسجيلها؛ وذلك لأنه يستخدم تلك العلامة منذ سنوات عديدة في مجال الضرائب وخدماتها، وأن علامة المشتكي ليست من المصطلحات العامة التي لا يمكن استخدامها لتمييز منتج أو خدمة ما.

كما أن الهيئة وجدت أنه ليس لمسجل العنوان الإلكتروني أية حقوق أو مصالح مشروعة على العنوان الإلكتروني المتنازع عليه. بالإضافة إلى أن المشتكي تمكّن من إثبات سوء نية المدعى عليه من خلال إثبات أن المدعى عليه سجّل العنوان الإلكتروني المتنازع عليه بهدف بيعه، فقد أبرز المشتكي كتباً صادرة عن المدعى عليه يعرض فيها العنوان المتنازع عليه للبيع.

وبناءً عليه فقد تبين للهيئة أن المشتكي أثبت العناصر الثلاثة التي تتطلبها المادة (4/a) من قواعد السياسة الموحدة للآيكان لتسوية المنازعات المرتبطة بالعنوان الإلكتروني؛ مما جعلها تقرر أحقية المشتكي في العنوان الإلكتروني. ومن ثم أصدرت قرارها بنقل العنوان الإلكتروني إلى المشتكي. (٢٦)

وفي أحد قرارات مركز الويبو للتحكيم والوساطة، وجدت الهيئة الناظرة في المنازعة أن المدعى عليه المسجل للعنوان الإلكتروني(juanvaldez.org) يعلم أو من المفروض أن يعلم بعلامة المشتكي (JUAN VALDEZ)؛ وذلك بسبب الاستعمال المستمر للعلامة من قبل المشتكي وارتباط تلك العلامة بالعمل التجاري للمشتكي؛ مما يدل على سوء نية المدعى عليه. كما تبين للهيئة أن المدعى عليه اتخذ من علامة المشتكي اسماً له مع علمه بأنها علامة مميزة

(٢٦) Administrative Panel Decision No.D2000-1314, Published in: http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-01314.html.

مملوكة من قبل المشتكي؛ مما ينفي وجود أية حقوق أو مصالح مشروعة للمدعى عليه على العنوان الإلكتروني. إضافةً إلى ذلك فقد أثبت المشتكي سوء نية المدعى عليه عندما قام بإرسال رسالة له تتضمن عرضاً لنقل العنوان الإلكتروني إليه لاعتبارات مالية. وبناءً على ما سبق قررت الهيئة الناظرة في المنازعة نقل العنوان الإلكتروني إلى المشتكي. (٢٧)

وقد تضمنت الفقرة (ب) من المادة الرابعة من قواعد السياسة الموحدة لتسوية المنازعات المرتبطة بالعنوان الإلكتروني الحالات التي تجد فيها الجهة الإدارية الناظرة في المنازعة توافر سوء النية لدى المسجِّل، وهي:

١ – إذا تبيّن للجهة الناظرة في المنازعة أن صاحب العنوان الإلكتروني إنما سجَّله من أجل بيعه أو تأجيره أو تحويل تسجيل العنوان الإلكتروني إلى المشتكي مالك العلامة التجارية أو علامة الخدمة، أو إلى منافس للمشتكي؛ وذلك للحصول على مبالغ كبيرة تفوق نفقات التسجيل.

وقد أيّد مركز الويبو للتحكيم والوساطة هذه الفكرة في الكثير من القضايا المعروضة عليه. ففي القضية (e Music.com Inc v Obada Alzatari)، وجدت الهيئة الناظرة في المنازعة أن المدعى عليه سجل العنوان لهدف تجاري. كما أنه قام بعرض العنوان المتنازع عليه للبيع على المشتكي بمبلغ معين، وأنه قام بتخفيض قيمة المبلغ عند عدم قبول المشتكي للعرض. بالإضافة إلى أنه هدد المشتكي بعرض العنوان للبيع على طرف ثالث، وهذا ما يؤكد سوء نيته(٢٨).

٢ – إذا استهدف مسجِّل العنوان الإلكتروني حرمان مالك العلامة التجارية أو علامة الخدمة من تسجيلها كعنوان إلكتروني.

---

(٢٧) Administrative Panel Decision No. D2002-1134, Published in: http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2002/d2002-01134.html.

