

قرصنة أسماء النطاق والمسؤولية  
الناشئة عنها - دراسة في التشريع  
الأمريكي والفرنسي والأردني  
وقواعد السياسة الموحدة- الأيكان

محطة الحقوق محطة الحقوق محطة الحقوق محطة الحقوق محطة الحقوق محطة الحقوق محطة الحقوق محطة الحقوق محطة الحقوق محطة الحقوق

د. علاء الدين عبد الله الخصاصنة

استاذ مشارك

جامعة اليرموك

E-mail: [alaa.khasawneh@uaeu.ac.ae](mailto:alaa.khasawneh@uaeu.ac.ae)

\*تاريخ تسلّم البحث: ٢٩/٥/٢٠١٧م

\*تاريخ قبوله للنشر: ١٢/٩/٢٠١٧م

## قرصنة أسماء النطاق والمسؤولية الناشئة عنها - دراسة في التشريع الأمريكي والفرنسي والأردني وقواعد السياسة الموحدة- الأيكان

د. علاء الدين عبد الله الخصاونة

استاذ مشارك

جامعة اليرموك

### الملخص

تناولت هذه الدراسة موضوع القرصنة الإلكترونية لأسماء النطاق والمسؤولية الناجمة عنها، وقد تركزت الدراسة على بيان ماهية القرصنة الإلكترونية، وصورها، وكيفية فض النزاعات الناشئة عنها في كل من التشريع الأردني والفرنسي والأمريكي بالذات، قانون مجابهة القرصنة الإلكترونية وحماية المستهلك لسنة ١٩٩٩، بالإضافة إلى قواعد السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق، الصادرة عن الأيكان، حيث تمثلت مشكلة الدراسة في عدم وجود تنظيم قانوني خاص بمنازعات أسماء النطاق وخصوصاً القرصنة الإلكترونية، في ظل تزايد الاعتداءات التي نتجت عن تسجيلها واستخدامها، وقد تم عرض موقف الفقه والقضاء من هذه الظاهرة، وكيف عالجتها التشريعات المختلفة، وفي النهاية تم عرض سبل تسوية النزاعات الناشئة عن قرصنة أسماء النطاق.

## Cybersquatting of Domain Name and its Liability

**Dr. Alaeldin Abdallah Alkhasawneh**

Associate Professor  
Yarmouk University

### Abstract

This study focuses on Cybersquatting and its forms and how to resolve the disputes arising from it in the Jordanian, French and American legislation with particular reference to the American Anticybersquatting and Consumer Protection Act 1999, in addition to the Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy issued by the ICANN. The problem of the study is the lack of a legal regulation of domain name disputes in France and Jordan, especially Cybersquatting, in light of the increasing number of violations. This study presents the position of the jurisprudence and the judiciary towards this phenomenon and how it has been dealt with by the various legislations. In the end, ways of settling disputes arising from domain name cybersquatting have been presented.

## مقدمة

شكلت أسماء النطاق وسيلة مهمة في استخدام الإنترنت باعتبارها طريق التجار للدخول إلى التجارة الإلكترونية، ووسيلة تمييز أي موقع الكتروني عن غيره، ومع ازدياد الاهتمام بأسماء النطاق وانتشار الإنترنت، برزت العديد من التصرفات التي تمس أسماء النطاق والعلامات التجارية خصوصاً لدى تسجيل اسم النطاق أو استخدامه، وكان من أبرزها ما يطلق عليه القرصنة الإلكترونية لأسماء النطاق<sup>١</sup>، التي تتمثل بتسجيل أو باستخدام أسماء النطاق بسوء نية، وقد كان أول ظهور لهذه الممارسات مع بداية عهد الإنترنت، حيث اصطدم أصحاب العلامات التجارية بعدم قدرتهم على تسجيل أسماء نطاق تتطابق مع علاماتهم التجارية، وذلك لسبق تسجيلها كأسماء نطاق من قبل أشخاص آخرين، ومع مرور الوقت ظهرت صور أخرى حديثة وأكثر تعقيداً للقرصنة الإلكترونية، وأدت للعديد من المشاكل القانونية حول تسجيل أسماء النطاق واستخدامها، مما أوجب البحث عن حلول تشريعية لمكافحتها وتسوية النزاعات الناشئة عنها، وهو ما تم في الولايات المتحدة بموجب قانون مكافحة القرصنة الإلكترونية وحماية المستهلك لسنة ١٩٩٩<sup>٢</sup>، كما عالج المشرع الفرنسي بعض هذه الصور في قانون البريد والاتصالات الإلكترونية لسنة ١٩٥٢ وتعديلاته<sup>٣</sup> وقانون الثقة في الاقتصاد الرقمي لسنة ٢٠٠٤<sup>٤</sup>، كما يجب الإشارة إلى ما أوردته قواعد السياسة الموحدة الصادرة عن الأيكان من حلول لهذا المشكلة، وقد أثار هذا الموضوع الكثير من النقاش حول مفهوم وحالات القرصنة الإلكترونية، بالإضافة لمسؤولية أطراف عملية تسجيل اسم النطاق، سواء كان مسجل اسم النطاق نفسه، أو الهيئات الوطنية المختصة بإدارة أسماء النطاق، أو مكاتب تسجيل أسماء النطاق، لذلك سيتم التعرض لماهية قرصنة أسماء النطاق في المبحث الأول، ثم نتطرق للمسؤولية الناشئة عنها وتسوية المنازعات الخاصة بها في المبحث الثاني.

## دوافع الدراسة

تتركز دوافع دراستنا لهذا الموضوع في الأهمية العملية والنظرية لهذا الموضوع وحدائته، فهو يثير الكثير من المشكلات العملية والقانونية، بالإضافة لعدم وجود قواعد خاصة تنظمه في العديد

١. لقد تعددت التسميات التي يستخدمها الفقه للتعبير عن هذه الظاهرة، فمنهم من يسميها السطو الإلكتروني، Albreschtou C., Droit de l'Internet, administration - l'entreprise, mémoire de DEA, Université Paris I : Panthéon Sorbonne, 2005 - ومنهم من يطلق عليها السلب الإلكتروني، معجم الملكية الفكرية، منشورات مجموعة طلال أبوغزالة، الأردن، ٢٠٠٥، ص ١٣٩. بالمقابل يشار إليها أحياناً باعتبارها القرصنة الإلكترونية، Borgman S. R., 'The new Federal Cybersquatting Laws', [2000] Texas Intell. Prop. L. J., p. 266.

2. The Anticybersquatting and Consumer Protection Act 1999, 15 U.S.C. § 1125(d). <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/15/1125> .

3. <https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000006070987&dateTexte=20170921>

4. Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000801164>

من الدول، وازدياد عدد القضايا التي تنظرها المحاكم في هذا المجال، لذلك تهدف الدراسة لإلقاء الضوء على هذه الظاهرة ومحاولة إيجاد أفضل الحلول لها في ضوء التشريعات التي نظمتها.

### مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة بعدم وجود تنظيم قانوني خاص في فرنسا والأردن والعديد من الدول يتعلق بالقرصنة الإلكترونية، ويحدد مفهومها، وكيفية مجابقتها بحلول واضحة وسريعة تتماشى مع طبيعة التجارة الإلكترونية، وهو ما أوجب البحث في مدى كفاية القواعد العامة لمعالجة هذا الموضوع ومدى مواءمتها لخصوصيته. كما تتمثل دراسة هذا الموضوع في تحليل القواعد التي وضعتها التشريعات الوطنية والسياسة الموحدة الصادرة عن الأيكان ومدى فعاليتها.

### المنهج المتبع

اتبنا في هذه الدراسة وبشكل أساسي على كلاً من المنهج الوصفي والمنهج التحليلي لعرض الجوانب المختلفة للقرصنة الإلكترونية وتحليل أسبابها وصورها، ثم تحليل طرق تسوية المنازعات الناشئة عنها وتحليل العديد من الأحكام القضائية التي صدرت بخصوص القرصنة الإلكترونية، وكانت تؤسس لحلول خاصة بكيفية مجابقتها، وقد انصبت دراستنا على كل من قواعد السياسة الموحدة الصادرة عن الأيكان باعتبارها المرجع الأساسي لمعظم التشريعات الوطنية، ثم رأينا الاستعانة ببعض التشريعات الوطنية التي تعد نموذجاً في هذا المجال، وبالذات قانون مكافحة القرصنة الإلكترونية وحماية المستهلك الأمريكي لسنة ١٩٩٩، والتشريع الفرنسي، خصوصاً قانون البريد والاتصالات الإلكترونية الفرنسي لسنة ١٩٥٢، وقد تم عرضها بمنهج وصفي وتحليلي دون المنهج المقارن كون أغلب التشريعات الوطنية تتشابه في أحكامها مع السياسة الموحدة الصادرة عن الأيكان، واقتصرنا على بيان بعض الفوارق بين هذه النصوص والتي لم تكن جوهرية، بل إنها تدور جميعها في خندق واحد، مع القاء الضوء على ما أورده المشرع الأردني في هذا الشأن، سواء في القواعد العامة أو في السياسات التي يعتمدها مركز تكنولوجيا المعلومات الاردني.

### تقسيم الدراسة

وسيتيم تقسيم هذه الدراسة إلى مبحثين، يتناول الأول ماهية قرصنة أسماء النطاق، ويتعرض الثاني للمسؤولية الناشئة عنها، ووسائل تسوية منازعاتها.

## المبحث الأول

### ماهية قرصنة أسماء النطاق

نظراً لتطور شبكة الإنترنت والتجارة الإلكترونية، كان لابد من آلية تساهم بتسهيل الاتصال بين الأجهزة المضيفة وحواسيب المستخدمين الشخصية، بدلاً من الوسيلة التقليدية التي تستند إلى رقم ال (IP) المكون من اثنا عشر رقماً، ومن أربع خانات مفصولة بنقاط، فباستخدام هذه الطريقة كان من الصعب حفظ الأرقام، مما دفع نحو استخدام وسيلة أبسط وتساهم في تمييز كل موقع عن غيره، وهي أسماء النطاق<sup>١</sup>. ولقد عرفت أسماء النطاق بأنها "علامة تأخذ مظهر اندماج الأرقام والحروف، بحيث يتولى هذا المظهر تحديد مكان الحاسب الآلي أو الموقع الإلكتروني ويتكون من ثلاثة مستويات، المستوى العام أو العالي (gTLD)<sup>٢</sup>، وهي أسماء ذات طابع عالمي يخص كل مستخدمي الإنترنت ويساهم في تحديد طبيعة الجهة التي يتم الاتصال بها، وتتضمن رموزاً عامة لا تخص دولة بعينها، والمستوى الثاني (ccTLD)<sup>٣</sup>، وتساهم في تحديد العلامة التجارية، أو الاسم المختار، أو اسم فرد ما على المستوى الوطني، والمستوى الثالث، ويتناول تحديد الخادم الذي يتم التعامل معه"<sup>٤</sup>، فهي إذاً مجموعة من الرموز التي تستخدم من قبل كل حاسوب مرتبط بشبكة الإنترنت للدلالة عليه وتمييزه عن غيره من الحواسيب المرتبطة بذات الشبكة، فاسم النطاق وفقاً لهذا المفهوم ليست إلا عنواناً على الإنترنت يسمح لمستخدمي الشبكة بإيجاد الموقع الإلكتروني بسهولة، وهو يعمل كأداة لتمييز كل موقع عن غيره، وفي الوقت الحالي أصبح اسم النطاق يلعب دوراً مهماً كقيمة اقتصادية وتجارية لصاحب الموقع، أو العلامة التجارية، مما ساهم في تزايد النزاعات بشأنه. ولم تتناول أغلب التشريعات تعريف اسم النطاق، لكننا نجد بعض الدول التي عرفت اسم النطاق الخاص بامتدادها الإلكتروني، فقد عرف قانون المعاملات الإلكترونية البحريني رقم (٢٨) لسنة ٢٠٠٢ أسماء النطاق البحرينية في المادة (٢١-٣) بأنها "يقصد باسم النطاق (bh) فيما يتعلق بتطبيق أحكام هذا المادة، المستوى العلوي للنظام العالمي لاسم النطاق المعين لمملكة البحرين...". ولا نجد تعريفاً خاصاً بأسماء النطاق الأردنية سواء في قانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم ١٥ لسنة ٢٠١٥<sup>٥</sup> أو في سياسة تسجيل أسماء النطاق الأردنية

٥. عنوان بروتوكول الإنترنت (IP Adresse)

٦. عدنان السرحان، "أسماء النطاق على الشبكة العالمية المعلوماتية (الإنترنت)، المفهوم والنظام القانوني- دراسة مقارنة"،

مجلة الشريعة والقانون- جامعة الإمارات العربية، (العدد ٢٥)، يناير ٢٠٠٦، ص ٢٩٩.

٧. هذا الرمز أسماء النطاق العامة العالية، Generic Top Level Domain Name.

٨. يعني هذا الرمز المواقع العالية الوطنية للدول، Country Code Top Level Domain name.

٩. هادي مسلم يونس، «أسماء النطاق على الإنترنت وطبيعتها القانونية»، مجلة الراصد للحقوق، المجلد الثالث، السنة العاشرة،

(ع ٢٦)، كانون الأول ٢٠٠٥، ص ٢٢.

10. <http://www.moi.gov.bh/Ar/Industry/ResourcesLaws/CommerceLaw/eLaw/Pages/ELaws.aspx>

11. <http://www.ammanchamber.org.jo/node/news.aspx?id=2085&lang=> موجود على الموقع التالي

التي يعتمد عليها مركز تكنولوجيا المعلومات الأردني<sup>١٢</sup>. بعد التعريف بأسماء النطاق، لا بد من تحديد مفهوم قرصنة أسماء النطاق وبيان الحالات التي تعتبر صوراً لها، أو تشكل مساساً باسم النطاق، أو بالعلامة التجارية.

في هذا المبحث سنتعرض للتعريف بالقرصنة الإلكترونية وأسبابها في المطلب الأول، ثم التطرق لصورها في المطلب الثاني.

## المطلب الأول

### التعريف بقرصنة أسماء النطاق

تعد القرصنة الإلكترونية نوعاً من الانتهاكات التي تطل أسماء النطاق، وتؤدي إلى حدوث نزاعات أو خلط مع بعض العلامات أو الأسماء التجارية، أو أسماء الأشخاص وبالذات المشهورين منهم، أو حتى مع أسماء نطاق أخرى، وقد تعددت صور القرصنة الإلكترونية في الوقت الحالي مع ازدياد الاعتماد على أسماء النطاق في التعاملات الإلكترونية، وظهرت صور حديثة لقرصنة أسماء النطاق لم تكن معروفة سابقاً كما أبرزتها الأحكام القضائية المختلفة، وتمثل القرصنة بشكل أساسي بتسجيل اسم نطاق من أجل الحيلولة دون منح الاسم لصالح مالكة الطبيعي من أجل الحصول على مبلغ مالي مقابل إرجاع الاسم له، أو بهدف الاستفادة من شهرته، وهذه الممارسة معتادة الوقوع بشكل خاص لأسماء النطاق العامة من المستوى الأول، بسبب تواضع مبلغ التسجيل، وضعف درجة التنظيم. وفي هذا المجال، يمكن الإشارة إلى أن هنالك اتجاهين في تحديد المقصود بالقرصنة الإلكترونية، الاتجاه الضيق والاتجاه الواسع. وهو ما يبرز أهمية البحث في الاتجاهات المختلفة في تعريف القرصنة الإلكترونية في الفرع الأول، ثم التطرق لأسباب حدوثها في الفرع الثاني.

## الفرع الأول

### المفهوم الضيق للقرصنة الإلكترونية

عند محاولة تحديد المقصود بقرصنة أسماء النطاق، نلاحظ أن هنالك اتجاهاً ضيقاً يحددها بالممارسات غير المشروعة التي تتضمن انتهاكاً للعلامة التجارية فقط، ويقصرها على بعض صور الممارسات غير المشروعة التي تقع لدى تسجيل واستعمال أسماء النطاق، وبهذا الاتجاه، فقد عرفت هيئة ال (AFNIC)<sup>١٣</sup>، وهي الهيئة المسؤولة عن تسجيل وإدارة أسماء النطاق في فرنسا هذه العملية بأنها "تسجيل اسم نطاق بشكل، أو بطريقة تعسفية، والاسم المسجل يتطابق مع علامة مشهورة، أو اسم شركة معروفة، والذي لا يكون له حق عليه، وهدف هذا التسجيل يكون إعادة بيع هذا الاسم لمالك العلامة الحقيقي، أو منع الدخول لموقعه والحيلولة دون تسجيل الاسم من صاحب العلامة،

12. [https://www.dns.jo/registration\\_policy\\_a.aspx](https://www.dns.jo/registration_policy_a.aspx)

١٣. يعني مصطلح ال (AFNIC) الهيئة الفرنسية للتسميات على شبكة الإنترنت، انظر في ذلك EBERT C La résolution .extrajudiciaire des litiges en ligne, (Mémoire DEA, Université d'Aix-Marseille, 2013-2014, p. 68

أو الشركة المعنية، أو الإضرار بالصورة التجارية للعلامة، أو الشركة لتحويله إلى موقع اباحي أو الاستفادة من شهرة العلامة لزيادة الإقبال على موقعه باستخدام اسم النطاق<sup>١٤</sup>. هذا التعريف بالرغم من تبيئه للمفهوم الضيق للقرصنة الإلكترونية، إلا أنه يعد كافياً وواضحاً ويخلو من الغموض. كذلك فقد عرف مجلس الشيوخ الأمريكي القرصنة الإلكترونية بأنها ” التسجيل المتعمد سيء النية المتعمد لأسماء النطاق على شبكة الإنترنت والتي تنتهك حقوق أصحاب العلامات التجارية<sup>١٥</sup>، حيث نلاحظ أن هذا التعريف قصر نطاق القرصنة الإلكترونية على الممارسات التي تتضمن انتهاكاً لحقوق أصحاب العلامات التجارية فقط دون التعرض للممارسات الأخرى غير المشروعة التي وردت في العديد من الأحكام القضائية، والتي قد تمس الاسم، أو العنوان التجاري للشركة أو الاسم أو اللقب لشخص طبيعي ما، بالإضافة إلى بعض صور الاعتداء الذي يقع من اسم نطاق على اسم نطاق آخر في بعض الحالات.

وبالنسبة للفقهاء، فقد عرفها البعض بأنها تتم من خلال ” أن يقوم شخص بتسجيل اسم نطاق، ويرفض نقله لصاحب الحق عليه إلا بعد دفع مبلغ نقدي<sup>١٦</sup>. كما تم تعريف قرصنة أسماء النطاق بأنها ” تسجيل شخص ما اسم نطاق معين يحوي علامة تجارية غالباً مشهورة، بحيث يحتفظ بهذا الاسم لإبتزاز مالك العلامة التجارية لدفع مبلغ مالي له، مقابل التنازل عن اسم النطاق المسجل من قبله<sup>١٧</sup>، هذا التعريف يتعرض لمفهوم القرصنة الإلكترونية في حال الاعتداء على العلامات المشهورة. كما يضاف إلى ذلك، أن الاعتداءات التي تتكون منها قرصنة أسماء النطاق لا تقتصر على العلامة التجارية، بل قد تنصب على اسم شخصية مشهورة، أو اسم، أو عنوان تجاري لشركة، أو اسم نطاق آخر، كما قد يهدف الشخص الذي يقوم بتسجيل اسم النطاق لمنع المالك من استخدام العلامة التجارية كنوع من المنافسة غير المشروعة، أو قد يهدف لاستغلال شهرة العلامة التجارية لتضليل المستهلكين وجذبهم نحو موقعه. كما عرفت أيضاً بأنها ” تسجيل أو اتجار أو استعمال اسم نطاق بسوء نية للاستفادة من شهرة العلامة التجارية العائدة لشخص آخر.<sup>١٨</sup>، فمن يسجل العلامة كجزء من اسم النطاق الخاص به يقوم بعد ذلك بعرض اسم

١٤. انظر في هذا التعريف <https://www.afnic.fr/fr/ressources/lexique/?letter=C>

١٥. ورد هذا التعريف لدى وسام سوداح، التنظيم القانوني لأسماء النطاق، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، ٢٠١٦، ص ١٤٦.