(٢٨) Administrative Panel Decision of 21 March 2010 in Case No.D2010-0131, Published in: http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2010/d2010-0131.html.

ومن التطبيقات العملية على هذه الفكرة، القرار الصادر في المنازعة (NBTY, Inc v Laport Holdings)؛ حيث تبين للهيئة الناظرة في المنازعة أن المدعى عليه سجل العنوان ليحرم مالك العلامة التجارية من تسجيلها كعنوان إلكتروني(٢٩).

٣ – إذا استهدف من تسجيل العنوان الإلكتروني الإضرار بأعمال أحد المنافسين لمسجِّل هذا العنوان.

وقد تم إثبات سوء نية المدعى عليه في المنازعة (Online Vacation Center,Inc v Domain Active Pty Ltd)؛ وذلك لاستخدامه العنوان الإلكتروني (onlinevactioncenter.com) لعرض منتجات أو خدمات منافسة للمشتكي مالك العلامة التي يتضمنها العنوان(٣٠).

٤ – استخدام العنوان الإلكتروني لتحقيق ربح تجاري. وذلك من خلال تضليل مستخدمي الإنترنت وجذبهم إلى موقعه الإلكتروني عن طريق الخلط بعلامة المشتكي، وجعلهم يعتقدون أن موقعه الإلكتروني يعود إلى مالك العلامة أو علامة الخدمة.

فيثبت سوء نية المدعى عليه إذا تضمن موقعه الذي يحمل العنوان المتنازع عليه روابط لمواقع أخرى. وهذا ما أكدته الهيئة الناظرة في المنازعة (Elite Model Management Corporation v Wesley Perkins) التي رأت أن المدعى عليه سجل العنوان (elitemodels.net) لجذب مستخدمي الإنترنت وتحويلهم إلى موقعه. وهذا ما يدل على سوء نيته وفقاً للمادة (4/b/iv)(٣١).

---

(٢٩) Administrative Panel Decision of 30 Sep 2005 in Case No.D2005-0835, Published in: http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2005/d2005-0835.html.

(٣٠) (NAF Case No FA751635(6Sept2006).

(٣١) Administrative Panel Decision of 15 May 2006 in Case No.D2006-0297, Published in: http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2006/d2006-0297.html.

إلا أنه على الرغم من بساطة وسرعة الإجراءات المتبعة وفقاً للسياسة الموحدة للآيكان في حل النزاعات المرتبطة بالعنوان الإلكتروني فإنها لا تحكم بالتعويض المالي. كما أنها لا تطبق إلا بالنسبة إلى النطاقات العامة الدولية دون الوطنية؛ مما يؤدي إلى لجوء المتنازعين إلى القضاء لتدارك ذلك.

المطلب الثالث
الحماية المستمدة من التشريعات القانونية

نبين في هذا المطلب كلاً من الحماية المستمدة من تشريعات الملكية الفكرية، والحماية المستمدة من التشريعات الخاصة بالمعاملات الإلكترونية وفقاً للآتي:

الفقرة الأولى – الحماية المستمدة من تشريعات الملكية الفكرية:

يمكن تطبيق القواعد القانونية الناظمة لحقوق الملكية الفكرية على العنوان الإلكتروني فيما لو تم اعتباره عنصراً من عناصر الملكية الفكرية. ولبيان ذلك سنقوم بتحليل النقاط الآتية:

١ – لم يحدد قانون العلامات الفارقة والمؤشرات الجغرافية والرسوم والنماذج الصناعية والمنافسة غير المشروعة السوري،[٣٢] العلامات المميزة إنما أتاح المجال لوجود علامات أخرى غير التي عددها على سبيل المثال لا الحصر. من ثم يمكن اعتبار العنوان الإلكتروني – وفقاً لهذا القانون – صورة من الصور التي يمكن أن تتجسد فيها العلامة التجارية، وذلك فيما لو حقق الشروط الواجب توافرها في العلامة التجارية المنصوص عليها في المادة الثانية وما بعدها من قانون العلامات الفارقة[٣٣]. وتتجسد هذه العناصر في

(٣٢) قانون العلامات الفارقة والمؤشرات الجغرافية والرسوم والنماذج الصناعية والمنافسة غير المشروعة السوري، رقم /٨/ تاريخ ٢٠٠٧/٣/١٢.