16. TSAI C-H., ‘The Trademark/domain name protection war: a comparative study of the U.S., UDRP and Taiwanese Law’, [2012-2013] 12 J. Marshall Law School Review of Intellectual Property Law, L. 350, 2012-2013., p.360., Walczack C. A., ‘The New And Evolving Tort of Contributory Cybersquatting: Did The Courts Get It Right?’ [2012] U. Ill. J.L. Tech. & Pol’y 531., p. 532,

17. Cumby J. C., ‘White Blackbirds: Defining the Exceptional Cybersquatter’. [2014] 54 Santa Clara L. Rev. 229 , Mairead Moore, ‘Cybersquatting: prevention better than cure?’ [2009] 17 internet Journal of law and information technology , 223.

18. Cynthia, Woolcot R., ‘Name Dropping: Recent Anticybersquatting Consumer Protection Act’, [2000] L.A. Law, 2000, 28-29., Fernbach T., “ What is a name? A Comparative Look at the ICANN



النطاق هذا على شخص، أو شركة تملك العلامة التجارية التي يحويها اسم النطاق بسعر باهظ، وغالباً ما يكون السعر المطلوب أعلى بكثير من السعر الذي سجل به اسم النطاق.

## الفرع الثاني

### المفهوم الواسع

كما أشرنا فقد أطلق الفقه على الممارسات التي يتضمنها حجز وتسجيل أسماء النطاق بسوء نية، اسم القرصنة الإلكترونية<sup>١٩</sup> أو السطو الإلكتروني، واستعراض الأحكام القضائية بشأن الاعتداءات التي تتم خلال هذه المرحلة يظهر أن هنالك العديد من الصور التي تنضوي ضمن مفهوم القرصنة الإلكترونية، ومنها ما يتمثل بالاعتداءات التي تمس علامة تجارية معينة، أو اسماً تجارياً، أو شخصية معينة من قبل مسجل اسم النطاق، ومنها ما يتمثل بالإضافة لما سبق باعتداءات تقع من قبل اسم نطاق معين تجاه اسم نطاق آخر، وقد أثارت هذه الصور جدلاً كبيراً حول صاحب الأحقية في ملكية أسماء النطاق المتضمنة لعلامات تجارية مشهورة، فهل هو مالك العلامة التجارية أم مالك اسم النطاق؟.

ويمكن تلخيص مفهوم القرصنة الإلكترونية بأنها "تسجيل اسم نطاق بسوء نية، ولغايات يبيعه للمالك الحقيقي للعلامة التجارية التي يمثلها هذا الاسم، أو لصاحب الاسم، أو العنوان التجاري، أو صاحب اسم النطاق السابق الذي أغفل صاحبه تجديده، فالاعتداء لا يقع على العلامات التجارية فقط، بل يمتد ليشمل العديد من صور حقوق الملكية الفكرية، كالاسم والعنوان التجاري، أو ليشمل اسم نطاق آخر، أو اسماً أو لقباً يخص شخصاً طبيعياً، فمسجل اسم النطاق الذي لا يمتلك أي حق على علامة تجارية يقوم بتسجيل هذه العلامة في صورة اسم نطاق على شبكة الإنترنت، وذلك بقصد الإضرار بمالك العلامة، أو بقصد إعادة بيع اسم النطاق إلى هذا المالك مرة أخرى بثمن مغالى فيه"<sup>٢٠</sup>. ويتضمن المفهوم الواسع للقرصنة الإلكترونية العديد من الممارسات غير المشروعة التي يتضمنها تسجيل، أو استخدام اسم النطاق، مثل الاعتداءات على الاسم، أو اللقب الشخصي لأحد ما، وفي الغالب يكون شخصاً مشهوراً، أو الاعتداء على الاسم، أو العنوان التجاري لتاجر، أو شركة أخرى منافسة<sup>٢١</sup>، أو الاعتداء على تسميات أو مؤشرات جغرافية

Uniform Domain name Dispute Resolution Policy and the United States Anticybersquatting Consumer Protection Act, MIPLC Master Thesis (2011/12).

١٩. وسام سوداح، التنظيم القانوني لأسماء النطاق، مرجع سابق، ص ١٤٥

20. Dupetit D., ibid, P. 39., Barbantonis N. F., 'Should Contributory Cybersquatting be actionable?',[ 2015] 17 N.C J.L & Tech. 79., Efroni, Zohar, The Anticybersquatting Consumer Protection Act and the Uniform Domain Name Dispute resolution Policy : New Opportunitites for International Forum Shopping?[2003] 26 COLUM. J.L.& ARTS 335-337, Tenesa S. Scaturro, 'The Anticybersquatting Consumer Protection Act and the Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy The First Decade: Looking Back and Adapting Forward' [2011] 11 Nev. L.J 877, 880.

21. Hardy C., 'Twitters Trademark Problems: Is the Anticybersquatting Consumer Protection Act

محمية، بالإضافة لصور أخرى مستحدثة وتقنية من صور القرصنة الإلكترونية التي تمس أسماء النطاق نفسها، وليس العلامات التجارية فقط، وستعرض لها لاحقاً، علاوة على ذلك، يلاحظ وجود فكرة قانونية تقليدية، وهي سوء النية، ففي الواقع، فإن مجرد تسجيل الاسم لا يعتبر بذاته خطأً، لأنه مثل أي جريمة، بل لابد أيضاً من وجود النية السيئة، والتي تتمثل بإعادة بيعها بهدف الربح، مما قد يتسبب في الإضرار بصاحب العلامة التجارية المعنية، أو الحصول على كسب بطرق غير مشروعة.

وقد اهتمت التشريعات بمجابهة هذه الظاهرة، وبوضع إطار قانوني للممارسات التي تتضمن اعتداء على أسماء النطاق أو العلامات التجارية، أو الأسماء التجارية، وقد اتجهت العديد منها إلى ضمان منافسة مشروعة بين التجار وحماية حقوق مالكي العلامات التجارية وأسماء النطاق، بالإضافة إلى تنوير المستهلك وضمان اتخاذ قراراته بكل حرية ودون أي تضليل<sup>٢٢</sup>، في هذا المجال، نشير إلى قانون مجابهة القرصنة الإلكترونية وحماية المستهلك الأمريكي لسنة ١٩٩٩، الذي أخذ بهذا المفهوم، حيث يحمي هذا القانون العلامة التجارية والأسماء الشخصية والتجارية من الانتهاكات والممارسات التي تمسها<sup>٢٣</sup>، حيث يحق لصاحب الاسم رفع دعوى ضد من يقوم بتسجيل اسم نطاق يتكون من اسم شخص حي، أو اسم يتشابه بشكل أساسي معه بدون موافقة صاحب الاسم، وبنية الربح من هذا الاسم عن طريق بيعه لقاء ربح مادي أو نقدي لنفس الشخص، أو لشخص آخر، ويكون مسؤولاً مدنياً عن ذلك. وهنا يجدر الإشارة إلى أن السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق والمشرع الفرنسي في قانون البريد والاتصالات الإلكترونية لم يشيرا لهذا النوع من الممارسات التي تمس الأسماء الشخصية، بل اكتفت بمعالجة المنازعات التي تمس العلامات التجارية فقط. بعد تحديد المقصود بالقرصنة الإلكترونية، لابد من بيان أسبابها.

## الفرع الثاني

### أسباب حدوث قرصنة أسماء النطاق

لا شك أن ظاهرة قرصنة أسماء النطاق لم تأت من فراغ، بل كان لها أسبابها التي ساهمت في نشوئها وظهورها أول مرة، ولا تزال تساهم في انتشارها وتعزيزها وزيادة حالاتها وصورها، ومن أهم هذه الأسباب، انخفاض تكلفة تسجيل أسماء النطاق<sup>٢٤</sup>، حيث لا تتجاوز تكلفته عشرات

Outdated?], 10 J. Marchall Rev. Intelle.Prop.L.: 764-771.

٢٢. احمد لبيب، الضوابط القانونية للاستخدام غير المشروع للعلامة التجارية عبر شبكة الانترنت، أكاديمية شرطة دبي، مركز البحوث والدراسات، ٢٠١٣، ص ٧.

23. Cynthia, Woolacot R., 'Name Dropping: Recent Anticybersquatting Consumer Protection Act', p. 28. , Efroni, Zohar, The Anticybersquatting Consumer Protection Act and the Uniform Domain Name Dispute resolution Policy , p.335, Jain, Sankalp, Cybersquatting: Concept, Types and Legal Regimes in India & USA, [2015]. P. 8., Available at [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2786474](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2786474)

٢٤. حواس فتحية، حماية المصنفات الرقمية واسماء النطاق على شبكة الانترنت، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة الجزائر ١.

الدولارات، لذلك يلجأ العديد من أصحاب النية السيئة والباحثين عن الربح إلى تسجيل أسماء نطاق تتطابق، أو تتشابه مع العلامة التجارية العائدة للغير، أو تمس أحد حقوقهم المعنوية بمقابل رسوم زهيدة إلى حد كبير على اعتبار أنه سيقوم بعد ذلك بعرض بيعها أو التنازل عنها لقاء مبالغ مرتفعة، أو أنه سيستفيد من إقبال المستهلكين على موقعه بسبب الغلط الذي وقعوا فيه.

أما السبب الثاني، فيتمثل بتطبيق مبدأ الأسبقية في مجال تسجيل أسماء النطاق، حيث يعد مبدأ الأسبقية في التسجيل من أهم المبادئ التي تحكم عملية تسجيل أسماء النطاق، ويعد السبب الأبرز في حدوث حالات قرصنة أسماء النطاق والاعتداء على العلامات التجارية وغيرها من حقوق الملكية الفكرية، وهذا المبدأ يقضي بأن "من يصل أولاً، يخدم أو يسجل أولاً"<sup>٢٥</sup>، نتيجة لذلك، يتم تسجيل أسماء النطاق لصالح من تقدم أولاً بطلب كامل واستيفاء لشروط تسجيله، وبالذات إنه لم يسبق تسجيله من قبل، فالسائد في أغلب الدول أن الجهات المختصة بتسجيل أسماء النطاق لا تمارس أي رقابة مسبقة على تسجيل اسم النطاق، ولا تشترط أي شرط لتسجيل الاسم، كما أنها لا تجري أي بحث لمعرفة مدى مساسه بعلامة تجارية، أو اسم تجاري، أو عنوان يعود لشخص آخر<sup>٢٦</sup>، ولا تلزم المسجل بتقديم أي وثائق تفيد ملكيته لهذه العلامة التجارية، فهي تتسلم الشروط وتبحث في مدى توافر الاسم المطلوب تسجيله من حيث هل هو مسجل سابقاً باسم أي شخص أم لا، لذلك يصبح احتمال حدوث نزاعات بين اسم النطاق والعلامة التجارية وأحياناً اسم نطاق آخر كبير جداً في ظل سيطرة مبدأ التخصص الذي يحكم العلامات التجارية<sup>٢٧</sup>، إذ إن تطبيق هذا المبدأ يعني إمكانية تسجيل علامة تجارية مماثلة أو مشابهة إذا كانت تعبر عن بضائع، أو منتجات، أو خدمات غير متماثلة، إلا إذا كانت العلامة التجارية مشهورة، فهذا النوع من العلامات لا يجوز تسجيله مرة أخرى كاسم نطاق، حتى لو لم تكن غير مسجلة، وقد نصت المادة (٤٥-١) من قانون البريد والاتصالات الإلكترونية الفرنسي على هذا المبدأ. كما أن المبدأ الآخر السائد في العلامات التجارية هو مبدأ الإقليمية بخلاف مبدأ العالمية الذي يحكم أسماء النطاق، ويعني مبدأ الإقليمية، أن حماية العلامة التجارية تطبق في الدولة التي سجلت فيها العلامة التجارية<sup>٢٨</sup>، لذا يمكن تسجيل نفس العلامة لمنتجات مختلفة في دولة أخرى، إلا إذا كانت مشهورة، حيث يعتبر ذلك تعدياً على العلامة ولو لم تكن مسجلة في الدولة، أما أسماء النطاق، فلا يجوز تسجيلها مرة أخرى

٢٥٦، ص ٢٠١٦.

٢٥. شريف غنام، «حماية العلامات التجارية عبر الإنترنت في علاقتها بالإنترنت»، مجلة الحقوق، جامعة الكويت،

(العدد ٢)، السنة ٢٨، سبتمبر ٢٠٠٤، ص ٨٠، هادي مسلم يونس، أسماء النطاق على الإنترنت، مرجع سابق، ص ١٥٠.

26. Piombino A. J., 'Contributory Liability Under the ACPA: A More Effective Approach to Detering Cybersquatting at Its Source', [2017] 22 Roger Williams U. L. Rev. 327, p. 329.

٢٧. حواس فتحية، حماية المصنفات الرقمية، مرجع سابق، ص ٢٤٢، شريف غنام، حماية العلامات التجارية، مرجع سابق،

ص ٨٨.

٢٨. حواس فتحية، حماية المصنفات الرقمية، مرجع سابق، ص ٢٤٠.

من قبل شخص آخر وفي ذات المستوى، فبمجرد تسجيل اسم النطاق من المستوى العام، يمتنع على أي شخص تسجيل اسم نطاق متطابق معه في نفس المستوى. وبالعودة إلى مبدأ الأسبقية، فقد أعطى الفرصة للكثير من الأشخاص ذوي النية السيئة لاستغلال هذا الموقف والقيام بتسجيل أسماء نطاق تتطابق مع علامة تجارية، أو تتشابه معها لدرجة كبيرة، بحيث تؤدي لحدوث خلط أو التباس في أذهان المستهلكين، ثم تقوم بابتزاز أصحاب العلامات التجارية لمحاولة الحصول على مبالغ نقدية لقاء تنازلهم عن أسماء النطاق لهم، أو أن يقوم بعرض بيع هذا الاسم على منافسيه، إن إعادة إنتاج العلامة المحمية بشكل غير مشروع واستخدامها كاسم نطاق يشكل اعتداء عليها وتقليداً لها، لذلك فإذا كان اسم النطاق مسجلاً قبل تسجيل العلامة التجارية، فالأصل أنه لا يشكل اعتداء على العلامة التجارية ما لم يثبت عكس ذلك، بأن ثبت أنه استغل تقصير مالك اسم النطاق الذي أغفل تجديده، وقام بتسجيل اسم النطاق قبل تجديده من قبل صاحبه القديم. بالمقابل، إذا كان اسم النطاق يتطابق مع علامة تجارية مسجلة سابقاً، يشكل ذلك اعتداء عليها، لكن إذا كانت العلامة مشهورة، فلا يشترط أن تكون مسجلة أصلاً لوقوع الاعتداء.

وعلى نفس المنوال نشير إلى سبب آخر، يتمثل باختلاف النظم المتبعة لتسجيل أسماء النطاق أو العلامات التجارية، ففي هذا المجال لا بد من الإشارة إلى أنه ليس هناك حاجة لإجراء دراسة تحليلية واسعة لنجد أن بعض الامتدادات أكثر عرضة لأعمال السطو الإلكتروني من غيرها، والسبب هو اختلاف إجراءات تسجيل ومنح أسماء النطاقات بين الأنظمة القانونية، حيث يتبنى البعض منها نظام الإجراءات المفتوحة، ويتبنى البعض الآخر الإجراءات المغلقة، ويتميز نظام الإجراءات المفتوحة، بأنه لا يشترط شكلاً رسمياً أو تقديم إثباتات لوجود أي حق مسبق من أي نوع، أو وجود علامة تجارية<sup>29</sup>، وتأخذ معظم الدول بهذا المبدأ، والمثال الأكثر أهمية هو (.com) وليس من قبيل المصادفة أن تكون معظم المشاكل المتعلقة بالقرصنة الإلكترونية تنصب حوله. بالمقابل، يسمى النوع الآخر نظام الإجراءات المغلقة، وهنا لا بد من تقديم أدلة على مشروعية تسجيله، والإجابة على عدد من الأسئلة والشروط ممن يريد تسجيل الاسم، مثل النظام المطبق لتسجيل أسماء النطاق في كندا وإسبانيا<sup>30</sup>. ولقد أكدت سياسة تسجيل أسماء النطاق الأردنية المعتمدة من قبل مركز تكنولوجيا المعلومات الوطني على مبدأ الأسبقية عندما نصت على أن "أسماء النطاقات المسجلة تحت الامتداد (.jo). وتصرعاتها تسجل إلكترونياً على موقع التسجيل الإلكتروني، بحيث تعطى الأولوية لمن يسجل أولاً". وقد قيدت بعض الدول هذا المبدأ باشتراط وجوب التثبت من حسن نية طالب التسجيل وعدم وجود سوء نية لديه، أو إلزامه بالتعهد بأن الاسم

29. Walczack, ibid, p. 534.

30. Lipton J. D., 'A winning solution for youtube and utube? Corresponding trademarks and domain name sharing' [2008] 21 Harv. J. Law & tec 509.

لا يشكل مساساً بحقوق الغير<sup>٢١</sup>، وهو ما قرره المادة (١٢) من مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري، واتفاقية الويبو.

يضاف إلى الأسباب السابقة، بعض الأسباب التي تساهم، أو تشجع على ازدياد حالات قرصنة العلامة التجارية، أو اسم النطاق، كما هو الحال بالنسبة لشهرة العلامة التجارية، فكلما زادت شهرة العلامة التجارية وقيمتها، كانت الفرصة أكبر لحدوث حالات اعتداء على هذه العلامة وقرصنتها<sup>٢٢</sup>. وهذا يدل على سوء نية مسجلي أسماء النطاق، إذ يعتبر ذلك قرينة على سوء النية ودليلاً على قصد جني الأرباح من صاحب العلامة التجارية، أو اسم النطاق المعتدى عليه.

## المطلب الثاني

### صور القرصنة الإلكترونية لأسماء النطاق:

تتم قرصنة أسماء النطاق، وتتمثل الاعتداءات الواقعة عليها، أو على العلامة التجارية بعدة صور أشارت إليها التشريعات التي عالجت هذا الموضوع وتضمنتها الأحكام القضائية التي تعرضت لحل النزاعات الناشئة عنها، وتناولها الفقه بالشرح والتفصيل، وباستعراض هذه الصور، نجد أن بعضها يخص الاعتداءات على حقوق الملكية الفكرية، كالعلامات والأسماء، أو العناوين التجارية، وبعضها يقع على أسماء النطاق ذاتها.