(٣٣) المواد (٢–٣–٤–٥–٦) من قانون العلامات الفارقة والمؤشرات الجغرافية والرسوم والنماذج الصناعية والمنافسة غير المشروعة السوري، رقم /٨/ تاريخ ٢٠٠٧/٣/١٢.

توافر الطابع المميز في العلامة، فلا تعتبر علامات مميزة كل من الإشارات أو التسميات الخالية من أية صفة مميزة أو التي تشكل التسمية الضرورية أو المعتادة أو اسم الجنس في اللغة الشائعة أو المهنية للمنتج أو الخدمة، وكذلك الإشارات التي يمكن أن تستخدم للدلالة على إحدى خصائص المنتج أو الخدمة ولاسيما النوع والصفة والكمية ووجهة الاستعمال والقيمة والمصدر الجغرافي وتاريخ صنع المنتج أو الخدمة. ويجب أن لا تكون العلامة مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة وأن لا يكون من شأنها تضليل الجمهور أو تمس حقوقاً سابقة للغير. ومن هنا يمكن حماية العنوان الإلكتروني بموجب قانون العلامات الفارقة الذي يشترط في العلامة المميزة أن لا تمس حقوق الآخرين كعلامة سبق تسجيلها على منتجات أو خدمات مطابقة أو مشابهة من شأنها أن تغش الجمهور. فإذا ما حقق العنوان الإلكتروني تلك الشروط أصبح محمياً بموجب قانون العلامات الفارقة باعتباره علامة فارقة على شبكة الإنترنت.

٢ – وإذا اعتبرنا أن العنوان الإلكتروني لا يشكل علامة تجارية، إنما هو شارة مميزة مستقلة، فإنه يمكن حمايته بموجب قانون العلامات الفارقة؛ وذلك لأن هذا القانون قد عدّد في المادة الخامسة منه بعضاً من الحقوق التي لا يجوز للعلامة التجارية المساس بها على سبيل المثال لا الحصر، وفي هذا حماية للعنوان الإلكتروني المسجَّل. فلا يجوز تسجيل علامة تجارية من شأنها المساس بحق مسجل العنوان الإلكتروني.

ويعاقب هذا القانون على تقليد العلامة التجارية أو تزويرها من خلال رفع دعوى جزائية من قبل مسجِّل العلامة التجارية المعتدى عليها أمام المحاكم المختصة. (٣٤)

(٣٤) الفصل التاسع من قانون العلامات الفارقة والمؤشرات الجغرافية والرسوم والنماذج الصناعية والمنافسة غير المشروعة السوري، رقم /٨/ تاريخ ٢٠٠٧/٣/١٢.

٣ – يمكن حماية العنوان الإلكتروني من خلال رفع دعوى المنافسة غير المشروعة من قبل مسجل العنوان الإلكتروني في مواجهة كل من يعتدي على حقه في استخدام عنوانه في تمييز متجره الإلكتروني، والإعلان عنه لتمكين مستخدمي الإنترنت من الوصول إليه دون عناء. فقد حدد قانون العلامات الفارقة السوري الأعمال التي تعد من أعمال المنافسة غير المشروعة في الباب السادس منه، وبيّن في الفقرة ب من المادة /١١٦/ من هذا الباب أنه تعد من أعمال المنافسة غير المشروعة الأعمال التي من شأنها أن تولد لبساً بأية وسيلة كانت مع منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو خدماته أو نشاطه الصناعي أو التجاري. وبشكل خاص إذا كانت الأعمال متعلقة بحق صناعي أو تجاري أو إذا كانت متعلقة بعلامة فارقة مستعملة في القطر سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة وتؤدي إلى تضليل الجمهور.

فإذا أراد أحدهم تسجيل علامة لاحقة وكانت تلك العلامة مطابقة للعنوان الإلكتروني أو مماثلة له بشكل يؤدي إلى تضليل مستخدمي الإنترنت من المستهلكين، فيمكن لمسجِّل العنوان الإلكتروني في هذه الحالة تطبيق قواعد المنافسة غير المشروعة لحماية عنوانه.

وكذلك بالنسبة إلى الأعمال التي من شأنها أن تحط من القوة التمييزية لعلامة الغير أو الاستفادة دون وجه حق من سمعتها أو شهرتها أو من سمعة مؤسسة الغير أو شهرتها (الفقرة هاء من المادة المذكورة أعلاه). فالعنوان الإلكتروني العائد لمشروع تجاري أو صناعي على شبكة الإنترنت قد يتعرض للمساس به ومنع صاحبه من استخدامه من قبل أي مشروع منافس. وباعتباره شارة مميزة تساهم بدور مهم في تمييز المشروع القائم على شبكة الإنترنت، فإن المساس به بأية وسيلة يمكن أن يؤثر تأثيراً سلبياً على قدرته على تمييز المشروع عن غيره ويكون بذلك قد تعرض لعمل من أعمال المنافسة غير المشروعة وفقاً للمادة /١١٦/ وعندها يحق له المطالبة بالتعويض عما لحقه

من ضرر نتيجة أية أعمال تنافسية غير مشروعة ووقف ممارسة تلك الأعمال كما له الحق في طلب أي من الإجراءات التحفظية(٣٥).

٤ – أما إذا اعتبرنا أن العنوان الإلكتروني هو عنوان لموقع الويب على شبكة الإنترنت، فإننا نجد أن الموقع الإلكتروني الذي يجسد نشاطاً معيناً على شبكة الإنترنت هو مجموعة من الصفحات، ومن ثم فهو مصنف موجود على شبكة الإنترنت، ويكون العنوان الإلكتروني عنواناً لهذا المصنف تجب حمايته بموجب قانون حماية حق المؤلف.

وقد عرّف القانون السوري رقم /١٢/ لعام ٢٠٠١ المتعلق بحماية حقوق المؤلف، المصنف بأنه: "الوعاء المعرفي الذي يحمل إنتاجاً أدبياً أو علمياً أو فنياً مبتكراً مهما كان نوعه أو أهميته أو طريقة التعبير فيه أو الغرض من تصنيفه" (٣٦).

فهذا التعريف لم يحدد طريقةً معينة للتعبير عن المصنف، كما لم يحدد نوعه أو أهميته؛ الأمر الذي يسمح باعتبار الموقع الإلكتروني شكل من أشكال المصنفات. فهو بذلك يتمتع بالحماية القانونية المقررة بموجب قانون حماية حقوق المؤلف. وقد نصَّ هذا القانون على تلك الحماية بشكل صريح حيث بيّن في المادة الثالثة منه بأن مصنفات البرمجيات الحاسوبية بما في ذلك وثائق تصميمها ومجموعة البيانات. كما أنه أكد في المادة ذاتها شمول الحماية لعنوان المصنف إلا إذا كان العنوان لفظاً جارياً للدلالة على موضوع المصنف. وبناءً على ذلك فإن العنوان الإلكتروني يتمتع بالحماية المقررة لعنوان المصنف؛ ومن ثم عليه يكون لصاحب العنوان الإلكتروني حقوق المؤلف، فيستطيع أن يدفع أي

(٣٥) المادة /١١٧/ من الباب السادس من قانون العلامات الفارقة والمؤشرات الجغرافية والرسوم والنماذج الصناعية والمنافسة غير المشروعة السوري، رقم /٨/ تاريخ ٢٠٠٧/٣/١٢.

(٣٦) المادة /١/ من الفصل الأول من قانون حماية حقوق المؤلف السوري رقم /١٢/ تاريخ ٢٠٠١/٢/٢٧.

اعتداء على مصنفه وأن يمنع أي تشويه أو تحريف أو تعديل أو أي مس به من شأنه الإساءة إلى المؤلَّف مادياً أو معنوياً وله أن يطالب بتعويض عن ذلك وينتقل هذا الحق إلى ورثته بعد وفاته. (٣٧)