## الفرع الأول

### القرصنة الإلكترونية الواقعة على حقوق الملكية الفكرية

أما بخصوص الممارسات التي تتضمن انتهاكاً لحقوق الملكية الفكرية والتجارية، فيمكن الحديث عن عدة صور من أهمها، قرصنة أسماء النطاق بالمفهوم الضيق، أو ما يسمى بالقرصنة الحرفية للعلامات التجارية (Cybersquatting)، هذه الصورة تتضمن أن يقوم الشخص بتسجيل اسم نطاق مطابق لعلامة تجارية غالباً ما تكون مشهورة، بهدف الحصول على مكاسب مالية بدون وجه حق، أو بهدف تشويه سمعة مالك العلامة الأصلي، أو لكسب ربح من احتمال خطأ المستهلكين لدى دخولهم إلى موقع الشركة. ومن الأمثلة على هذا النوع من الممارسات، ما جرى في قضية شركة مكدونالدز<sup>٢٣</sup>، فقد قام شخص ما بتسجيل اسم نطاق يتطابق مع علامتها التجارية، وطلب منها الحصول على مقابل مالي لقاء تنازله عن هذا الاسم، وهو ما تم فعلاً، حيث حصل على مقابل زهيد قام بالتبرع به. كذلك فقد اعتبرت المحكمة الابتدائية في نانثير بفرنسا عام ٢٠٠٠، أن قيام شخص ما بتسجيل أسماء نطاق تتضمن علامات تجارية مشهورة مثل La

٢١. هادي مسلم يونس، أسماء النطاق على الإنترنت، مرجع سابق، ص ١٥٣.

٢٢. حواس فتحية، حماية المصنفات الرقمية، مرجع سابق، ص ٢٦٢.

٢٣. محمد هلسة، منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق في النظام القانوني الفلسطيني، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بيرزيت، ٢٠١٠، ص ١١٨.

Source, chouchou وعرض بيعها نوعاً من القرصنة الإلكترونية<sup>٢٤</sup>. هذه الصورة كانت تعد أكثر صور قرصنة أسماء النطاق شيوعاً بالذات عند بداية استخدام الإنترنت<sup>٢٥</sup>، فقيام شخص ما دون وجه حق بالسطو على علامة ما، يعتبر وفقاً للمادة (٧١٣-١) من تقنين الملكية الفكرية الفرنسي من أعمال الاستسناخ والتقليد التي تتم دون إذن صاحبها وتعد تصرفات محظورة، واستناداً لمضمون هذه المواد، يمكننا القول أن السطو الإلكتروني كما تم عرضه سابقاً أمر محظور من قبل النصوص التشريعية. وقد حظرت سياسة تسجيل أسماء النطاق الأردنية تسجيل عنوان إلكتروني بهدف الاتجار به أو بيعه مرة أخرى، وسمحت للمركز بشطبه في هذه الحالة.

كما يمكن الحديث عن قرصنة أسماء النطاق بطريقة شبه حرفية (Typosquatting)<sup>٢٦</sup>، وتتمثل بتسجيل اسم نطاق متضمناً لعلامة تجارية معروفة، ويتشابه بنسبة كبيرة مع علامة تجارية معينة مع تغيير في بعض الحروف أو الرموز زيادة أو نقصاناً، فهو لا يصل إلى حد التطابق مع العلامة التجارية كما في الصورة السابقة. فقد تتم بإضافة حرف، أو نقطة، أو رمز، أو حذف حرف، أو رقم من العلامة التجارية، أو ارتكاب أي خطأ إملائي عن قصد وبهدف تضليل المستهلك وإيهامه بأنه على الموقع الأصلي، أو حتى يتم تحويل المستهلكين إلى موقع المعتدي، أو أي موقع آخر للاستفادة من شهرة العلامة التجارية، ومن إقبال المستهلكين على موقعه، وقد يتسبب ذلك التصرف بالعديد من الأضرار، مثل المساس بسمعة مالك العلامة، التجارية وتشويهها عبر تسجيل مواقع إلكترونية تتضمن أسماء نطاق تشابه العلامة أو اسم الشخص، أو لقبه، وقد تتضمن محتويات تهدف لتشوية سمعة مالك العلامة التجارية، وتتم هذه الصورة بعدة طرق، منها تسجيل اسم نطاق مشابه لكن ضمن امتداد آخر، فإذا كانت العلامة مسجلة تحت الامتداد (.com) يتم تسجيلها تحت الامتداد (.org)، مما قد يسبب خلطاً في ذهن المستهلك، لذلك تم حظرها. ونضرب مثلاً على الصورة شبه الحرفية أيضاً ما جاء في قضية الاعتداء على العلامة التجارية لشركة مايكروسوفت بتسجيل اسم نطاق يتشابه إلى حد كبير مع علامتها التجارية، مع تغيير في طريقة كتابة كلمة (Microsoft)<sup>٢٧</sup>، حيث سجل الاسم على النحو التالي (www.microosoft.com)، أيضاً ما جرى بالنسبة لموقع (www.hotmail.com) بتماثل مع العلامة www.hotmail.com، لكن دون وضع نقطة تفصل البروتوكول (www) عن اسم الموقع<sup>٢٨</sup>. كذلك الأمر بشأن قضية شركة مارلبورو<sup>٢٩</sup>، حيث قام

34. TGI Nanterre, 31 Janvier 2000, revue Lamy. Dr . affaires, 2000, n 1590.

٢٥. رامي علوان، المنازعات حول العلامات التجارية، مرجع سابق، ص ٢٦٦، «حسام الدين الصغير، حماية العلامات التجارية المشهورة»، بحث مقدم إلى ندوة المنظمة العالمية للملكية الفكرية، بالتعاون مع وزارة الخارجية مسقط عمان، ص ٩.

٢٦. محمد هلسة، منازعات العلامات التجارية، مرجع سابق، ص ٢٧.

37. Microsoft Corp v. shah, No. C 10-0653 RSM, 2011 WL 108954, <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-0362.html>

38. <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2002/d2002-0567.html>

39. <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2003/dtv2003-0004.html>

شخص ما بتسجيل اسم نطاق هو (marlb.oro.com)، وهو ما اعتبره أصحاب العلامة التجارية (Marlboro) اعتداء على علامتهم، وقد يسبب التباساً في أذهان المستهلكين، وطالبوا بإلغاء<sup>٤٠</sup>. وقد نصت سياسة تسجيل أسماء النطاق الأردني على أن طلب تسجيل اسم النطاق يرفض إذا كان "اسم النطاق المختار يتعارض مع أحد العلامات التجارية العالمية المسجلة".

وقد يكون الاعتداء على العلامة التجارية بقصد المنافسة غير المشروعة، ويهدف من ذلك حرمان صاحب العلامة التجارية من تسجيل اسم نطاق يحتوي على العلامة التجارية الخاصة بها<sup>٤١</sup>، فقد تقوم به شركة منافسة للشركة صاحبة العلامة التجارية، وقد يقوم به شخص بهدف بيعه لشركة منافسة للشركة صاحبة العلامة التجارية<sup>٤٢</sup>. كذلك قد تتمثل القرصنة الإلكترونية بالاعتداء على الاسم التجاري لشركة معينة، حيث يحق لصاحب الاسم أن يطلب وقف الاعتداء على الاسم التجاري، والتعويض عن أي ضرر أصابه، فقد يعتدي مسجل اسم النطاق على الاسم التجاري لتاجر ما، أو لشركة معينة إذا قام بتسجيل الاسم التجاري كجزء من اسم النطاق بهدف الاستفادة من شهرة الاسم التجاري للشركة، وإحداث الالتباس لدى المستهلكين لتحقيق أرباح معينة، وفي هذا الشأن تحظر المادة (٥) من قانون الأسماء التجارية الأردني تسجيل اسم تجاري إذا كان يؤدي لتضليل المستهلك فيما يتعلق بنوع التجارة. كما تسمح المادة (١٢) من ذات القانون لمالك الاسم رفع دعوى على من يعتدي على اسمه التجاري، وطلب إيقاف الحجز التحفظي، بالإضافة إلى طلب التعويض عن الضرر الذي أصابه، والمادة (١٥) من قانون الأسماء التجارية الأردني تفرض الغرامة التي تتراوح بين ٥٠٠ دينار إلى ١٥٠٠ دينار لمن يعتدي على الاسم التجاري المملوك لغيره. في هذه الحالة، حتى لو لم يظهر حماية هذه الأسماء، أو الرموز بواسطة نصوص خاصة، فهي تظل أفعالاً غير مشروعة وغير مسموح بها، إما باعتبارها من أعمال المنافسة غير المشروعة إذا كان مسجل الاسم منافساً لصاحب الاسم، أو العنوان التجاري<sup>٤٣</sup>، أو عملاً من أعمال التقليد، أو التطفل، وفي كلتا الحالتين، لا بد من إثبات ارتكاب فعل ضار، والاستناد للقواعد العامة في المسؤولية عن الفعل الضار. وقد اشترطت سياسة تسجيل أسماء النطاق الأردنية ألا يتعارض العنوان الإلكتروني مع حقوق الآخرين، وسمحت للمركز بشطبها إذا شكل أي اعتداء عليها.

٤٠. حواس فتحية، حماية المصنفات الرقمية، مرجع سابق، ص ٢٣٠، رامي علوان، المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء مواقع الإنترنت، مجلة الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية، (ع ٢٢)، يناير ٢٠٠٥، ص ٢٦٨.

٤١. حواس فتحية، حماية المصنفات الرقمية، مرجع سابق، ص ٢٢٣.

42. [www.arab-forum.com/domains/decisions/93676.html](http://www.arab-forum.com/domains/decisions/93676.html)

٤٣. مراد المواجد "المسؤولية المدنية لسجلي العناوين الإلكترونية الأردنية تحت نطاق (jo.) في مواجهة مالكي حقوق الملكية التجارية"، مجلة الدراسات القضائية، معهد التدريب والدراسات القضائية، دبي، (ع ١١)، السنة (٦)، ديسمبر ٢٠١٢، ص ٨٨.

وقد يكون تسجيل اسم النطاق بهدف الإساءة لمالك علامة تجارية معينة، أو اسم نطاق آخر، أو تحقيره (Cyber-smearing)<sup>٤٤</sup>، حيث يتم إضافة عبارات أو كلمات للتحقير من العلامة التجارية المعنية أو الإساءة لها<sup>٤٥</sup>. وقد أشارت سياسة تسجيل أسماء النطاق الأردنية إلى أن أسماء النطاقات المسيئة للقوانين والأعراف الأردنية يتم رفضها، كما ويتم فصلها، أو شطبها نهائياً إذا كانت مسجلة أصلاً.

كما قد يقع الاعتداء على المؤشرات الجغرافية وأسماء المصدر<sup>٤٦</sup>، قد يعتدي مسجل اسم النطاق على المؤشر الجغرافي إذا استخدم هذا المؤشر ضمن اسم النطاق الذي قام بتسجيله<sup>٤٧</sup>، لذلك يجوز لصاحب المصلحة أن يطالب بوقف الاعتداء على المؤشر الجغرافي، أو يطالب بالتعويض على أساس المسؤولية المدنية تجاه من يسجل المؤشر الجغرافي كجزء من اسم نطاق. وقد نصت المادة (٢) من قانون المؤشرات الجغرافية الأردني على منع استعمال أي وسيلة في تسمية منتج أو عرضه، ونصت المادة (٧١١-٤) من تقنين الملكية الفكرية الفرنسي على امكانية رفع دعوى تقليد، أو تضليل بسبب استعمال شخص ما لاسم النطاق بإعادة إنتاج أسماء المصدر والمؤشرات الجغرافية للاستفادة من شهرتها.

وقد يتم ذلك عن طريق تسجيل اسم النطاق متضمناً اسم شخص ما، غالباً ما يكون شخصية مشهورة (celebrity squatting)، كالفنانين، أو لاعبي كرة القدم، أو السلة، أو التنس المشهورين، والهدف من هذا التسجيل قد يكون الاستفادة من شهرة هؤلاء الأشخاص لجذب الزبائن لموقع الشخص سيء النية، وقد يكون بقصد الإساءة إليهم، مثل قضية لاعبة التنس الفرنسية المشهورة ايميلي موريسمو، والتي اعتبرت محكمة بداية نانثير، وبتاريخ ١٢ مارس ٢٠٠٠ أن تسجيل اسم نطاق الذي يتضمن اسمها يشكل اعتداء يوجب المسؤولية، كذلك اعتبرت لجنة تسوية المنازعات التابعة للوايوو تسجيل اسم نطاق يتضمن اسم الممثلة العالمية جوليا روبرتس اعتداء، وأن هذا الاسم يشكل علامة تجارية تستحق الحماية<sup>٤٨</sup>. كما أدان القضاء في بعض الأحكام تسجيل اسم نطاق يتضمن اسم شخصية تلفزيونية، أو سينمائية أو كرتونية مشهورة<sup>٤٩</sup>، ومن الواضح أيضاً أنه إذا كان الاسم المستعار لأحد المشاهير عاماً جداً، ويفيد عدة معاني، أو استخدامات، فإنه لا يمكن منع أحد ما من تسجيل الاسم كاسم نطاق، فقد قررت المحكمة في قضية المطرب الشهير (STING) الذي يعني باسم مستعار، عندما حاول استرجاع اسم النطاق (sting.com) أنه يعتبر

٤٤. رامي علوان، المنازعات حول العلامات التجارية، مرجع سابق، ص ٢٨١.

٤٥. <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2002/d2000-1015.html>

٤٦. Porlon S., La lutte contre le cybersquatting (France, OMPI, Etats-Unis), 2001, Université de Montpellier 1, Mémoire du DEA.

٤٧. مراد المواجدة، المسؤولية المدنية لمسجلي أسماء النطاق، مرجع سابق، ص ٨٢.

٤٨. [www.wipo.int/amc/domains/decisions/html/2000/d2000-0210.html](http://www.wipo.int/amc/domains/decisions/html/2000/d2000-0210.html)

٤٩. TGI Paris, 24 mars 2000. Existe sur <https://www.doctrine.fr/d/TGI/Paris/2000/INPIM20000269>



اسماً عاماً، ولا يعطيه الحصرية، كما أن مسجل الاسم لم يكن سيء النية، ولم يكن في نيته عندما سجل واستخدم الموقع بيعه والربح منه<sup>٥٠</sup>. وقد أشار القانون الأمريكي صراحة إلى منع تسجيل اسم نطاق يتضمن اعتداء على الاسم الشخصي، بعكس السياسة الموحدة التي لم تشر إليه نهائياً<sup>٥١</sup>.

## الفرع الثاني

### الانتهاكات الواقعة على اسم نطاق آخر

من حالات الاعتداء على اسم النطاق بذاته، ما قد يقوم به شخص، أو شركة ما من تسجيل اسم نطاق كان مملوكاً لشخص معين، ولم يقم الأخير بتجديده (Dropped Domain Name)<sup>٥٢</sup>، حيث ينتهز هذا الشخص الفرصة، ويقوم بتسجيل اسم النطاق الذي لم يقم صاحبه بتجديده، أو نسي ذلك، ويسجله باسمه ويعرض على الشركة المعنية بيعها هذا الاسم، أو يعرض على منافس الشركة صاحبة الاسم بيعها اسم النطاق لقاء مبلغ نقدي. هذا التصرف يعد بذاته قرينة على سوء النية لدى مسجل اسم النطاق، كما أقرت العديد من الأحكام القضائية، فقد اعتبرت محكمة النقض الفرنسية أن تسجيل شركة منافسة لاسم نطاق لشركة أخرى لم تعد تستخدمه يمكن أن يشكل منافسة غير مشروعة إذا أدى إلى تضليل المستهلك<sup>٥٣</sup>.

ويعد من حالات الاعتداء على اسم النطاق بذاته أيضاً، ما يسمى بال (Fishing)<sup>٥٤</sup>، وهو من ضمن الصور المستحدثة للقرصنة الإلكترونية على أسماء النطاق، حيث يتم خداع المستهلك البسيط وبالذات عملاء البنوك عبر إرسال بريد إلكتروني مزيف يتضمن تزيفاً لاسم نطاق يعود لشركة، أو بنك حتى يتوهم المستهلك أنه يتعامل مع بنكه الأصلي، ويطلب من المستهلك تقديم بعض البيانات الشخصية مثل اسم المستخدم، وكلمة السر الخاصة به، ورقم حسابه، وقد يتضمن رابطاً بمجرد النقر عليه يقدم المستهلك بياناته الشخصية، وقد يستغل الشخص سيء النية ذلك لتحويل بعض الأموال من حساب المستهلك، مما يوقعه في احتيال وخسارة مبالغ مالية من رصيده. ومن الممارسات التي تنصب على أسماء النطاق وتشكل اعتداء عليها تسجيل عدة أسماء نطاق في نفس الوقت، بحيث يتم تجربة وفحص عدة أسماء قبل الاستقرار على أحدها، إذ قد يؤدي ذلك لاستبعاد المنافسين، وقد يجد أن عدداً من أسماء النطاق يتم فحصها بانتظام من الزبائن، لذلك

50. <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2000/d2000-0596.html>

٥١. انظر في ذلك هلوسة، ص 25.١٢٢. Tsai, p.

٥٢. حواس فتحية، حماية المصنفات الرقمية، مرجع سابق، ص ٢٢٤. رامي علوان، المنازعات حول العلامات التجارية، مرجع سابق، ص ٢٨٦.

53. Cass com. 2 Fev 2016, n 14-20486, [www.legifrance.gouv.fr](http://www.legifrance.gouv.fr).

54. Bateman D. A., Fighting Cybersquatting and Fishing- A New Tool to Protect Your Customers and brands, K&L Gates, <http://www.klgates.com/fighting-cybersquatting-and-phishing--a-new-tool-to-protect-your-customers-and-brands-09-12-2007/>

يقوم بحجزها لبيعها بسعر أعلى<sup>٥٥</sup>. كما يمكن أن يقوم بالاحتفاظ بالصفحة لوضع الإعلانات بعد ملاحظة الإقبال الكبير عليها.

كذلك فقد ظهرت صورة حديثة من صور الاعتداء على اسم النطاق المتضمن للعلامة التجارية، وهي ما يسمى (Metatages)<sup>٥٦</sup>، وتعني وضع كلمات تدل على الموقع ضمن الكود المضيف لموقع آخر، أو إدراج العلامة التجارية في الكود الأصلي للموقع الإلكتروني لتاجر آخر، بحيث أثناء البحث عن موقع إلكتروني يظهر موقع إلكتروني آخر بهدف منافسته<sup>٥٧</sup>. كذلك يمكن الإشارة إلى ما يسمى (Word Stuffing)<sup>٥٨</sup>، وتتم عبر مسح بعض المعلومات الواردة على موقع إلكتروني معين من قبل شخص غير مالك للموقع الإلكتروني. ويشير البعض أيضاً إلى ما يسمى (Positionsquatting)<sup>٥٩</sup> وتتمثل بالقدرة على شراء ارتباطات دعائية على محركات البحث مثل غوغل أو ياهو للحصول على الموضوع المفضل عند قيام المستخدم بالبحث عن كلمة معينة. مع نظام تحديد المواقع الإعلان، بحيث يعتقد المستهلك أن الموقع الذي دخل عليه هو الموقع الحقيقي للعلامة التجارية التي يبحث عنها، نظراً لظهورها في أول صفحة البحث على هذه المحركات، مما تسبب بالتالي عائقاً كبيراً لتطوير الشركة مالكة اسم النطاق، أو العلامة التجارية.