٥ – إن أغلب دول العالم تتبع في حماية العنوان الإلكتروني التشريعات الخاصة بحماية حقوق الملكية الفكرية باعتباره شارة مميزة استحدثت لتناسب الواقع الإلكتروني الجديد. فعلى الرغم من أن قانون الملكية الفكرية الفرنسي الذي ينظم أحكام العلامات الفارقة لا يعتبر صراحة الحق في اسم النطاق من الحقوق السابقة التي تمنع تسجيل علامة لاحقة إلا إذا تم اعتباره كالاسم التجاري لمشروع افتراضي على الإنترنت، أو إذا تم تشبيهه بعنوان جريدة؛ حيث ينشأ عن ذلك حق من حقوق التأليف والنشر. فالاسم التجاري وحق المؤلف محميان بموجب قانون الملكية الفكرية الفرنسي. (٣٨)

نخلص إلى القول: إنه على الرغم من التشابه بين العنوان الإلكتروني وعناصر الملكية الفكرية من حيث الدور الوظيفي الذي يقوم به. فإنه يختلف عنها من حيث البيئة التي يقوم بهذا الدور فيها ألا وهي البيئة الإلكترونية. فهو يميز الموقع الإلكتروني القائم على شبكة الإنترنت ليقوم صاحبه بممارسة نشاطه من خلاله مهما اختلف نوع هذا النشاط. فلا يقتصر الأمر على النشاط التجاري إنما يتجاوز ذلك ليشمل جميع الأنشطة الأخرى بما فيها المواقع الشخصية التي يمكن أن تتضمن الآراء والمواقف الشخصية لصاحبها. وعلى الرغم من إمكانية تطبيق القواعد القانونية الخاصة بحقوق الملكية الفكرية، فإن خصوصية الدور الذي يقوم به العنوان الإلكتروني، الذي لا يمكن تجسيده إلا على شبكة الإنترنت يجعل الحاجة ملحّة لصياغة تشريعات خاصة ناظمة للعنوان الإلكتروني درءاً للمنازعات المرتبطة بهذا العنوان.

---

(٣٧) المادة /٨/ والمادة /١٨/من قانون حماية حقوق المؤلف السوري رقم /١٢/ تاريخ ٢٠٠١/٢/٢٧.

(٣٨) د. عدنان إبراهيم سرحان، أسماء النطاق على الشبكة العالمية للمعلوماتية (الإنترنت)، مرجع سابق، ص ٣٤٨.

الفقرة الثانية – الحماية المستمدة من التشريعات الخاصة بالمعاملات الإلكترونية:

سعت أغلب الدول إلى صياغة تشريعات قانونية ناظمة للمعاملات الإلكترونية؛ نظراً لانتشارها السريع والحاجة إلى تنظيمها للحيلولة دون حدوث المنازعات المختلفة بين المتعاملين. وقد استندت تلك الدول في صياغة قوانينها إلى قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية الصادر عن لجنة الأمم المتحدة لقانون التجارة الدولية لعام ١٩٩٦؛ حيث أعلنت لجنة الأونسيترال الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها من هذا القانون في الدليل الملحق به، ومن أهمها إنشاء بيئة قانونية آمنة وتيسير استعمال وسائل الاتصال الحديثة بين الأطراف المتراسلة، وهذا يتطلب تعديل الاشتراطات القانونية القائمة على نحوٍ يسمح باستخدام وسائط غير ورقية للاتصال وتخزين المعلومات. (٣٩)

إلا أن هذا القانون لم يتناول تنظيماً خاصاً بالعنوان الإلكتروني. على الرغم من أهمية هذا التنظيم في تحقيق التوازن بين العنوان الإلكتروني وحقوق الملكية الفكرية وغيرها من الحقوق المملوكة للغير.

عالجت الولايات المتحدة الأمريكية المنازعات المرتبطة بالعنوان الإلكتروني من خلال قانون حماية المستهلك من القرصنة (Anti Cybersquatters Protection Act) الذي يتم إعماله فيما لو سجل العنوان الإلكتروني المعتدي بسوء نية. وفيما عدا ذلك فإنها تطبق قانون العلامات التجارية وغيره من قوانين الملكية الفكرية. أما في فرنسا والمملكة المتحدة فإن تسوية المنازعات تتم بالعودة إلى قوانين الملكية الفكرية وقانون المنافسة غير المشروعة. (٤٠)

---

(٣٩) محمد سعيد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، رسالة لنيل درجة الدكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، القاهرة– مصر ٢٠٠٥، ص ٤٩.

(٤٠) نصير الدين حسن أحمد، عناوين مواقع الإنترنت، مرجع سابق، ص ١٦٩.