## المبحث الثاني

### المسؤولية المدنية الناشئة عن قرصنة أسماء النطاق

#### ووسائل تسوية النزاعات الخاصة بها

لقد تولت العديد من التشريعات كالتشريع الفرنسي والأمريكي تنظيم موضوع القرصنة الإلكترونية لأسماء النطاق، والاعتداءات الواقعة على العلامات التجارية، وبقية حقوق الملكية الفكرية لدى تسجيل أو استخدام اسم النطاق، كما جاءت قواعد السياسة الموحدة لتسوية المنازعات حول أسماء النطاق الصادرة عن الأيكان لتعالج هذا الموضوع، وباستعراض كل هذه القواعد، نجد أنها حددت الشروط والحالات التي تقوم بموجبها مسؤولية مسجلي أسماء النطاق عن الاعتداءات على العلامة التجارية، كما برز لدى جانب كبير من الفقهاء الحديث عن مسؤولية مقدمي خدمات تسجيل أسماء النطاق. ثم حددت هذه القوانين سبل تسوية المنازعات الناشئة

٥٥. حواس فتحية، حماية المصنفات الرقمية، مرجع سابق، ص ٢٦١.

56. Forder J., Dispute about domain name: Cybersquatting, cyberstuffing and banners ads, [http://epublications.bond.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1047&context=law\\_pubs](http://epublications.bond.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1047&context=law_pubs), p. 2.

٥٧. محمد هلسة، منازعات العلامات التجارية، مرجع سابق، ص ٤٢، أحمد لبيب، الضوابط القانونية للاستخدام غير المشروع للعلامة التجارية، مرجع سابق، ص ١٥.

58. Hehoram C.T. and others, European Trademark Law: Community Trademark Law and Harmonized national Trademark Law, Kluwer Law International, 2010, 329.

59. Turunen A., Innovations as communication processes, A legal Architecture for governing Ideas in Business, La Pland University Press, 2005, p. 187., Forder J., *ibid.*, p. 2.

عنها، فقد تم اللجوء بداية إلى الوسائل التقليدية لتسوية هذه النزاعات، حيث كانت المحاكم المحلية تقصل هذه النزاعات حسب القواعد العامة للمسؤولية عن الفعل الضار، المنافسة غير المشروعة ودعوى التعدي على العلامة التجارية، إذ يحق لمسجل اسم النطاق أن يدفع أي اعتداء يصيبه أمام المحاكم المختصة في دولته لحماية هذا الاسم بالرغم من إمكانية اللجوء لمراكز تسوية المنازعات دون اللجوء للقضاء، لذلك نتعرض في المطلب الأول للمسؤولية الناشئة عن القرصنة الإلكترونية، ثم نتناول وسائل تسويتها.

### المطلب الأول

#### المسؤولية المدنية لهيئات تسجيل أسماء النطاق ومسجلي

##### الأسماء تجاه مالك العلامة التجارية

تشق عملية تسجيل أسماء النطاق العديد من العلاقات بين أطراف هذه العملية، من مسجل اسم النطاق إلى مكاتب التسجيل، ثم إلى الجهة الوطنية المختصة بإدارة أسماء النطاق على مستوى كل دولة، تعدد العلاقات بهذا الشكل ترتب عليه إمكانية حدوث العديد من الأضرار، لذلك لا بد من البحث أولاً في مسؤولية هيئات ومكاتب تسجيل أسماء النطاق تجاه صاحب العلامة التجارية، ثم التعرض لمسؤولية مسجل اسم النطاق تجاه مالكي العلامات التجارية.

### الفرع الأول

#### مسؤولية هيئات ومكاتب التسجيل تجاه صاحب العلامة التجارية

ثار جدل فقهي بارز حول تبني التشريعات الوطنية لمسؤولية مكاتب تسجيل أسماء النطاق، كما كان هنالك عدة آراء في الأساس القانوني لهذه المسؤولية، وهو ما سنعرضه أولاً، ثم نعرض لمجمل الشروط التي أشار إليها جانب من المحاكم والفقهاء لقيام مسؤولية مكاتب التسجيل. أولاً: الجدل الفقهي حول قيام مسؤولية هيئات ومكاتب تسجيل أسماء النطاق عن القرصنة الإلكترونية وأساسها

تتضمن عملية تسجيل أسماء النطاق تدخل عدة أطراف<sup>٦٠</sup>، فالشخص الراغب بتسجيل اسم نطاق يتقدم بطلب تسجيل اسم النطاق لدى جهة مختصة بتسجيل أسماء النطاق، التي تكون جهة خاصة في كثير من الأحيان، وحكومية في بعض الحالات<sup>٦١</sup>، وتخضع جهات أو مكاتب التسجيل لإشراف هيئة حكومية، أو جهة وطنية تتولى إدارة أسماء النطاق ضمن الامتداد الإلكتروني الجغرافي لدولة معينة، كما هو الحال في المركز الوطني لتكنولوجيا المعلومات بتسجيل أسماء النطاق الأردنية (jo.) وهيئة (AFNIC) في فرنسا بالنسبة للنطاق (fr.)، وقد أكدت هذا

٦٠. فايز نصير، بشار المومني، «نظرات قانونية في عقد تسجيل أسماء النطاق»، مجلة الشريعة والقانون، السنة (٢٨)، العدد (٥٩)، يوليو ٢٠١٤، ص

٦١. هادي يونس، مرجع سابق، ص ١٤١.

المبدأ المادة (٤٥-٤) قانون البريد والاتصالات الإلكترونية الفرنسي، هذه الهيئات الحكومية تكون قد اعتمدت بدورها من قبل الأيكان، لذلك يمكن القول إن مكاتب التسجيل هي الجهات التي تم اعتمادها من قبل الأيكان، أو الجهة الوطنية المختصة لتسجيل أسماء النطاق في الدولة، وتقوم ببيع أسماء النطاق العامة، وتمثل حلقة وصل بين المستهلك وهيئات التسجيل الوطنية التي تتولى استضافة وإدارة أسماء النطاق ضمن امتداد معين.

لقد ثار الجدل ولا زال مستمراً حول ما إذا كان القانون الأمريكي لمجابهة القرصنة الإلكترونية وحماية المستهلك، أو التشريع الفرنسي يتضمن النص على المسؤولية المشتركة لمكاتب تسجيل أسماء النطاق عن القرصنة الإلكترونية، وتعني المسؤولية المشتركة هنا مسؤولية مكاتب التسجيل التي تساهم وتساعد في حدوث عملية القرصنة الإلكترونية لأسماء النطاق والمساح بالعلامة التجارية<sup>٦٢</sup>، فالمسؤولية في الأصل تقع على مسجل اسم النطاق نفسه والذي يعتدي على العلامة التجارية أو غيرها من حقوق الملكية الفكرية، فالقول بالمسؤولية المشتركة يعني اتساع نطاق المسؤولية ليشمل كل من ساعد أو ساهم في حدوث عمليات القرصنة الإلكترونية بالإضافة لمسجل الاسم نفسه، فموضوع المسؤولية المشتركة الناجمة عن قرصنة أسماء النطاق برز مع صدور القانون الأمريكي لمكافحة القرصنة الإلكترونية وحماية المستهلك، الذي أقام مسؤولية مسجل اسم النطاق على أساس تسجيل أو الإتجار أو استخدام أسماء النطاق بشكل مشابه، أو مطابق لعلامة تجارية مشهورة، أو لاسم شخص معين، فالقانون يسمح لمالك العلامة التجارية برفع دعوى ضد كل شخص قام بسوء نية بتسجيل أو اتجار أو استخدام اسم نطاق بهدف الربح، هذا الجدل انتقل أيضاً إلى المحاكم الفرنسية حيث تعرضت بعض الأحكام لهذه المسألة<sup>٦٣</sup>.

ويرفض أحد الفقهاء إمكانية إقامة هذه الدعوى بحجة عدم وجود نص صريح في التشريع الأمريكي يقيم المسؤولية، وأنه لا يوجد أساس لهذه الدعوى، كما أن الكونجرس عندما أقر هذا القانون لم يكن يرغب بالتطرق لهذا النوع من المسؤولية ولو ضمناً، كما أن السماح برفع الدعوى ضد مكاتب التسجيل، لن يسمح بتحقيق التوازن، وستصبح المهمة صعبة إلى حد كبير، ومكلفة على مكاتب التسجيل خصوصاً إذا طلب منهم التكهن بالنية السيئة للمسجل<sup>٦٤</sup>. وقد كانت أغلب المحاكم الفدرالية الأمريكية ترفض إقامة مسؤولية مكاتب التسجيل عن القرصنة الإلكترونية<sup>٦٥</sup>.

62. Walczak, ibid, p. 531.

63. CA. Paris 19 octobre 2012, الحكم موجود على [https://www.afnic.fr/medias/documents/Dossiers\\_pour\\_breves\\_et\\_CP/Analyse\\_juridique\\_suite\\_arret\\_Cour\\_dAppel.pdf](https://www.afnic.fr/medias/documents/Dossiers_pour_breves_et_CP/Analyse_juridique_suite_arret_Cour_dAppel.pdf), TGI Paris 26 aout 2009, [www.legalis.net/jurisprudences/](http://www.legalis.net/jurisprudences/).

64. Barbantonis, ibid, p.87, walczack, ibid, p.533.

65. Block I. J., 'Law in a Networked World: Hidden Whois and Infringing Domain Names: Making the Case for Registrar Liability', [2008] U Chi Legal F. 431.

كما هو الحال في قضية (Lockheed Martin Corp v Network Solutions, Inc)<sup>٦٦</sup>، حيث قررت المحكمة أن مكاتب التسجيل محصنة من المسؤولية عندما تتصرف ضمن سلطاتها ومهامها كمسجل لأسماء النطاق فقط، المشكلة إذاً تثور عندما تتجاوز المكاتب هذه المهام، وتقدم خدمات أخرى مثل إخفاء هوية مسجل اسم النطاق<sup>٦٧</sup>.

فتأسيس مسؤولية هيئات ومكاتب تسجيل أسماء النطاق يصطدم بالعديد من الصعوبات، فتحديد مسجل اسم النطاق قد يكون صعباً، لأن قاعدة البيانات Whois التي تحتوي بيانات حول مسجل اسم النطاق تتيح خياراً لإخفاء هوية مسجل الاسم<sup>٦٨</sup>، بالإضافة لمتطلبات احترام الخصوصية والسرية وعدم امكانية إفشائها إلا في حالة صدور أمر قضائي، أو إداري لتقديم المعلومات. كما أن مسجلي اسم النطاق غير ملزمين بتقديم معلومات دقيقة عن هوياتهم، ومكاتب التسجيل ليست ملزمة بدورها بالتحقق من صدق البيانات المقدمة، مما يعطي الفرصة للقراصنة لتقديم بيانات مزيفة لإخفاء هوياتهم، يضاف إلى ذلك أن القراصنة غالباً ما يقومون بتسجيل عدة أسماء نطاق في نفس الوقت، مما يجبر المتضرر على رفع الدعوى على عدة اشخاص، وهو ما يستهلك الوقت والجهد والمال<sup>٦٩</sup>.

ويرى أحد الفقهاء<sup>٧٠</sup> أن هذا القانون تبني مبدأ (Safe Harbor)<sup>٧١</sup> بخصوص مسؤولية هيئات ومكاتب التسجيل عن تسجيل أو رفض تسجيل أو إلغاء أو نقل أسماء النطاق، فقد قرر كأصل عام عدم مسؤولية الجهات التي تتولى توزيع أسماء النطاق عن أي استعمال غير مشروع من قبل شخص آخر لهذه الأسماء، أو عن الأضرار التي تسببها للغير<sup>٧٢</sup>، فوظيفة هذه المكاتب تتمثل ببيع أسماء النطاق لمدة محددة، ودورهم تقني وفني بحت، ومكاتب التسجيل تحكمهم علاقتهم بهيئة التسجيل الوطنية التي تمنح مجموعة من أسماء النطاق من مستوى معين لمكتب التسجيل<sup>٧٣</sup>. بالمقابل نلاحظ أن قانون مجابهة القرصنة الإلكترونية وحماية المستهلك الأمريكي وإن كان يقرر أن الهيئات الوطنية ومكاتب تسجيل أسماء النطاق غير مسؤولة عن أي تعويض مالي إلا أنها تكون مسؤولة إذا ثبت سوء نيتها، أو تقديمها لخدمات المجهولية<sup>٧٤</sup>، ولأنها ليس لديها أي سيطرة

66. Lockheed Martin Corp v. Network Solutions, 985 F. Supp. 949. 952 ( C.D. Cal 1997) aafd, 194 f 3d, 980 (9th cir. 1999). 141 f. Supp 2d at 656.

67. Block, ibid, p. 436.

68. Barbantonis, ibid, p. 91.

69. Walczack, ibid, p. 533. Block., ibid, p. 433.

70. Kur A., 'Secondary Liability for Trademark Infringement on the Internet: The Situation in Germany and Throughout the EU', [2014] 37 Colum. J.L. & the Arts 529.

71. Kur, ibid, p. 529.

72. Strombon A., 'Internet Outlaws: Knowingly Placing Ads on Parked Domain Names Invokes Contributory trademark Liability', [2013], 17 Marq. Intell. Prop. L. Rev. 319.

73. Strombon A., Ibid., p. 324.

74. Block, ibid, p. 435

أو رقابة على عمل ونشاط مسجل اسم النطاق، لذلك إذا كان لهذه الجهات سيطرة ودوراً في مراقبة عمل مسجل أسماء النطاق، يمكن الحديث عن مسؤوليتها، وهذا يتمثل بالمساهمة المادية في المساس بالعلامة التجارية<sup>٧٥</sup>. ولقد اتجهت بعض المحاكم الفيدرالية الأمريكية نحو توسيع نطاق هذا القانون ليشمل مسؤولية هيئات تسجيل أسماء النطاق، ومقدمي خدمات الاستضافة وغيرهم من المزودين في بعض الحالات، مثل قضية الشركة الماليزية (Petronas)<sup>٧٦</sup> المالكة للعلامة التجارية (PETRONAS) ضد مكتب تسجيل أسماء النطاق (Godaddy) عام ٢٠١٢، حيث ادعت الشركة الماليزية على (Godaddy) قيامها بتسجيل اسم النطاق وتزوير خدمات استضافة للقرصان الإلكتروني باستخدام الاسم المذكور وطالبت بإلغاء أسماء النطاق المسجلة (petronastower.net) وأسم النطاق (petronastowers.net) التي تحول المستهلك إلى مواقع إباحية، وقد رفضت شركة (Godaddy) التصرف حيال هذا الأمر، مما دفع الشركة الماليزية للإدعاء عليها. وفي قضية (Greatdomains)<sup>٧٧</sup> رفع المتضرر شركة فورد دعوى على مكتب تسجيل أسماء النطاق وليس على مسجل الاسم على أساس أن مكتب التسجيل يعلم، أو يفترض أن يعلم بالأسباب غير المشروعة لتسجيل اسم النطاق. بالنسبة للمحاكم الفرنسية التي تعرضت لهذه المسألة، فقد تبنت موقفاً مشابهاً، ورفضت إقامة مسؤولية (AFNIC) ومكاتب التسجيل، فهي لا تلتزم بالتدخل ولا بفرض مراقبة على الموقع الإلكتروني الذي سجل اسم النطاق، بالمقابل أقرت محكمة بداية باريس الكبرى<sup>٧٨</sup> أن مسؤولية مكاتب تسجيل أسماء النطاق لا تقوم إذا كان دورها فنياً بحتاً، ولا تلتزم بالتدخل، مما يعني إمكانية إقامة مسؤوليتها إذا مارست دوراً يتجاوز الدور التقني، وكان لها إمكانية الرقابة أو التصرف.

ويمكن القول بالمسؤولية المشتركة على أساس ثبوت سوء نية هيئات ومكاتب تسجيل أسماء النطاق في ظل الظروف الاستثنائية، كما سمتها المحاكم الأمريكية<sup>٧٩</sup>، لأنه من الصعب تحديد حسن أو سوء نية مسجل اسم النطاق، وإذا ثبت ذلك يكون أمراً استثنائياً يوجب مسؤوليتها. ففي قضية (Namecheap)<sup>٨٠</sup> أسست الدعوى على عدة نقاط، وهي هل أن هذه الشركة تراقب وتسيطر بشكل كاف على خدمة تسجيل اسم النطاق، واستخدامه، وإدارته من قبل مسجله، هل كانت تعلم بالقرصنة، هل كان مسجل اسم النطاق سوء نية وهدف الربح، وقد رأت المحكمة أن قيام مكاتب التسجيل بالسماح لمسجلي أسماء النطاق بالبقاء مجهولين يعد سبباً رئيسياً وكافياً في ازدياد حالات القرصنة الإلكترونية، وأقرت المحكمة بمسؤولية الشركة المشتركة عن القرصنة، وذلك لأن

75. strombom, ibid, p. 328.

76. Petroliam Nasional Bernhard v. Godaddy.com Inc, No C 09-5939 PJH , 2012 WL 10532.

77. Ford Motor Co. vs. Greatdomains Com,Inc, 177 F.sup.2d 635 (E.D.Mich.2001).

78. TGI Paris 26 aout 2009, Societe 3suisses vs. Afnic et EuroDNS. www.legalis.net/jurisprudences/

79. Strombom, ibid, p. 327., Block., ibid, p. 435.

80. Solide Host. NL v. namecheap, Inc, 652 F. Supp. 2d, 1092. 1094-95 (C.D . Cal. 2009).

الرجل المعتاد كان بإمكانه أن يكتشف من وقائع النزاع أن اسم النطاق تمت سرقة، أو قرصنته. أما بخصوص الأساس القانوني للمسؤولية المشتركة لمكاتب وهيئات تسجيل أسماء النطاق، فيقرر أحد الفقهاء أن الأساس القانوني لمسؤوليتها هو نصوص قانون لانهام حول العلامات التجارية<sup>٨١</sup>، فكل من يقوم (وهو يعلم) بتسجيل اسم نطاق يتضمن الاعتداء على العلامة التجارية، ويشجع، أو يسبب، أو يساهم بالتعدي على علامة تجارية، يعد مسؤولاً مسؤولية مشتركة أو ثانوية<sup>٨٢</sup>، هذا القانون يحظر تسجيل أو اتجار أو استعمال اسم النطاق المتطابق والمتشابه بشكل مضلل مع علامة تجارية أخرى إذا تم ذلك بسوء نية وبهدف الربح، فمكاتب التسجيل في الأصل غير مسؤولة عن تسجيل أو إدارة أسماء النطاق ولو كانت غير مشروعة، وبذلك تكون مكاتب التسجيل التي تقدم خدمة الإخفاء مسؤولة لتسببها بالقرصنة الإلكترونية .