وقد عمدت أغلب الدول العربية إلى صياغة تشريعات قانونية خاصة بالمعاملات الإلكترونية لتنظيم تلك المعاملات، وإضفاء الحجية القانونية عليها، والحفاظ على حقوق المتعاملين إلكترونياً. إلا أن أغلب تلك التشريعات لم تخصص قواعد ناظمة لحماية العنوان الإلكتروني. فعلى الرغم من أن بعضها تناول تسجيل العنوان الإلكتروني في قواعد قانونية خاصة، كالمشرع البحريني الذي بيّن في قانون المعاملات الإلكترونية البحريني قواعد تسجيل أسماء النطاق،[٤١] فإنه لم يفرد قواعد قانونية خاصة بتسوية المنازعات المرتبطة بالعنوان الإلكتروني.

كما أكد المشرع المصري في مشروع قانون التجارة الإلكترونية قاعدة الأسبقية في التسجيل؛ حيث تكون الأولوية بالنسبة إلى اسم الدومين للأسبق في تسجيل الاسم ما لم يثبت سوء نيته[٤٢]. أما بالنسبة إلى المشرع اللبناني فقد أكد أنه يمكن لطالب التسجيل أن يسجل اسم الموقع مهما كان نطاق الاسم ووجهة استعماله بحسن نية وباحترام حقوق الغير ولاسيما حقوق الملكية الصناعية. كما أوضح أن كل مخالفة لهذه الأحكام ترتب مسؤولية مدنية أو جزائية على طالب التسجيل من خلال محاكمة قضائية أو غير قضائية. وتختار الهيئة المسؤولة عن منح أسماء المواقع المتعلقة بالنطاق lb مركزاً أو أكثر لتسوية المنازعات المتعلقة بأسماء المواقع بطرق غير قضائية؛ حيث يترك للغير حرية اختيار مركز من بينها للاعتراض على منح اسم الموقع لصاحبه[٤٣].

---

(٤١) المادة ٢١ من قانون التجارة الإلكترونية البحريني، تاريخ ٢٠٠٢/٩/١٤، ملحق رقم /٧/ في العقد الإلكتروني، إلياس ناصيف، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، ٢٠٠٩، ص ٤٤٠.

(٤٢) المادة ١٣ من مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري، ملحق رقم /٣/ في العقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص ٣٧٧.

(٤٣) المادتان ٥-٦ من اقتراح القانون المتعلق بأسماء المواقع اللبناني، ملحق رقم /٨/ في العقد الإلكتروني، مرجع سابق، ص ٥٨١.

نجد أن كلاً من المشرعين المصري واللبناني اتخذ من حسن نية طالب التسجيل أو المسجل قاعدة أساسية لتسوية النزاعات القائمة بين العنوان الإلكتروني وحقوق الملكية الفكرية المتعارضة معه.

لم يصدر المشرع السوري حتى الآن قانوناً خاصاً بالمعاملات الإلكترونية على الرغم من انتشار المواقع الإلكترونية العاملة في جميع المجالات بشكل عام، وفي التجارة الإلكترونية بشكل خاص. والتي على الرغم من حداثتها، فإنها تحتاج إلى تنظيم خاص بها لتحقيق الأهداف المرجوة منها والحد من المنازعات المرتبطة بها. وهو يسعى إلى إتمام هذا القانون بعد أن انتهى من صياغة قانون التوقيع الإلكتروني رقم /٤/تاريخ ٢٠٠٩/٢/٢٥، الذي ينظم آلية التوقيع الإلكتروني، ويبين الحجية القانونية للتوقيع الإلكتروني ودوره في إثبات المعاملات الإلكترونية.

الخاتمة

من هذا البحث يمكن ملاحظة النتائج التالية:

١ – يقوم العنوان الإلكتروني بدورٍ وظيفيٍ مهم، يتجلى بتمييز الموقع الإلكتروني عن غيره من المواقع على شبكة الإنترنت، والإعلان عنه، وتعريف جمهور الإنترنت بمضمونه. فلا يستطيع أي شخص القيام بنشاط معين على شبكة الإنترنت مهما اختلف نوعه دون اختياره عنواناً إلكترونياً خاصاً به.