في حين يرى فقيه آخر<sup>٨٣</sup> أن الأساس القانوني لهذه المسؤولية المشتركة قد يتمثل بفكرة الحلول، إذ إن تقديم هيئات ومكاتب تسجيل اسم النطاق لخدمة الإخفاء التي تتم مقابل مبلغ مالي، على أن تلتزم بإخفاء هويته، ثم تظهر هي كمسجل لاسم النطاق، يعني أنها تحل محل مسجل اسم النطاق الحقيقي، ويؤسس البعض الآخر مسؤولية مكاتب التسجيل على اعتبار أنها وكيل عن مسجل اسم النطاق<sup>٨٤</sup>، فهي تعمل كوكيل عنه وتتحمل خطر قيام مسؤوليتها بدلاً من مسجل الموقع، أو بسبب تسجيل اسم النطاق بشكل غير مشروع. يضاف إلى ذلك ما أكدته بعض المحاكم الأمريكية من أن مكاتب التسجيل تعتبر مسؤولة عن الأضرار التي تحدث بسببها إذا كانت تعلم، أو يفترض أنها تعلم أن مسجل اسم النطاق يتصرف بشكل يضر بصاحب العلامة التجارية<sup>٨٥</sup>، ومن القضايا التي أقرت هذه الفكرة، قضية (Ford Motor Co. v. Greatdomains.com , Inc)، في هذه القضية أقام مالك العلامة التجارية دعوى ضد مكتب مختص بتسجيل أسماء النطاق وهو (Greatdomains)، لأن بعض الأسماء التي سجلها تتشابه بشكل مضلل مع علامة فورد، وقررت المحكمة أن شركة (Greatdomains) مسؤولة بشكل مشترك، لأنها قدمت الأرضية المناسبة للسماح للمدعى عليه بتسجيل اسم النطاق المتضمن لعلامتها التجارية، ولكن المدعي لم يقدم الأدلة الكافية لإثبات مسؤولية (Greatdomains)<sup>٨٦</sup>. كذلك الأمر في قضية (Solid Host, NL v. Namecheap. Inc)، في هذه القضية قررت المحكمة أن المسؤولية المشتركة موجودة هنا، مالك اسم النطاق (Solid Host) رفع دعوى للمسؤولية المشتركة بالقرصنة ضد شركة Namecheap

81. Reinsch J, C. Butzer, 'Cybersquatting, Typosquatting, and domaining: Ten years under the Anticybersquatting Consumer Protection Act'. Available at: <https://www.jw.com/wp-content/uploads/2016/05/1276.pdf> p.3.

82. Walczak, ibid, p. 535.

83. Block, ibid, p. 436.

84. Walczak, ibid, p 435., Strombom, ibid, p. 325., Tsai, ibid, p. 5.

85. Walczak, ibid, p 435.

86. Ford Motor Co. v. Greatdomains.com , Inc. 141 F.Supp. 2d. 763, 777 (E.D. Mich. 2001)

كمكتب تسجيل أسماء النطاق بسبب قرصنة اسم النطاق من أحد عملائها، ولأنها قدمت خدمات إخفاء الاسم، فمنحها هذه الخدمات، وأنها تراقب، وتسيطر على عمل مسجل اسم النطاق، كان يعني أنها تعلم أو يفترض بها أن تعلم بسوء نية مسجل اسم النطاق<sup>87</sup>.

### ثانياً: شروط قيام المسؤولية المشتركة لمكاتب تسجيل أسماء النطاق

تثبت المسؤولية المشتركة لمكاتب وهيئات تسجيل أسماء النطاق عند تحقق العلم الحقيقي الخاص بأنها تقدم خدمة لشخص يعتدي على علامة تجارية<sup>88</sup>، وهذا يفترض ويستنتج من شروط العقد الذي أبرمته هذه المكاتب معه، كذلك تنعقد المسؤولية المشتركة بناء على درجة الرقابة والسيطرة التي تمارسها على نشاط مسجل اسم النطاق، ومنها وسائل الإخلال أو المساس بالعلامة التجارية، كذلك يجب أن يكون تسجيل اسم النطاق قد تم بسوء نية وبهدف الربح، وهو أمر صعب الإثبات<sup>89</sup>، ويجب أخيراً أن يسبب ذلك ضرراً لصاحب العلامة التجارية<sup>90</sup>، والضرر يمكن أن يقاس على سبيل المثال بعدد الزائرين للموقع، ونسبة زيارة الموقع على محركات البحث.

كذلك تثبت المسؤولية المشتركة إذا تبين أن مكاتب التسجيل لعبت دوراً آخر يتجاوز تسجيل أسماء النطاق وإدارته نحو تقديم خدمات أخرى مثل Whois، بالإضافة لإثبات وجود خدمة إخفاء الهوية<sup>91</sup>، أي أن مكاتب التسجيل شجعت نشاط القرصنة بالترويج لنشاطات وخدمات تساعدهم للقيام بعملهم، مثل ما حصل في قضية مايكروسوفت، وتسهيل المشاركة السلبية بإخفاء هوية القرصنة، هذه التصرفات تقود الرجل المعتاد لمعرفة أن اسم النطاق تمت قرصنته. كما أن مكاتب التسجيل ليس لديها الوقت ولا الخبرة الكافية ولا الواجب القانوني لمراقبة حسن نية مقدم طلب تسجيل اسم النطاق، يضاف إلى ذلك، أن تكلفة التسجيل سوف تزيد كثيراً إذا أقيمت مسؤوليتها عن تسجيل أسماء النطاق، إذاً هي غير مسؤولة عن تسجيل الاسم وإدارته حتى لو أدى ذلك للقرصنة والاعتداء على علامة تجارية، فالقانون الأمريكي لا يقيم في الأصل مسؤولية مكاتب التسجيل.

ويجب على مسجل اسم النطاق عند تقديم طلب لتسجيل أسماء النطاق لموقع معين، تقديم معلومات تظهره في قاعدة البيانات Whois حيث تعتبر هذه القاعدة وسيلة لضمان الشفافية والمسؤولية<sup>92</sup>، فهي أداة لاتاحة المعلومات عن صاحب الموقع وإذا ثار نزاع ما يمكن حله بسرعة، لكن مكاتب التسجيل تمنح للمسجلين خياراً آخر، هو إمكانية إخفاء الهوية ومعلومات الاتصال بمسجل اسم النطاق مقابل مبلغ مالي، فلا تظهر المعلومات الخاصة بهويته، والهدف من تقديم

87. Solid Host, NL v. Namecheap. Inc, 652 F. Supp. 2d 1092 , Walczak, ibid, p.436.

88. Strombom, ibid, p. 325.

89. Walczak, ibid, p. 538.

90. Strombon, ibid, p. 326

91. Barbantonis, ibid, p. 86.

92. Block, ibid, p. 435



هذه الخدمة كان التخفيف من مشكلة الرسائل المزعجة، أو غير المرغوب بها (Spamming) وتجنب تزاخم الدعاوى بحقه<sup>٩٢</sup>. بالمقابل تقوم مسؤولية مكاتب تسجيل أسماء النطاق إذا ثبت علم هذه المكاتب بالاعتداء الذي وقع من هذا الاسم، وأنها لم تتصرف للحيلولة دون حدوثه، وهو ما يتطابق مع ما نص عليه قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي الفرنسي لسنة ٢٠٠٤، حيث أقام مسؤولية مزودي خدمات الإنترنت إذا ثبت علمهم بالمحتوى غير المشروع أو بالإخلال بحق شخص ما، ولم يتحرك المزود لحجب أو إلغاء الموقع الذي يتضمن المحتوى غير المشروع، أو الإساءة. فقد أدانت المحكمة استئناف باريس ١٩ أكتوبر ٢٠١٢<sup>٩٤</sup> مكتب التسجيل لقيامه بتسجيل الاسم وعدم تجميده للاسم أو حظره بمجرد إخطاره، أو علمه بذلك، وأيضاً بسبب السماح للشخص الطبيعي بإمكانية الاحتفاظ بالمجهولية، حيث أقامت مسؤولية (AFNIC) بسبب المجهولية، وقررت أن نص المادة (٤٥) من قانون البريد والاتصالات الإلكترونية الفرنسي لا يفرض عليها التزام بتجميد، أو وقف اسم النطاق أو اتخاذ إجراءات تحفظية في حال وجود نزاع، وأنها تنتهك حرية التجارة. على مكاتب التسجيل وقف الاسم وتجميده فقط بناء على أمر قضائي، وليس بمجرد حدوث نزاع، وليس عليها أي التزام بالرقابة لتسجيل أسماء النطاق، ولا يطبق عليهم قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي لسنة ٢٠٠٤؛ لأن نشاطهم مختلف. وهو ما قرره التوجيه الأوروبي لسنة ٢٠٠٠ حول التجارة الإلكترونية، والمادة السادسة من قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي الفرنسي لسنة ٢٠٠٤ التي تقيم مسؤولية مزودي خدمات الإنترنت إذا ثبت علمها الفعلي بالمحتوى غير المشروع، وهذا العلم يثبت إذا تم إخطارها من قبل هيئة إدارية، أو قضائية في الدولة، أو من قبل الغير<sup>٩٥</sup>، كما يجب لقيام مسؤولية مزودي الخدمات الإلكترونية حسب هذا القانون أن يمارس مزودو خدمات الإنترنت دوراً إيجابياً يتعدى الدور التقني البحت، وممارستهم لنوع من الرقابة على محتوى الموقع الإلكتروني، كذلك يجب أن يتصرف هؤلاء المزودون وبسرعة لحجب، أو إلغاء، أو منع الوصول إلى الموقع الذي يتضمن محتوى غير مشروع بمجرد علمه الفعلي بهذا المحتوى، فإن لم يتصرفوا لحجب، وإلغاء هذا الموقع يعدون مسؤولين<sup>٩٦</sup>. وقد اتجهت العديد من المحاكم إلى إعفاء مكاتب التسجيل من المسؤولية على اعتبار أنهم يقومون بدور تقني بحت<sup>٩٧</sup> وأن التزامهم باتخاذ الاحتياطات هو التزام ببذل عناية، فهم مجرد مزودين تقنيين، ولا يملكون أي قدرة على القيام ببحث وفحص مدى توافر اسم النطاق قبل حجزه، وهو ما يسري أيضاً على هيئات وجهات التسجيل الوطنية التي لا

93. Block, *ibid*, p. 436.94. CA. Paris 19 oct. 2012, n 09/20514.doctfr, [www.legifrance.gouv.fr](http://www.legifrance.gouv.fr)

95. محمد أبو الهيجاء، علاء الدين الخصاونة، «المسؤولية التقصيرية لمزودي خدمات الإنترنت عن المحتوى غير المشروع»، مجلة الشريعة والقانون، الإمارات العربية المتحدة، ٢٠١٠، المجلد ٢٤، (العدد ٤٢)، ص ٥٢

96. إلياس ناصيف، الكامل في التجارة الجزء الأول، عويدات للنشر والطباعة، بيروت لبنان، ١٩٩٩، ص ٢٨٦.

97. Kur, *ibid*, p. 526.

تسأل عن أي خطأ، عليه فقط أن يحترم الشروط الواردة في العقد الذي يربطه بالأيكان، ولا تقوم مسؤوليته إلا إذا أخل به.

في الأردن، يمكن تأسيس مسؤولية مكاتب التسجيل بناء على قواعد المسؤولية عن الفعل الضار في المادة (٢٥٦) من القانون المدني، التي تقيم المسؤولية إذا ارتكب شخص ما فعلاً ضاراً سبب ضرراً للغير، فلو ثبت أن هنالك ضرراً أصاب صاحب العلامة التجارية من فعل ضار ارتكبه هيئات ومكاتب تسجيل أسماء النطاق، يمكن في الأصل لصاحب العلامة التجارية أن يطالبها بالتعويض، بالرغم من أن سياسة تسجيل أسماء النطاق التي يعتمدها المركز الوطني لتكنولوجيا المعلومات الأردني تقرر صراحة عدم إمكانية إلزامها بالمسؤولية عن عملية اختيار اسم النطاق أو تسجيله.

## الفرع الثاني

### مسؤولية مسجل اسم النطاق تجاه مالكي العلامات التجارية

من خلال استعراض نصوص التشريعات الوطنية وقواعد الأيكان حول قيام وشروط مسؤولية مسجل أسماء النطاق تجاه أصحاب العلامات التجارية أو غيرها من حقوق الملكية الفكرية، يظهر أن هنالك انسجاماً وتشابهاً في هذه الشروط، وعدم وجود فوارق جوهرية كبيرة، رغم وجود بعض الاختلافات، وبالذات فيما أورده قانون مجابهة القرصنة الإلكترونية وحماية المستهلك الأمريكي. لقد كانت المحاكم الأمريكية تفصل في النزاعات الناتجة عن تسجيل، أو استعمال أسماء النطاق وعلاقتها بالعلامات التجارية، وفقاً لقانون العلامات التجارية الأمريكي لسنة ١٩٤٦ المسمى قانون لانهام<sup>٩٨</sup>، على اعتبار أن اسم النطاق يشكل في ذاته علامة تجارية<sup>٩٩</sup>، ثم صدر قانون مجابهة القرصنة وحماية المستهلك بتاريخ ٢٩ تشرين الثاني ١٩٩٩ ليطبق على الصور المستحدثة من النزاعات الخاصة بأسماء النطاق والاعتداءات الواقعة على العلامات التجارية<sup>١٠٠</sup>، وقد جاء هذا القانون لإعطاء مالكي العلامات التجارية جزاءات قانونية ضد من يسجل اسم النطاق بسوء نية، عندما يتطابق، أو يتشابه بشكل يسبب الالتباس مع علاماتهم التجارية، حيث يعطيهم الحق برفع الدعوى أمام المحاكم الفيدرالية الأمريكية ضد مسجل أسماء النطاق سيء النية، والمطالبة بالتعويض، وإمكانية فرض تعويضات قانونية، ورفع دعوى عينية، إذا كان مسجل اسم النطاق مجهولاً، وهو ما يتميز به هذا القانون عن غيره وعن قواعد الأيكان ذاتها، كما يتميز هذا القانون عن غيره في أنه يوجب على المدعي أن يثبت أن المدعى عليه يسجل، أو يتاجر، أو يستعمل اسم نطاق

98. 15 USC 1125 (2006), Lanham Act 43(d) [www.bitlaw.com/source/15usc/](http://www.bitlaw.com/source/15usc/)

٩٩. شريف غنام، حماية العلامات التجارية عبر الإنترنت، مرجع سابق، ص ١٨١.

100. Efroni, Zohar, ibid, p. 336., Scaturro, Tanesa S., 'The Anticybersquatting consumer protection Act and the uniform Dispute Resolution Policy: Looking Back and forward', [2011] NEV.L.J.877.885.

مشابه، أو مطابق لعلامة تجارية وقت تسجيله، أو اسماً محمياً بموجب نص القانون<sup>١٠١</sup>، وهو ما لم توردته قواعد الأيكان، ولا التشريع الفرنسي، حيث لم تشر لحماية الأسماء الشخصية.

#### أولاً: شروط مسؤولية مسجل اسم النطاق عن القرصنة الإلكترونية حسب القانون الأمريكي

حسب نصوص القانون الأمريكي على المدعي، أو صاحب العلامة التجارية، أن يثبت أن هنالك علامة تجارية موجودة تم الاعتداء عليها، وإثبات أن علامته التجارية مشهورة، أما التمييز، فيشير إلى أصالة العلامة التجارية، حيث تكون متميزة من لحظة إيجادها، وقبل استعمالها في التجارة، وقبل أن تشتهر<sup>١٠٢</sup>. أما العلامة التجارية المشهورة، فقد تفتقر للتمييز رغم شهرتها. وإذا كانت العلامة مشهورة<sup>١٠٣</sup>، يجب أن يثبت أن اسم النطاق مطابق، أو مشابه للعلامة التجارية، بحيث يؤدي لوقوع المستهلك في الالتباس، أو الخلط، ويتطلب هذا الأمر المقارنة بين اسم النطاق والعلامة التجارية بدون نظر إلى السلعة أو الخدمات المقدمة من كليهما، وفي هذا يختلف القانون الأمريكي عن باقي التشريعات التي لم توجب أن تكون العلامة مميزة. كما يجب أن يثبت المدعي أن المدعى عليه قام بتسجيل اسم النطاق، أو المتاجرة به، أو استخدامه، وأنه يمثل علامة تجارية مشهورة، وتفيد كلمة الاتجار كل المعاملات التي تتضمن بيع، تأجير، أو مبادلة، أو أي نقل لقاء مقابل معين<sup>١٠٤</sup>. كما يجب إثبات وجود سوء النية لدى مسجل الاسم بهدف تحقيق ربح<sup>١٠٥</sup>، وقد قرر القانون عدة معايير تساهم في تحديد وجود سوء نية مسجل اسم النطاق، وهدف الربح لديه. فقد نص القانون الأمريكي لمجابهة القرصنة وحماية المستهلك لسنة ١٩٩٩ في الفصل ١٥ منه<sup>١٠٦</sup> أن الشخص يكون مسؤولاً بدعوى مدنية من قبل مالك العلامة التجارية، وصاحب الاسم إذا كان لديه سوء نية ويهدف للربح من هذه العلامة، وقد أوردها هذا القانون على سبيل المثال، وليس الحصر<sup>١٠٧</sup>. فالقانون الأمريكي يقيم مسؤولية الأشخاص الذين يسجلون، أو يتاجرون، أو يستعملون اسم النطاق بسوء نية وبهدف الربح. وللمحكمة أن تقدر عكس هذه المعايير إذا قدم الشخص أسباب مقنعة تبرر استعمالاً عادياً وقانونياً لاسم النطاق، فتقديرها يتم بتوازن وحسب الظروف<sup>١٠٨</sup>، ومنها:

١- عرض التنازل عن أسماء النطاق المتطابقة، أو المتشابهة مع العلامة التجارية مقابل عوض مالي.

101. Hardy C., ibid, p. 768.

102. Coran, S. J., (2001) 'The Anticybersquatting Consumer Protection Act's In Rem Provision: Making American Trademark Law the Law of the Internet?,' Hofstra Law Review: Vol. 30: Iss. 1, Article 5, p. 180.

103. ibid, p. 190.

104. Sankalp., ibid, p. 774.

105. Reinsh, ibid, p. 5.

106. 15 U.S.C . 1125 (d) (1) (A).

107. Sankalp, t, ibid, p. 6-7.

108. Frenbach, ibid, p. 19-21.

- ٢- تسجيل عدد كبير من أسماء النطاق.
- ٣- تسجيل اسم نطاق يتطابق مع اسم شخص، إلا إذا كان استعمالاً مشروعاً من الشخص لاسمه هو.
- ٤- إذا كان يتضمن تضليلاً للمستهلك، بأن يعتقد أنه يستعمل الموقع الرسمي لصاحب العلامة التجارية وتوجيهه لموقع معين مملوك لصاحب العلامة، مما قد يسبب ضرراً لشهرة العلامة أو الإساءة إليه.
- ٥- عرض مسجل اسم النطاق لبيع اسم نطاق لم يستعمله.
- ٦- تسجيل عدد كبير من أسماء النطاق المتطابقة، أو المتشابهة مع العلامة التجارية المشهورة.
- ٧- اعطاء معلومات مضللة أو خاطئة لدى تسجيل اسم النطاق، وتنفي المسؤولية إذا أثبت أن المدعى عليه كان له أسباب معقولة للاعتقاد أن استعمال اسم النطاق كان مشروعاً ونزيهاً.
- ويستثني القانون من تطبيقه كل شخص يسجل بحسن نية اسم النطاق الذي يحتوي على اسم شخص معين أو غيره<sup>١١٠</sup>. ولا يمنع القانون الأمريكي الاستعمال العادل للعلامة التجارية، أو أي استعمال محمي، أو مسموح به<sup>١١١</sup>. وقد جاء هذا القانون بهدف حماية كل من المستهلكين ومالكي العلامة التجارية، وهو ما لم تشر إليه التشريعات الأخرى بشكل صريح، حيث صبت اهتمامها على موضوع حماية أصحاب العلامات التجارية، دون الإشارة مباشرة إلى المستهلك كمتضرر من عملية قرصنة أسماء النطاق.

### ثانياً: شروط المسؤولية حسب قواعد السياسة الموحدة الصادرة عن الأيكان

تعتبر الأيكان منظمة غير ربحية، مقرها في أمريكا، وتختص بتوزيع أسماء النطاق، وإدارة نظام أسماء النطاق العامة العالية. كما تتولى إدارة سجلات المواقع العالية الوطنية<sup>١١٢</sup>. في عام ١٩٩٩ اعتمدت السياسة الموحدة لتسوية المنازعات الخاصة بأسماء النطاق العالية كمرجعية إجبارية، وهي تختص أيضاً بالمنازعات الخاصة بأسماء النطاق الوطنية التي كانت قد اعتمدت هذه السياسات باختيارها<sup>١١٣</sup>، فأى نزاع بخصوص أسماء النطاق العالية أو الوطنية التي تعتمد هذه السياسة طوعاً يخضع لقواعد السياسة الموحدة لتسوية النزاعات، وهو ما جاء في نص المادة (١-٤) من هذه القواعد التي حددت نطاق تطبيق السياسة الموحدة، ويجب حتى تطبق هذه المبادئ أن تظهر رغبة الأطراف بالخضوع لها اختياراً بوضوح في عقد تسجيل أسماء النطاق، والأيكان لا

109. Sankalp, ibid, p. 4.

١١٠. أحمد لبيب، الضوابط القانونية للاستخدام غير المشروع للعلامة التجارية، مرجع سابق، ص ٥٥.

111. Efroni, Zohar., ibid, p. 335. Coran., ibid, p. 179.

112. Ellerbac C., UDRP Versus ACPA: Choosing the Right Tool to Challenge Cybersquatting, fenwick, <https://www.fenwick.com/publications/pages/udrp-versus-acpa-choosing-the-right-tool-to-challenge-cybersquatting.aspx>, P. ٧٧، محمد هلسة، منازعات العلامات التجارية، ص ٧٧.

تتدخل مباشرة في المنازعات، بل تعطي موافقتها لمنظمات مختصة بفض هذه النزاعات<sup>١١٣</sup>. ومن يستطيع اللجوء إلى هذا الإجراء هو كل شخص طبيعي أو معنوي إذا كان مالكا لاسم نطاق عالمي عام، أما أسماء النطاق الوطنية، فليس لهم ذلك إلا إذا كان من يدير اسم النطاق قد قبل وتبنى مبادئ السياسة الموحدة، فنطاقه ينحصر في النزاعات بين مالك العلامة التجارية ومسجل اسم النطاق. أما عن شروط ممارستها، فقد نصت المادة (٤) من السياسات الموحدة على وجوب توافر ثلاثة عناصر في الشكوى المقدمة وهي:

- ١- إثبات أن اسم النطاق الذي تم تسجيله يتطابق، أو يتشابه مع العلامة التجارية<sup>١١٤</sup>، بحيث يؤدي إلى الالتباس لدى المستهلك، وتقدير مدى التطابق أو التشابه، وحصول الالتباس يعود إلى لجنة تسوية المنازعات التي تتكون غالباً من خبراء، ولم تشترط السياسة بشكل صريح وجوب أن تكون العلامة التجارية المعتدى عليها مسجلة، بل يكفي استخدامها لمدة زمنية كافية.
- ٢- إثبات أن مسجل اسم النطاق ليس له حق ولا يملك مصلحة مشروعة بتسجيله، وسلطة تحديد مدى توافر المصلحة غير المشروعة تعود للجنة تسوية المنازعات حسب ما يقدم لها الأطراف من أدلة تثبت أحقية أحدهم بالاسم، وعدم أحقية الآخر به، من ذلك مثلاً عرض بيع اسم النطاق للغير مقابل مبلغ نقدي، كذلك تسجيله، وعدم استعماله لمدة طويلة، يشير إلى عدم وجود مصلحة مشروعة، كذلك تسجيله باسم مجهول.. وقد يستتج ذلك من تاريخ مسجل اسم النطاق وأسبقياته، أو من وجود عدة شكاوى بحقه، أي أن مسجل اسم النطاق معتاد على هذه الممارسات، أو أن تسجيل اسم النطاق جاء بهدف زعزعة أعمال التاجر المنافس.
- ٣- إن تسجيل اسم النطاق واستعماله قد تم بسوء نية، وهي مسألة صعبة الإثبات، وتتشدد السياسة الموحدة في إقرارها، وبالرغم من ذلك تعطي المبادئ في المادة (٤-٢) من السياسة الموحدة أمثلة وقرائن على سوء نية مسجل اسم النطاق، مثل إذا كانت الوقائع تثبت أن اسم النطاق سجل بشكل أساسي من أجل بيعه، أو تأجيرهم، أو التنازل عنه لمالك العلامة التجارية، وذلك مقابل عوض، وبسعر يتجاوز رسوم تسجيله، فعرض الاسم للبيع أو النقل لشخص ما يكفي لإثبات عدم وجود المصلحة المشروعة وسوء النية، أو أنه قام بتسجيل الاسم، أو استعماله لمنع مالك العلامة من تسجيل العلامة كاسم نطاق خاص به، أو لتعطيل أعمال منافسه، وأنه حاول جذب الزبائن لديه، خصوصاً إذا كان من الممكن إيجاد التباس مع العلامة التجارية العائدة لشخص آخر. وإذا كانت العلامة المعتدى عليها مشهورة، يعد سوء النية وعدم توافر المصلحة مفترضاً<sup>١١٥</sup>. بالمقابل يثبت حسن نيته لو أثبت أنه يستخدم الاسم فعلياً في منتجات، أو خدمات

113. Frenbach, ibid, p. 9.

١١٤. محمد هلسة، منازعات العلامات التجارية، مرجع سابق، ص ٧٦.

١١٥. عدنان السرحان، أسماء النطاق، مرجع سابق، ص ٤٤.. شريف غنام، حماية العلامات التجارية، مرجع سابق، ص ١١١.

على موقعه الإلكتروني، أو أنه معروف لدى المستهلكين بهذا الاسم، وأنه يستغله بشكل مشروع، وليس لديه نية الإضرار بسمعة غيره.

بالمقابل وحسب قانون البريد والاتصالات الإلكترونية الفرنسي يعتبر مسجل اسم النطاق سيء النية إذا كان هدفه الأساسي:

- ١- بيع الاسم، أو تأجير، أو التنازل عنه بأي شكل لهيئة حكومية، أو بلدية، أو لشخص يحمل الاسم نفسه، أو اسماً مشابهاً دون وجود رغبة فعلية باستغلال الاسم.
- ٢- الاعتداء على سمعة شخص ما، له مصلحة مشروعة في الاسم، أو الاعتداء على حق معترف به لشخص على الاسم نفسه، أو اسم مشابه له، أو للاعتداء على منتج أو خدمة مشابهة لاسم في ذهن المستهلك.
- ٣- الاستفادة من شهرة شخص، له مصلحة مشروعة في الاسم، أو حق معترف به على ذات الاسم، أو على اسم مشابه، أو من شهرة منتج أو خدمة مشابهة للاسم، وتوجد خطأ لدى المستهلك.

## المطلب الثاني

### تسوية النزاعات بين صاحب العلامات التجارية ومسجل اسم النطاق

نظراً للإقبال الشديد على تسجيل أسماء النطاق وتزايد صور الاعتداء على العلامات التجارية وتضليل المستهلكين، تعددت الأضرار التي تصيب مالكي العلامات التجارية، كما تعددت الأضرار التي تصيب المستهلكين أنفسهم من تضليل وخداع واستيلاء على بياناتهم، لذلك كان لا بد من البحث في سبل مواجهة هذه الاعتداءات وتوفير طرق تضمن حماية صاحب العلامة التجارية والمستهلك في نفس الوقت. وقد توزعت طرق تسوية المنازعات بين وسائل على المستوى الوطني وهي غالباً وسائل قضائية، ووسائل على المستوى الدولي، وهي غالباً ذات طابع غير قضائي.

الفرع الأول: الوسائل على المستوى الوطني:

قد يلجأ أصحاب الحق في اسم النطاق، أو العلامات التجارية، أو غيرها من حقوق الملكية الفكرية التي تم الاعتداء عليها لحل النزاع أمام المحاكم الوطنية لحل النزاع الخاص بأسماء النطاق، حيث يتم رفع الدعوى أمام المحاكم المختصة على مسجل أسماء النطاق، على أن يثبت أنه من يملك الحق بتسجيله، وأن مسجل اسم النطاق لم يكن صاحب الحق بتسجيله. كما قد تلجأ الشركة مالكة العلامة التجارية إلى الهيئات المسؤولة عن تسجيل أسماء النطاق في الدولة، حيث تضع بعض الدول قواعد خاصة وإجراءات محددة لفض أي نزاع حول أحقية تسجيل العلامة التجارية كاسم نطاق مثل فرنسا وبريطانيا، لكن شروط منح وإجراءات تسجيل أسماء النطاق تختلف من دولة لأخرى.

**الفصل الأول: الوسائل القضائية على المستوى الوطني؛**

استند الفقه والقضاء لقواعد المنافسة غير المشروعة ولقواعد الملكية الفكرية وحماية العلامات والأسماء التجارية أو حتى المسؤولية عن الفعل الضار لتسوية النزاعات الناشئة عن القرصنة الإلكترونية:

**أولاً: دعوى تقليد العلامة التجارية**

يحق لمالك العلامة التجارية أن يرفع دعوى تقليد إذا قام مسجل اسم النطاق بتسجيل العلامة كجزء من اسم النطاق، ويحق له ممارسة هذه الدعوى لدفع الاعتداءات عن اسم النطاق في مواجهة اسم نطاق آخر، أو علامة تجارية مقلدة. والتقليد هو كل اعتداء على أي حق من الحقوق الناشئة عن العلامة التجارية المسجلة، وهدف هذه الدعوى هو منع التعدي على العلامة التجارية، واسم النطاق، وإيقافه، والتعويض عن الأضرار التي قد تنتج عن الالتباس الذي يحدث في ذهن المستهلك بأنهم يتعاملون مع الشركة الأصلية مالكة العلامة بعكس ما هو عليه الواقع. ويشترط لممارسة هذه الدعوى في مجال القرصنة الإلكترونية:

١- إذا كنا أمام نزاع بين اسم نطاق واسم نطاق آخر، أن يثبت المدعي أنه مالك لاسم النطاق<sup>١١٦</sup>، حيث يشترط أن يثبت مسجل اسم النطاق أنه يملك هذا الاسم، وأنه اسم جديد ومميز ومشروع، كما عليه أن يثبت أن تسجيله تم بشكل رسمي وصحيح وأن لديه شهادة تسجيل من الجهة المختصة بتسجيل أسماء النطاق. أما إذا كان النزاع بين اسم النطاق والعلامة التجارية، فإذا كانت علامة مشهورة، يمكن إثبات الاعتداء أو التقليد بسهولة حتى لو كانت العلامة التجارية في مجال مختلف، وإذا كانت علامة تجارية غير مشهورة، لا بد أن تكون مسجلة في الدولة، فمبدأ التخصص يوجب أن العلامة التجارية لا تحمي إلا في المجالات التي سجلت فيها، وهو ما جاء في المادة (٢٥) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢<sup>١١٧</sup> والمادة (٧١٣-١) من تقنين الملكية الفكرية الفرنسي، وأكد عليه القضاء الفرنسي في العديد من الأحكام<sup>١١٨</sup>.

٢- وجود خطر التضليل والخداع بالنسبة للمستهلكين، أي وجود خلط أو التباس بين اسم نطاق واسم نطاق آخر، أو بينه وبين علامة تجارية مشهورة، بحيث أدى هذا إلى حدوث التباس لدى المستهلكين وسبب لهم ضرراً.

٣- أن يكون هناك تقليد حريفي أو شبه حريفي لاسم النطاق، أو للعلامة التجارية، والتقليد الحريفي، هو تطابق كامل مع العلامة التجارية، ولا يمكن تصوره بالنسبة لاسم نطاق آخر؛ لأن مبدأ

١١٦. حواس فتحية، حماية المصنفات الرقمية، مرجع سابق، ص ٢٧٠.

١١٧. قانون العلامات التجارية الأردني رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢، الصفحة ٢٤٣ من الجريدة الرسمية العدد ١١١٠ بتاريخ ١/٦/١٩٥٢. 118. TGI Nanterre, 21 janv 2002, www.legalis.net/jurisprudences/, TGI Bordeaux 22 Juillet 1996, www.legalis.net/legalnet/judiciaire/ord0796.htm . , TGI Versailles 14 fev 1998, www.legalis.net/legalnet/judiciaire/tgi\_versailles0498.htm , civ1 17 fev 2011, n 09-15.857, www.legifrance.gouv.frCom. 2 fevrier 2016, n de porvoi : 14-20486.

الأسبقية يحول دون تسجيل اسمي نطاق متطابقين من نفس المستوى في نفس الوقت. أما التقليد شبه الحرفي، فهو تطابق بين اسمي نطاق أو اسم نطاق وعلامة تجارية مشهورة، لذلك يجب إعادة إنتاج أو تقليد العلامة التجارية. ولا حاجة لإثبات أي ضرر، بل يجب فقط إثبات المساس بالعلامة التجارية عبر تسجيل العلامة كجزء من اسم النطاق.

وينظم هذه الدعوى في التشريع الأردني المواد (٢٥، ٢٣، ٢٧، ٢٨) من قانون العلامات التجارية الأردني لسنة ١٩٥٢ وتعديلاته، ويعاقب مقلد العلامة التجارية بالحبس مدة تتراوح بين ثلاثة أشهر وسنة، أو بغرامة لا تقل عن ١٠٠ دينار، ولا تتجاوز ستة آلاف دينار، أو بكلتا العقوبتين. والجزاء في هذه الدعوى هو إلغاء تسجيل اسم النطاق أو تحويله لصاحب العلامة التجارية، كما يمكن له طلب تعويض عن الأضرار المادية والمعنوية التي تصيبه جراء هذا الاعتداء وحرمانه من تسجيل العلامة كاسم نطاق، والإضرار به، والتشهير بسمعته، وإذا كانت العلامة التجارية مشهورة، يحق لصاحبها ولو لم تكن مسجلة رفع دعوى للمطالبة بمنع الغير من استعمالها على منتجات، أو خدمات مماثلة، أو غير مماثلة بشرط أن يدل الاستعمال لهذه العلامة على صلة بين تلك المنتجات، أو الخدمات وبين العلامة المشهورة واحتمال أن تتضرر مصالح صاحب هذه العلامة نتيجة هذا الاستعمال حسب المادة (٢٥) والمادة (٣٢) من قانون العلامات التجارية الأردني لسنة ١٩٥٢ وتعديلاته. ولصاحب العلامة أو اسم النطاق طلب منع التقليد ووقفه وله أن يطلب شطب الموقع، أو اسم النطاق الذي يتطابق أو يتشابه مع علامته التجارية. لو تم الاعتداء مسجلة الأردن، لمالكها طلب وقف الاعتداء حسب المادة (٣٦) وطلب التعويض عن الأضرار الناتجة حسب المادة (٢٤)، والتعويض في هذه الحالة تحكمه القواعد العامة للمسؤولية عن الفعل الضار، لكن المادة (٣٤) تشترط تسجيل العلامة في الأردن لاستحقاقها التعويض عن التعدي على العلامة التجارية. وفي فرنسا، تنظم هذا الدعوى حسب المادة (٧١٦-٣) من تقنين الملكية الفكرية الفرنسي، والمادة (٨٠٨) من قانون الإجراءات المدنية الفرنسي. وإذا كانت الاعتداءات تتمثل بالتعدي على شخصيات في رواية ما، أو في فيلم سينما، أو شخصيات تلفزيونية، يمكن اللجوء إلى المادة (١١٢-١ و ١١٢-٤)، والمادة (٣٣٥) من تقنين الملكية الفكرية الفرنسي. بالإضافة إلى إمكانية المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي أصابته من خسارة لاحقة، وكسب فائت، وبغض النظر عن حسن أو سوء نية الفاعل أو المقلد.

#### ثانياً: دعوى المنافسة غير المشروعة

يحق لصاحب اسم النطاق، أو العلامة التجارية التي تم الاعتداء عليها دفع هذا الاعتداء عبر دعوى المنافسة غير المشروعة لوقف هذا التعدي، أو إلغاء اسم النطاق، أو تحويله لصاحب العلامة التجارية، والمنافسة غير المشروعة هي «اللجوء إلى أساليب متنوعة في التدليس والغش



والعبث والإفساد والتغريب والتضليل»<sup>١١٩</sup>. فهي تتمثل بممارسات تتنافى مع الأعراف والقواعد التجارية بهدف الإضرار بالمنافسين من التجار وتضليل المستهلكين وخداعهم، ولم تتبن الكثير من التشريعات مثل المشرع الفرنسي والإماراتي، تعريفاً محدداً للمنافسة غير المشروعة، بل اكتفت بتحديد الأفعال التي تعد ممارسات تجارية غير مشروعة، وبالنسبة للمشرع الأردني، فقد حدد في المادة (٢/أ) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم ١٥ لسنة ٢٠٠١<sup>١٢٠</sup> أنه «يعتبر عملاً من أعمال المنافسة غير المشروعة، كل منافسة تتعارض مع الممارسات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية»، ثم عاد في المادة (٢/ب) من ذات القانون وحدد الحالات التي تعتبر منافسة غير مشروعة بشكل خاص، ومنها التعدي على العلامة التجارية بشكل يؤدي لتضليل الجمهور. ويشير الفقه إلى أن من صور المنافسة غير المشروعة تلك التي تتضمن الاعتداء على عناصر المتجر كالزبائن والعنوان والاسم التجاري والعلامات التجارية، كذلك عرض التاجر المنافس بضاعة رديئة ونسبتها للتاجر الآخر<sup>١٢١</sup>، ولذلك يعتبر قيام شخص بتسجيل اسم نطاق يتشابه مع أحد حقوق الملكية التجارية لتاجر آخر، كالعلامة التجارية أو الاسم التجاري بشكل منافسة غير مشروعة تؤدي إلى الالتباس والخلط لدى المستهلك وتضليل الجمهور. وقد نظم المشرع الفرنسي هذه الدعوى في المادة (٧١٢-٣) من تقنين الملكية الفكرية بأنها «اصطناع أو تقليد علامة منتجات، أو خدمات متماثلة توجب المسؤولية المدنية متى كانت مشهورة». ويشترط لممارسة هذه الدعوى في مجال الاعتداء على أسماء النطاقات، أو العلامة التجارية:

١- إثبات ملكية اسم النطاق، أو العلامة التجارية<sup>١٢٢</sup>، حيث يجب على المدعي إثبات أنه يملك اسم النطاق المعتدى عليه، أو أنه يملك العلامة التجارية المعتدى عليها.