٢ – لتجسيد حماية العنوان الإلكتروني من المنازعات المحتملة لابدّ لنا من اتخاذ إجراءات وقائية عند اختيار العنوان الإلكتروني. فعلينا اختيار العنوان الإلكتروني سهل الحفظ، بسيط التركيب ليسهل على مستخدمي الإنترنت تعرّفه وتذكّره بسهولة للوصول إلى الموقع الذي يمثله بسرعة، والولوج إلى محتواه دون عناء. كما يجب علينا عدم اختيار العنوان الإلكتروني من الكلمات التي يسهل تحريفها أو تحويرها لأن ذلك يجعله متشابهاً مع غيره، ويسهل تقليده.

٣ – إذا أراد طالب تسجيل العنوان الإلكتروني استخدامه لتمييز متجره الإلكتروني على شبكة الإنترنت، فمن الأفضل له أن يختار علامته التجارية المحمية بموجب قانون العلامات التجارية كعنوان إلكتروني لمتجره؛ وذلك كي يتمتع العنوان بالحماية القانونية المقررة لتلك العلامة التجارية. كما أن ذلك سيؤدي إلى انتشاره السريع عبر الإنترنت؛ وذلك نظراً لقدرة مستخدمي الإنترنت على تحديد عائدية المتجر الإلكتروني تبعاً لمعرفتهم بمالك تلك العلامة التجارية.

٤ – لدرء المنازعات المرتبطة بالعنوان الإلكتروني، يجب على طالب تسجيل العنوان اختيار عنوانه الإلكتروني دون المساس بأي حق من حقوق الغير؛ كي لا يتعارض مع عنوانه، فيتكبد عناء إثبات حسن نيته وغيرها من الظروف المحيطة بالمنازعة. من ثم على طالب التسجيل الابتعاد عن الأسماء المطابقة أو المشابهة للعلامة التجارية المسجلة أو للعلامة التجارية المشهورة، وكذلك

الأمر بالنسبة إلى الأسماء والعناوين التجارية المسجلة، وأسماء المشاهير، والأسماء الشخصية، وأسماء المدن والبلدان والمنظمات وغيرها من الأسماء المحمية والحقوق المسجلة للغير. وبشكل عام الابتعاد عن كل ما من شأنه أن يشكل لبساً أو خلطاً لدى الجمهور حول مصدر المنتجات أو الخدمات.

٥ – تشغل المنازعات المرتبطة بالعنوان الإلكتروني حيزاً واسعاً في معظم دول العالم؛ الأمر الذي جعل تلك الدول تسارع إلى اتخاذ الإجراءات الضرورية للحد من تلك المنازعات، وإيجاد الحلول المناسبة لها سواء كانت تلك الحلول إدارية وفقاً للسياسة الموحدة للآيكان في حل النزاعات المرتبطة بالعنوان الإلكتروني، أو قضائية باللجوء إلى قوانين الملكية الفكرية بعد إجراء التعديلات التي تتناسب مع خصوصية تلك المنازعات، أو إعمال القوانين الخاصة بالمعاملات الإلكترونية بشكل عام والقوانين الناظمة للعناوين الإلكترونية إن وجدت.

وأهم التوصيات والمقترحات:

١ – إن الازدياد الملحوظ لأعداد مستخدمي الإنترنت في مختلف المجالات، ولا سيما في قطاع التجارة، يتطلب تعزيز الوعي المعلوماتي، ونشر الثقافة المعلوماتية؛ وذلك لإدراك أهمية الدور الذي تقوم به شبكة الإنترنت، والحيلولة دون التعرض للمعطيات الجديدة التي أفرزتها.

٢ – إن خصوصية المعاملات الإلكترونية التي انتشرت انتشاراً واسعاً في عصرنا بفعل التطور التكنولوجي المستمر، الذي بدوره يؤدي إلى تشعب تلك المعاملات وتعقدها. يقتضي من مختلف الدول العمل الجاد المستمر لمواكبة هذا التطور. وذلك من خلال تطوير البنى التحتية اللازمة بشكلٍ مستمر، والعمل على صياغة التشريعات القانونية الناظمة لتلك المعاملات بغية تحديد المراكز القانونية للمتعاملين، والحيلولة دون حدوث منازعات فيما بينهم.