٢- ارتكاب تعدي يمثل منافسة غير مشروعة مخالفاً لقواعد النزاهة والشرف في التجارة، وهذا يقتضي وجود منافسة حقيقية بين اسم النطاق والعلامة التجارية، أي أن يكون النشاط التجاري للتاجر المنافس الذي سجل اسم النطاق متطابقاً، أو مماثلاً، أو مقارباً للنشاط التجاري لصاحب الاسم التجاري، أو العلامة التجارية، أو المؤشر الجغرافي المعتدى عليه، وقد تتمثل بما يسميه البعض<sup>١٢٣</sup> المنافسة الطفيلية، والتي يقصد بها سعي صاحب اسم النطاق بدون وجه حق إلى الاستفادة من الشركات صاحبة العلامات التجارية المشهورة، ولو لم يوجد زبائن

١١٩. محسن شفيق، القانون التجاري، ج ١، ط ١، دار نشر الثقافة، الإسكندرية، ١٩٤٩، ص ٤٠٤.

١٢٠. قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني، المنشور على الصفحة ١٢١٦ من عدد الجريدة الرسمية رقم ٤٤٢٣ تاريخ ٢٠٠١/٤/٢

١٢١. سميحة القليوبي، ٢٨٩ الوسيط في شرح قانون التجارة المصري، ج ١، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠١٢، هاني دويدار، القانون التجاري، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٤، ص ٢٦٤.

١٢٢. حواس فتحة، حماية المصنفات الرقمية، مرجع سابق، ص ٢٧٠.

١٢٣. صبري مصطفى السبك، دعوى المنافسة غير المشروعة، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، ٢٠١٢، ص ٤٩.

مشتركون بينهم، وعدم تطابق أو تماثل النشاط التجاري لكل منهما<sup>١٢٤</sup>، وهو ما يلجأ إليه بعض مسجلي أسماء النطاق للاستفادة من شهرة علامة تجارية معينة، أو من جذب الزبائن لموقعه بسبب الخلط الذي يتولد في ذهن المستهلكين. ويجب ارتكاب عمل المنافسة غير مشروعة عن قصد وسوء نية، يتمثل ذلك بتقليد، أو تزوير العلامة التجارية، أو الاسم التجاري بطريقة تؤدي لتضليل المستهلكين وإثارة اللبس لديهم، أو باستعمال هذا الاسم التجاري المقلد، أو العلامة التجارية المقلدة.

٣- حدوث ضرر وعلاقة سببية<sup>١٢٥</sup>، ويتمثل ذلك بأي ضرر يصيب صاحب اسم النطاق، أو العلامة التجارية من خسائر مالية أو تشويه سمعة أو تحويل الزبائن وتضليلهم، ويكون ناتجاً عن تسجيل اسم النطاق بسوء نية.

كما يشترط قانون العلامات التجارية الأمريكي في المادة (٤٥) منه أن يكون استخدام العلامة التجارية من قبل المنافس قد تم بدون وجه حق ولأغراض تجارية (Use in commerce)، وقد حسم القانون الأمريكي حول العلامات التجارية في المادة (٤٥) الجدل الذي ثار حول تفسير المقصود بالاستخدام لأغراض تجارية<sup>١٢٦</sup> حيث نصت هذه المادة على أن هذا المصطلح يعني "استخدام علامة تجارية بحسن نية في سياق التجارة العادية، ولأغراض هذا الفصل، تعتبر العلامة مستخدمة في التجارة بالنسبة للبضاعة، عند وضعها بأي شكل من الأشكال على البضائع، أو حاوياتها، أو العبوات المرتبطة بها، أو على العلامات، أو الملصقات الملحقة بها، أو إذا كانت طبيعة البضاعة تجعل وضعها على البضاعة بهذا الشكل غير عملي، ثم على الوثائق المرتبطة بالبضائع، أو ببيعها، و (ب) إذا كانت البضاعة تباع أو تنقل في التجارة، وبالنسبة للخدمات، فعند استخدامها، أو عرضها في بيع، أو الإعلان عن الخدمات، وكانت هذه الخدمات، مقدمة في التجارة أو كانت هذه الخدمات مقدمة في أكثر من ولاية، أو في الولايات المتحدة وفي بلد أجنبي، ويكون الشخص الذي يقدم الخدمات يعمل في تجارة ذات اتصال مع هذه الخدمات<sup>١٢٧</sup>. لذلك يجب أن يكون هذا الاستخدام مرتبطاً ببيع البضائع، أو عرضها للبيع، أو توزيعها أو الاعلان عنها<sup>١٢٨</sup>، وهو ما يتوافر إذا تم إدراج العلامة التجارية ضمن الكود الأصلي للموقع الإلكتروني (Metatges). أما إذا كان استخدام العلامة التجارية في أغراض غير تجارية، فلا يشكل ذلك أي اعتداء على

١٢٤. صبري مصطفى السبك، دعوى المنافسة غير المشروعة، مرجع سابق، ص ٤٩.

١٢٥. جوزيف نخلة سماحة، المزاومة غير المشروعة، مؤسسة عز الدين للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، ١٩٩١، ص

١٠١. إلياس ناصيف، الكامل في التجارة الجزء الأول، عويدات للنشر والطباعة، بيروت لبنان، ١٩٩٩، ص ١١٣.

١٢٦. انظر في تفاصيل هذا الموضوع أحمد لبيب، الضوابط القانونية للاستخدام غير المشروع للعلامة التجارية، مرجع سابق،

ص ٢٣-٢٤.

127. 15. U.S.C Chapter 22 1127, (2000).

١٢٨. أحمد لبيب، الضوابط القانونية للاستخدام غير المشروع للعلامة التجارية، مرجع سابق، ص ٢٤.

هذه العلامة، بالرغم من ذلك يشير القضاء والفقهاء الأمريكيين<sup>١٢٩</sup> إلى مصطلح الاستخدام العادل للعلامة التجارية في الترويج للسلع، والمقارنة بينها، ونقدها، والتعليق عليها، وانتقاد مالك العلامة التجارية، كسبب لرد دعوى التعدي على العلامة التجارية، والذي تبناه قانون العلامات التجارية الأمريكية في المادة ٤٣ منه عندما اعتبر أن استخدام العلامة التجارية، في الإعلان عن السلع والخدمات، أو نقدها، أو التعليق عليها، أو على مالك العلامة التجارية من أجل توير إرادة المستهلك والسماح له بالمقارنة بين البضائع والخدمات لا يشكل تعدياً على العلامة التجارية، ففي هذه الحالة لم تستخدم العلامة التجارية لأداء وظيفتها لتمييز السلع وتحديد مصدرها، فاستخدام العلامة التجارية لغايات نقد، أو التعليق، أو عرض التقارير الاخبارية، أو التعليم، لا يعد اعتداء على العلامة التجارية، فالاستخدام العادل يشير إلى استخدام العلامة لغايات وصف السلع وبحسن نية، وهذه الفكرة تساهم في السماح للمستهلك بالمقارنة بين المنتجات، وبارادة مستتيرة.

والجزء في حال ثبوت المنافسة غير المشروعة يتمثل في الحصول على تعويض عادل ووقف الممارسات غير المشروعة، بالإضافة إلى الحبس والغرامة أو كليهما. فالمنافسة غير المشروعة إذاً تكون بوجود تماثل في تقديم الخدمات، أو السلع مما يسبب خلط، أو التباس لدى المستهلك، أما إذا كانت غير متماثلة، فلا منافسة هنا، وهو أمر متروك للقاضي، ولم يشترط المشرع الأردني الركن المعنوي، بل فقط أن يؤدي إلى ضرر بالمنافس. وتشترط معظم التشريعات حدوث خلط، أو لبس لدى المستهلك، وبالذات المستهلك العادي لشبكة الإنترنت، وليس المستهلك المحترف، ولا قليل الخبرة، ومع ذلك يرى جانب من الفقهاء أنه كلما زاد استخدام المستهلك للإنترنت والوسائل التقنية، أصبح من الصعب حدوث الخلط، أو الالتباس لديه، وإمعاناً في حماية المستهلك، يقرر بعض الفقهاء<sup>١٣٠</sup> أن الالتباس الذي يؤدي لتضليل المستهلك قد يتم حتى لو كانت المنتجات المعلن عنها غير متنافسة، بالإضافة إلى الأخذ بالمفهوم الواسع للخلط، أو اللبس الذي يوجب رفع دعوى الاعتداء على العلامة التجارية. ويعطي قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني لصاحب العلامة المسجلة أو غير المسجلة إمكانية رفع دعوى منافسة في حال الاعتداء على العلامة التجارية، والمطالبة بالتعويض عن هذا التعدي حسب المادة الثالثة من هذا القانون.

#### ثالثاً: المسؤولية عن الفعل الضار

بالإضافة لقواعد دعوى التقليد والمنافسة غير المشروعة، يمكن اللجوء للقواعد العامة في المسؤولية عن الفعل الضار، استناداً للمادة (٢٥٦) مدني، والمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي تصيب مالك العلامة التجارية نتيجة الاعتداء على اسم النطاق أو العلامة التجارية تجاه المعتدي

١٢٩. أنظر لمزيد من التفاصيل، أحمد لبيب، المرجع ذاته، ص ٥٦ وما يليها.

١٣٠. أحمد لبيب، المرجع ذاته، ص ٢٧.

على العلامة التجارية، ويتحقق ذلك بإثبات الاعتداء على الاسم، أو العلامة التجارية، والذي يتمثل بصور القرصنة الإلكترونية المختلفة، وأن يؤدي ذلك لضرر مثل الخلط لدى المستهلكين، تحويلهم لمنافس آخر، تشويه سمعة صاحب اسم النطاق، أو العلامة التجارية، ويتم التعويض عن الخسارة اللاحقة والكسب الفائت<sup>131</sup>. بعد استعراض الوسائل التقليدية، نلاحظ أنها تواجه بعض الصعوبات منها أن تحديد حدود الالتباس يعود لقاضي الموضوع وبالتالي عدم وجود سياسة واحدة لكل نزاعات أسماء النطاق، كذلك يعاب عليها بطء الإجراءات وطول أمدها، بالإضافة إلى ارتفاع النفقات، والطابع التقني لهذا الاعتداءات، مما يعني عجز هذه الوسائل عن مواجهة هذه الممارسات، بالإضافة لوجوب اتخاذ نفس الإجراءات أمام كل الدول التي يتم فيها قرصنة اسم النطاق المعني.

### الفصل الثاني: الإجراءات الخاصة لتسوية النزاعات على المستوى الوطني

تبنت بعض الدول قواعد خاصة لتسوية النزاعات الناشئة عن تسجيل أسماء النطاق، فمنها ما أتاح للهيئات القائمة على إدارة وتسجيل أسماء النطاق سلطة الفصل في هذه النزاعات كما هو الحال في فرنسا، ومنها ما أعطى لهذه الجهة دوراً محدوداً كما في الأردن، وهو ما نوضحه تباعاً.

#### أولاً: في فرنسا

تم وضع قواعد وإجراءات بديلة لتسوية النزاعات الخاصة بأسماء النطاق ضمن الامتداد (.fr)، وهي تشابه إلى حد كبير مع السياسة الموحدة لتسوية المنازعات الصادرة عن الأيكان، حيث يستطيع ضحايا قرصنة أسماء النطاق اللجوء إلى إجراءات بديلة على المستوى الوطني تسمى (SYRELLI)، وذلك لطلب تحويل أو إلغاء أسماء النطاق ضمن الامتداد (.fr) الذي تم حجزه، أو تجديده بمخالفة أحكام المادة (٤٥-٢) من قانون البريد والاتصالات الإلكترونية الفرنسي، يشار هنا إلى أنه قبل إقرار هذه الوسيلة كانت المنازعات تتم وفق إجراءات (PREDEC)<sup>132</sup>، ثم جاء المرسوم بقانون بتاريخ ٢١/١٠/٢٠١١ وأعطى ضحايا قرصنة أسماء النطاق وسيلة جديدة في مواجهة الحجز والاستعمال التعسفي لأسماء النطاق (.fr)، وتعتبر هذه الوسيلة أكثر سرعة وأقل تكلفة بشرط معرفة كيفية استخدام هذا الإجراء، فرسوم هذه الإجراءات زهيدة إلى حد كبير<sup>133</sup>، ولكن المدعي لا يستطيع بموجبها طلب أي تعويض، أو أن يطلب رد الرسوم كما هو الحال في التشريع الأمريكي، وتطبيق المادة (٤٥-٦) من قانون البريد والاتصالات الإلكترونية، يكون لصاحب المصلحة حق طلب إلغاء، أو نقل اسم نطاق لصالحه إذا كان اسم النطاق هذا يدخل في الحالات المقررة في المادة ٤٥-٢، وتتمثل هذه الحالات بما يلي:

131. TGI Paris 31 juillet 2000. [www.legalis.net/jurisprudences/](http://www.legalis.net/jurisprudences/)

132. Ebert., ibid, p.68.

133. Ebert, ibid, p. 70.

١- تسجيل اسم النطاق يشكل مساساً بالنظام العام والأداب العامة، أو الحقوق المضمونة بالدستور والقانون<sup>١٣٤</sup>.

٢- إذا كان اسم النطاق يتطابق أو يقترب من اسم الجمهورية الفرنسية، أو إقليم، أو مقاطعة محلية فيها، أو اسم مؤسسة، أو هيئة تقدم خدمة عامة وطنياً أو محلياً، إلا إذا أظهر المدعى عليه حسن نية، أو مصلحة مشروعة، فهذا النص يمنع تسجيل أي اسم يدل على أن الموقع الإلكتروني يعود للجمهورية الفرنسية، أو لهيئة حكومية، أو رسمية خلافاً للواقع.

٣- تسجيل اسم نطاق يشكل مساساً بحقوق الملكية الفكرية، أو الحقوق الشخصية لشخص ما، إلا إذا أظهر مسجل اسم النطاق مصلحة مشروعة، أو أنه كان يتصرف بحسن نية. ولقد حدد المرسوم الفرنسي الصادر بتاريخ ١ آب ٢٠١١ مفهوم وحالات المصلحة المشروعة وحسن النية، والذي تم تضمينه بالمادة (٤٢) من قانون البريد والاتصالات الإلكترونية الفرنسي، حيث يعتبر مصلحة مشروعة حسب هذا النص، كل استخدام لاسم النطاق بهدف عرض البضائع، أو الخدمات للجمهور، أو لتأكيد جاهزيتها للعرض، أو أن يكون مقدم الطلب معروفاً بهذا الاسم، أو باسم مشابه. كذلك يعتبر من قبيل حسن النية الاستخدام غير التجاري لاسم النطاق، أو لاسم مشابه دون وجود نية تضليل المستهلك. ويجب الإشارة إلى أن هذه الحالات جاءت على سبيل المثال وليس الحصر، وتتمتع (AFNIC) بسلطة واسعة بتحديد ما<sup>١٣٥</sup>.

وإذا ما رغب صاحب العلامة التجارية باللجوء لهذه الوسيلة، عليه أن يثبت أن اسم النطاق محل النزاع مطابق، أو مشابه لعلامة تجارية يملكها، أن الشخص الذي حجز اسم النطاق ليس لديه حق، أو مصلحة مشروعة على اسم النطاق محل النزاع، كذلك أن اسم النطاق تم تسجيله واستخدامه بسوء نية من قبل من قام بعملية تسجيل الاسم أو حجزه. فإذا اجتمعت هذه الشروط، يمكن للمدعي أن يتقدم بطلب تسجيل القضية أمام مركز تحكيم معين، ويقوم المركز باختيار مجموعة خبراء لتحليل الموقف، واتخاذ القرار المناسب. وحسب إجراءات (SYRELLI) يكون على عاتق الشخص الذي يلجأ إلى هذا الإجراء، أن يثبت مصلحته بالإجراء، وأن شروطها قد توافرت لنقل اسم النطاق لمالكه أو لإلغائه، وعليه أن يثبت أن الاسم محل النزاع أو الإجراء يمس حقوق المدعي بعلامته، وأن الشخص الذي حجزه ليس له مصلحة مشروعة، وأنه يتصرف بسوء نية، وأن اسم النطاق هذا يمس النظام العام والأداب العامة، أو حقاً محمياً ومقرراً بالدستور، أو بالقانون، أو أن هذا الاسم مطابق لاسم مقاطعة، أو إقليم، أو الجمهورية الفرنسية. والإثبات يجب أن يتم باللغة الفرنسية، ويجب تقديم ترجمة لكل الوثائق باللغات الأخرى<sup>١٣٦</sup>.

134. Ebert, ibid, p. 71.

135. Ebert, ibid, p. 73-76.

136. Ebert, ibid, p. 71.

## ثانياً: في الأردن

لا يوجد نصوص خاصة تعالج أحكام المنازعات الناشئة عن تسجيل أسماء النطاق، سواء في قانون المعاملات الإلكترونية الأردني لسنة ٢٠١٥، أو في سياسة تسجيل أسماء النطاق التي يقرها المركز الوطني لتكنولوجيا المعلومات الاردني، الذي يعتبر الجهة المسؤولة عن تسجيل أسماء النطاق ضمن الامتداد الجغرافي (.jo)، ولا تقرر هذه النصوص أية قواعد خاصة بفض النزاعات الخاصة بأسماء النطاق الأردنية<sup>١٢٧</sup>، بل إن هذه السياسة تقرر عدم مسؤولية المركز الوطني عن أي نزاعات بهذا الشأن، فقد أقر مركز تكنولوجيا المعلومات الوطني بعدم مسؤوليته عن المنازعات الخاصة بأسماء النطاق، أو أن يتم الفصل في النزاعات أمامه، حسب ما جاء في المادة (١٥) من سياسة تسجيل أسماء النطاق تحت الامتداد (jo) التي نصت على "لا يتدخل مركز تكنولوجيا المعلومات الوطني في أي خلافات أو نزاعات بين الجهات المتنازعة حول أسماء نطاق معين، ويطبق قرارات المحاكم مباشرة ويحق له شطب أي اسم نطاق ينتج عنه نزاعات قانونية حسب المادة ١٤". وباستعراض نصوص سياسة تسجيل أسماء النطاق الأردنية نلاحظ أن اللجوء إلى المركز الوطني لتكنولوجيا المعلومات الأردني يعد اختيارياً، ولا يختص المركز إلا إذا قبل ذلك كلا الطرفين المتنازعين، حيث يحق لهم اللجوء إلى القضاء دون ضرورة إلزامهم بالمرور بالمركز الوطني، ويحترم المركز قرارات المحاكم الأردنية التي تصدر في هذه المنازعات. كذلك يعد المركز غير مسؤول عن أحقية ملكية اسم النطاق، كما لا يسأل المركز عن أي ضرر بسبب النزاع حول أسماء النطاق، ولا يدخل في أي نزاع ينشأ جراء استخدام اسم النطاق<sup>١٢٨</sup>.

وللمركز إيقاف اسم النطاق المتنازع عليه إلى حين فض النزاع الذي نشأ بسبب تسجيله، أو لحين صدور حكم قضائي، كما يحق له الغاءه أو حذفه إذا رأى ضرورة لذلك، ولا يسأل المركز عن اختيار اسم النطاق أو محتواه، بل إن هذا الإختيار يتم تحت مسؤولية مسجل الاسم، بالمقابل على المركز أن يقوم بإعلام مسجل اسم النطاق، بحال وجود نزاع على اسم النطاق أو العلامة التجارية. ويتبع المركز الإجراءات ذاتها التي تتبع أمام مراكز التسوية حسب السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق<sup>١٢٩</sup>.