٣ – تأكيد خصوصية العنوان الإلكتروني، ودوره الفعّال بالنسبة إلى المعاملات الإلكترونية القائمة على شبكة الإنترنت؛ مما يقتضي معه العمل الدؤوب لصياغة تشريعات خاصة بالتنظيم القانوني للعنوان الإلكتروني، تُعنى

بتسجيل العنوان الإلكتروني، وتحديد المركز القانوني لمسجل العنوان الإلكتروني، و بيان حقوقه والتزاماته وصولاً إلى حماية حق مسجل العنوان الإلكتروني في استخدام عنوانه بتقديم الحلول القانونية للمنازعات المرتبطة به.

المراجع القانونية العربية

١ – رامي محمد علوان، المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء مواقع الإنترنت، بحث منشور في مجلة الشريعة والقانون، العدد الثاني والعشرون، يناير ٢٠٠٥.

٢ – ستيوارت ماك كي، أفضل الممارسات في التجارة الإلكترونية على شبكة الإنترنت، تعريب: عُلى أبو عمشة وندى غنيم، مكتبة العبيكان، السعودية، ٢٠٠٣.

٣ – د. شريف محمد غنام، حماية العلامات التجارية عبر الإنترنت في علاقتها بالعنوان الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، ٢٠٠٧.

٤ – د. عدنان إبراهيم سرحان، أسماء النطاق على الشبكة العالمية للمعلوماتية (الإنترنت)، بحث منشور في مجلة الشريعة والقانون، العدد الخامس والعشرون، يناير ٢٠٠٦.

٥ – د. عصام عبد الفتاح مطر، التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية والأجنبية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، ٢٠٠٩.

٦ – محمد سعيد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر، ٢٠٠٥.

٧ – نصير الدين حسن أحمد، عناوين مواقع الإنترنت، منشورات زين الحقوقية، ٢٠٠٨.

المراجع القانونية الأجنبية:

1 - William S.Davis and John Benamati, E-Commerce Basics, Addison- Wesley, Cornell University,Newyork2003.

2 - Catherine Colston and Kirsty Middleton, Modern Intellectual Property Law, Cavendish publishing limited, Second Edition2005.

3 - H.M.Deitel-P.J.Deitel-T.R.Nieto-E-Business and e-commerce-How To Program-Prentice Hall-Upper Saddle River-New Jersey -07458-2001.

4 - Kenneth C.Laudon and Carol Cuercio Traver, E-Commerce-business.technology. society, Third Edition, Pearson, Prentice Hall, Upper Saddle River, NewJersey,07458, 2007.

القوانين والقرارات

١ – قانون العلامات الفارقة والمؤشرات الجغرافية والرسوم والنماذج الصناعية والمنافسة غير المشروعة السوري رقم /٨/ تاريخ ٢٠٠٧/٣/١٢.

٢ – قانون حماية حقوق المؤلف السوري رقم /١٢/ تاريخ ٢٠٠١/٢/٢٧.

٣ – قانون التوقيع الإلكتروني السوري رقم /٤/ تاريخ ٢٠٠٩ /٢/٢٥.

٤ – قانون التجارة الإلكترونية البحريني، تاريخ ٢٠٠٢/٩/١٤.

٥ – مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري.

٦ – اقتراح القانون المتعلق بأسماء المواقع اللبناني.

٧ – القرار رقم /٣/ لسنة ٢٠٠٨ بشأن تنظيم تسجيل واستعمال اسم النطاق لمملكة البحرين (bh)، منشور في مجلة الحقوق، المجلد السادس، القوانين واللوائح، البحرين.

٨ – أسس تسجيل أسماء النطاقات على الإنترنت في الأردن، منشورة في الموقع الإلكترونيwww.nic.gov.jo/Ar/rega.html

٩ – السياسة الموحدة للآيكان في حل النزاعات المرتبطة بالعنوان الإلكتروني، متاحة في الموقع الإلكتروني لمؤسسة الأرقام والأسماء المخصصة (الآيكان) www.icaan.org

١٠– القرارات الصادرة عن مركز الويبو للتحكيم والوساطة، متاحة في الموقع الإلكتروني: www.arbiter.wipo.int/domains/index.html