وإذا كان العنوان الذي يرغب أحد الأشخاص بتسجيله محل نزاع مع شخص آخر يرغب بذلك، يمتنع المركز عن تسجيله. ولا يتحمل المركز أية مسؤولية عن تدقيق العنوان الذي يرغب شخص ما بتسجيله، وكان محل نزاع من مصادر غير أردنية. ويحق لمركز تكنولوجيا المعلومات الوطني شطب أسماء النطاق المسجلة إذا ثبت أنه مشابه لعنوان إلكتروني آخر مسجل محلياً أو عالمياً، أو

١٢٧. مراد المواجدة، ص ٨١.

١٢٨. انظر موقع مركز تكنولوجيا المعلومات الوطني الاردني <http://www.nitc.gov.jo>١٢٩. انظر موقع مركز تكنولوجيا المعلومات الوطني الاردني <http://www.nitc.gov.jo>

إذا ثبت أنه يتسبب بإشكالات قانونية مع أي عنوان إلكتروني آخر على الصعيد المحلي أو الدولي. كذلك الأمر إذا ثبت أنه ينوي الاتجار به، أو إعادة بيعه، أو إذا ثبت أن الاسم الشخصي المكون للعنوان الإلكتروني ليس علامة تجارية مسجلة لدى الجهة المختصة. كذلك يعد من الحالات التي تقررها سياسة تسجيل أسماء النطاق الأردنية لعدم جواز تسجيل اسم نطاق، ما وسلطة المركز في شطبها، حالة ما إذا كان هذا الاسم يحدث التباساً مع عناوين إلكترونية أخرى، أو يتعارض مع حقوق الآخرين، ومنها حقوق الملكية الفكرية والتجارية، حيث نصت سياسة تسجيل أسماء النطاق الأردنية على أنه "يتم فصل و/أو شطب أي نطاق في الحالات التالية: إذا لم يتم تسديد رسوم تجديد النطاق. أو إذا كان المحتوى المرتبط باسم النطاق (موقع إلكتروني) مخالفاً للقوانين والأعراف السائدة في المملكة الأردنية الهاشمية. أو عند ظهور خلاف بين مجموعة من الأطراف المتنازعة، أو عند صدور أمر من أحد المحاكم الأردنية طالباً بإجراء معيناً على نطاق معين".<sup>١٤٠</sup> لذلك وفي ظل غياب النصوص الخاصة في التشريع الأردني، كان لا بد من اللجوء للقواعد العامة في المنافسة غير المشروعة، والتعدي على العلامة التجارية، أو اللجوء للقواعد العامة للمسؤولية المدنية حسب المادة (٢٥٦) من القانون المدني الأردني.

يلاحظ بعد استعراض الوسائل غير القضائية أنها من الممكن أن تؤدي إلى توقيف العمل باسم النطاق أحياناً، وشطبها، أو إلغائها أحياناً أخرى، وهذه الطريقة تتميز بالبساطة والسرعة، أما البساطة، فتتمثل بأن هذا الإجراء يتم بشكل أساسي بالكتابة دون اللجوء إلى الترافع شفاهة أمام هيئة قضائية، ونجد ذلك بالذات في النظام الفرنسي من أجل النزاعات الخاصة بأسماء النطاق (.fr) وهو ما يسمى (SYRELLI). أما السرعة، فتتمثل بقصر المدة اللازمة للبت في هذا النزاع وهي عدة شهور (٣-٤) أشهر، ما بين وقت إيداع الدعوى أمام مركز التحكيم وإصدار الحكم أو القرار فيها. ويعد نظاماً قائماً بذاته لتسوية النزاعات الخاصة بأسماء النطاق، ويسمح لكل شخص بالاعتراض، وبسرعة خلال شهرين من استلام الطلب المستوفي للشروط والوثائق من المدعي، وخلال هذه الفترة يتم تجميد الاسم<sup>١٤١</sup> ويعكس الإجراءات المتبعة في نظام (UDRP)، تهدف هذه الوسيلة إلى معالجة النزاعات الخاصة بأسماء النطاق من المستوى الثاني (ccTLDs)، والهدف من هذه الإجراءات إلغاء، أو نقل أسماء النطاق لفائدة المدعي، لكنها لا تفرض تعويضاً كما فعل المشرع الأمريكي. ومن يحجز اسم النطاق يكون له مدة ٢١ يوماً من تاريخ الإخطار بفتح الاجراء ضده ليقدم دفاعه أمام ال (AFNIC). وعند إصدار القرار يتم إخطار الأطراف به إلكترونياً، وإخطار المكتب الخاص بتسجيل أسماء النطاق وينشر القرار على موقع الافنيك، ثم يتم تنفيذه بعد مرور ١٥ يوماً من الإخطار.

١٤٠. انظر موقع مركز تكنولوجيا المعلومات الوطني الأردني / <http://www.nitc.gov.jo>

141. Ebert., ibid, p. 68.

**ثالثاً: تسوية النزاعات الناشئة عن القرصنة حسب القانون الأمريكي لمجابهة قرصنة أسماء النطاق وحماية المستهلك**

إذا توافرت الشروط التي قررها المشرع الأمريكي لمسؤولية مسجل اسم النطاق، للمحكمة أن تأمر بإلغاء، أو شطب اسم النطاق، أو نقله وتحويله لمالك العلامة التجارية. كما يمكن للمدعي أن يطلب تعويضات قانونية، وللمحكمة سلطة بمنح هذه التعويضات بما لا يقل عن ألف دولار ولا يزيد عن مئة ألف دولار لكل اسم نطاق يتم الاعتداء عليه، وإذا لم يكن بالإمكان تحديد مالك اسم النطاق، فلمالك العلامة التجارية رفع دعوى عينية ضد اسم النطاق نفسه في مكان وجود الجهة المختصة بتسجيل اسم النطاق<sup>١٤٢</sup>، وهو أمر يتميز به المشرع الأمريكي، حيث لم يورده المشرع الفرنسي، ولا قواعد السياسة الموحدة، فلمالك الاسم المعتدى عليه، أو الذي سجل من قبل الغير، أن يطلب من المحكمة إلغاء التسجيل، أو نقله للمدعي كمالك حقيقي لاسم النطاق بشرط إثبات وقوع الاعتداء، وعدم إمكانية الحصول على اسم من قام بتسجيله رغم كل المحاولات، وللمحكمة في هذه الحالة إلغاء الاسم، أو شطبه، أو نقله لمالك العلامة التجارية، ولا تحكم المحكمة بالتعويض لعدم وجود شخص يمكن مطالبته بالتعويض. فالمدعي يلجأ لهذا القانون إذا كان يرغب بوسائل وجزاءات أكثر من تلك الموجودة في نظام السياسة الموحدة لتسوية المنازعات (UDRP)، وللمدعي أن يختار وبأي وقت قبل صدور الحكم النهائي دفع مبلغ نقدي ما بين ١٠٠٠ إلى ١٠٠ ألف درهم لكل اسم نطاق<sup>١٤٣</sup>.

## الفرع الثاني:

### وسائل تسوية منازعات القرصنة الإلكترونية على المستوى الدولي:

سنتناول في هذا المطلب وسائل تسوية النزاعات وفق السياسة الموحدة لأسماء النطاق الصادرة عن الأيكان، حيث نتعرض لنطاقها، وشروط ممارستها، ثم لإجراءاتها.

### الفصل الأول: نطاق وشروط تطبيق إجراءات السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق (UDRP)

تم تبني هذا الإجراء من الأيكان عام ١٩٩٩، وهو إجراء ذو طابع دولي لفض المنازعات الخاصة بأسماء النطاق الخاصة بالامتدادات (com.net, org.biz, info) ويقتصر على المنازعات بين مالك العلامة ومسجل اسم النطاق، وقد لجأت عدة هيئات لهذه الوسيلة مثل مركز التحكيم والوساطة OMPI، والمنتدى الوطني للتحكيم naf<sup>١٤٤</sup>. ويتميز بأنه إجراء سريع، ويتم حصرياً على الإنترنت. وتعتبر الأيكان منظمة غير ربحية، مقرها في أمريكا، وتختص بتوزيع أسماء النطاق

١٤٢. هادي مسلم يونس، أسماء النطاق على الإنترنت، مرجع سابق، ص ١٦١

143. Frenbach, ibid, p. 21.

144. Frenbach, ibid, p. 9.



وإدارة نظام أسماء النطاق العامة العالية. كما تتولى إدارة سجلات المواقع العالية الوطنية<sup>١٤٥</sup>. في عام ١٩٩٩ اعتمدت السياسة الموحدة لتسوية المنازعات الخاصة بأسماء النطاق العالية كمرجعية إجبارية، وهي تختص أيضاً بالمنازعات الخاصة بأسماء النطاق الوطنية التي كانت قد اعتمدت هذه السياسات باختيارها<sup>١٤٦</sup>، فأى نزاع بخصوص أسماء النطاق العالية أو الوطنية التي تعتمد هذه السياسة طوعاً يخضع لقواعد السياسة الموحدة لتسوية النزاعات، وهو ما جاء في نص المادة (٤-١) التي حددت نطاق تطبيق السياسة الموحدة. ويجب حتى تطبق هذه المبادئ أن تظهر رغبة الأطراف بالخضوع لها اختياراً بوضوح في عقد تسجيل أسماء النطاق، والأيكان لا تتدخل مباشرة في المنازعات، بل تعطي موافقتها لمنظمات مختصة بفض هذه النزاعات<sup>١٤٧</sup>. ومن يستطيع اللجوء إلى هذا الإجراء هو كل شخص طبيعي أو معنوي إذا كان مالكاً لاسم نطاق عالمي عام، أما أسماء النطاق الوطنية، فليس لهم ذلك إلا إذا كان من يدير اسم النطاق قد قبل وتبنى مبادئ (UDRP)، فنطاقه ينحصر في النزاعات بين مالك العلامة التجارية ومسجل اسم النطاق.

أما عن شروط ممارستها، فقد نصت المادة (٤) من السياسات الموحدة على وجوب توافر ثلاثة عناصر في الشكوى المقدمة، وهي: إثبات أن اسم النطاق الذي تم تسجيله يتطابق، أو يتشابه مع العلامة التجارية، بحيث يؤدي إلى الالتباس لدى المستهلك، وتقدير مدى التطابق أو التشابه ومدى حصول الالتباس لدى المستهلك يعود إلى لجنة تسوية المنازعات التي تتكون غالباً من خبراء، ولم تشترط السياسة بشكل صريح وجوب أن تكون العلامة التجارية المعتمد عليها مسجلة، بل يكفي استخدامها لمدة زمنية كافية، إثبات أن مسجل اسم النطاق ليس له حق عليه، ولا يملك مصلحة مشروعة بتسجيله، وسلطة تحديد مدى توافر المصلحة غير المشروعة تعود للجنة تسوية المنازعات حسب ما يقدم لها الأطراف من أدلة تثبت أحقية أحدهم بالاسم، وعدم أحقية الآخر به، من ذلك مثلاً عرض بيع اسم النطاق للغير مقابل مبلغ نقدي، كذلك تسجيله، وعدم استعماله لمدة طويلة، يشير إلى عدم وجود مصلحة مشروعة، كذلك تسجيله باسم مجهول. وقد يستنتج ذلك من تاريخ مسجل اسم النطاق وأسبقياته، أو من وجود عدة شكاوى بحقه، وفي ذات الشأن، أي أن مسجل اسم النطاق معتاد على هذه الممارسات، أو أن تسجيل اسم النطاق جاء بهدف زعزعة أعمال التاجر المنافس. أن تسجيل اسم النطاق واستعماله قد تم بسوء نية، وهي مسألة صعبة الإثبات، وتتشدد السياسة الموحدة في إقراره، وبالرغم من ذلك، تعطي المبادئ في المادة (٤-٢) من السياسة الموحدة أمثلة وقرائن على سوء نية مسجل اسم النطاق، إذا كانت الوقائع تثبت أن اسم النطاق سجل بشكل أساسي، أو تم الحصول عليه من أجل بيعه، أو تأجيريه، أو التنازل عنه لمالك العلامة التجارية، أو

145. Efroni, Zohar. ibid., p. 335-337. Coran., ibid, p. 179.

146. Ellerbac, ibid, P. 1.

147. Frenbach, ibid, p. 9.

المنافسة، وذلك مقابل عوض وبسعر يتجاوز رسوم تسجيل اسم النطاق، فعرض الاسم للبيع، أو التحويل لشخص ما يكفي لاثبات عدم وجود المصلحة المشروعة وسوء النية، أو أنه قام بتسجيل الاسم أو استعماله لمنع مالك العلامة من تسجيل العلامة كاسم نطاق خاص به، أو لتعطيل أعمال منافسه، أو المنافس، وأنه حاول جذب الزبائن لديه، خصوصاً إذا كان من الممكن إيجاد خلق التباس مع العلامة التجارية العائدة لشخص آخر. وإذا كانت العلامة المعتدى عليها مشهورة، يعد سوء النية وعدم توافر المصلحة أمراً مفترضاً<sup>١٤٨</sup>. بالمقابل، قد يثبت حسن نيته لو أثبت أنه يستخدم الاسم فعلياً في منتجات، أو خدمات على موقعه الإلكتروني، أو أنه معروف لدى المستهلكين بهذا الاسم، وأنه يستغله بشكل مشروع، وليس لديه نية الإضرار بسمعة غيره.

### الفصل الثاني: إجراءات السياسة الموحدة

أما عن الإجراءات الواجب اتباعها وفقاً لهذا النظام، تفترض هذه الإجراءات تقديم النزاع، أو الشكوى أمام أحد مراكز تسوية المنازعات التي تعتمدها الآيكان<sup>١٤٩</sup>، حيث يقدم النزاع إلى خبير، أو ثلاثة خبراء في الملكية الفكرية من ضمن قائمة مقترحة من قبل مركز التحكيم الذي تم اختياره<sup>١٥٠</sup>. هذا الإجراء ذو طبيعة خاصة، لأنه نظام غير وطني، هدفه فض النزاعات الخاصة بأسماء النطاق ذات طابع دولي، وعلامات تجارية ذات طابع محلي، وهو نظام خليط بين القضائي والتحكيم والإجراءات الإدارية<sup>١٥١</sup>. لا يمنع اللجوء للقضاء بل يمكن دائماً للأطراف اللجوء للقضاء خلال ١٠ أيام بعد قرار الجهة المختصة.

وتتميز هذه الإجراءات بالسرعة<sup>١٥٢</sup>، حيث يكفي أربعون يوماً للفصل فيها، كما أنها تتميز بأنها قليلة التكلفة<sup>١٥٣</sup>، تطبق على مسجلي أسماء النطاق، كما تتميز بأن المحكمين، أو الخبراء متخصصون، لكن الجزاء الوحيد هو إلغاء أو نقل اسم النطاق، فلا تعويض يحكم به<sup>١٥٤</sup>. تقتصر على العلامات التجارية ولا تطبق على الأسماء التجارية السرية. يلاحظ أن السياسة الموحدة تميل إلى أصحاب العلامات التجارية، وتعطيهم حماية مبالغ فيها لدرجة تسمح بتجريد صاحب اسم النطاق من اسمه بالتعسف من قبل مالك العلامة التجارية، وقد يكون صاحب الاسم حسن النية ولكنه يعجز عن تقديم أدلة لصالحه، ولا يوجد طرق قضائية أو وقائية من قرصنة أسماء النطاق، فلا عقوبات مالية أو غيرها على مسجلي أسماء النطاق بسوء نية<sup>١٥٥</sup>.

١٤٨. عدنان السرحان، أسماء النطاق، مرجع سابق، ص ٤٤، شريف غنام، حماية العلامات التجارية، مرجع سابق، ص ١١١.  
149. Tsai, ibid, p. 12, coran, ibid, p. 179.

150. Ebert., ibid, p. 60.

151. Ebert., ibid, p. 61.

152. Frenbach., ibid, p. 12., Coran, p. 180.

153. Ebert., ibid, p. 61.

154. Ellerbac C., ibid, p. 1.

155. Lipton. ibid, P. 518.

## الخاتمة

في ختام هذه الدراسة، لابد من الإشارة إلى أن موضوع قرصنة أسماء النطاق يتضمن العديد من الإشكاليات والأسئلة التي حاولنا حلها، ابتداء من تحديد مفهوم وصور القرصنة الإلكترونية في ظل الاتجاهين الضيق والواسع للقرصنة الإلكترونية، كما حاولنا عرض أسباب حدوثها وصورها المستحدثة، ثم تطرقنا لشروط وأحكام المسؤولية الناشئة عن القرصنة الإلكترونية، ووسائل تسوية المنازعات الخاصة بها وطنياً أو دولياً، وقد توصلنا إلى العديد من النتائج والتوصيات من أهمها:

- ١- إن موضوع قرصنة أسماء النطاق شهد تطوراً كبيراً، وما زال يثير العديد من المشاكل القانونية.
- ٢- إن مكاتب تسجيل أسماء النطاق ما زالت تتبنى مبدأ الأسبقية في تسجيل أسماء النطاق مما كان له دور كبير في ازدياد وتنوع صور قرصنة أسماء النطاق، مما دفع بعض الدول لفرض بعض القيود على هذا المبدأ، من أهمها تعهد مقدم طلب تسجيل اسم النطاق بعدم الاعتداء على حقوق الغير. كما كان لتوفير مكاتب وهيئات تسجيل أسماء النطاق لخدمة إخفاء هوية مسجل اسم النطاق دور مهم في حدوث هذه الاعتداءات على العلامات التجارية.
- ٣- أن المحاكم التي تعرضت للمنازعات بين أسماء النطاق ومالكي العلامات التجارية ترددت في إقامة مسؤولية هيئات ومكاتب تسجيل أسماء النطاق، وأساس وشروط هذه المسؤولية، كما أن التشريعات محل الدراسة تبنت مبدأ عدم مسؤولية هذه الجهات كقاعدة عامة. بالرغم من ذلك ظهرت بعض المطالبات لإقامة مسؤولية هيئات ومكاتب تسجيل أسماء النطاق عن التعدي على العلامات التجارية، بالإضافة إلى مسؤولية مسجلي أسماء النطاق أنفسهم، وضرورة النص صراحة في التشريعات الوطنية على مسؤولية كل من يساهم، أو يشجع أو يسهل عمليات قرصنة أسماء النطاق.
- ٤- إن بعض الدول كفرنسا وأمريكا تتبنى نظاماً قانونياً خاصاً لتسوية النزاعات الخاصة بتسجيل واستخدام أسماء النطاق، وتضع لذلك إجراءات بديلة عن المحاكم، وتعطي للهيئات الوطنية المسؤولة عن إدارة أسماء النطاق الوطنية حق النظر في هذه النزاعات، بينما لا تعطي دول أخرى كالأردن هذا الحق لهذه الهيئات.
- ٥- إن العديد من الدول ومنها فرنسا والأردن تبنت القواعد المقررة في السياسة الموحدة لتسوية النزاعات الخاصة بتسجيل أسماء النطاق الصادرة عن الأيكان، بينما وضع المشرع الأمريكي قواعد خاصة لتسوية النزاعات الخاصة بالقرصنة الإلكترونية، وركز على حماية المستهلك من هذه الممارسات، ونظم حماية الأسماء الشخصية، كما أضاف صوراً جديدة من الجزاءات التي لم تنص عليها قواعد السياسة الموحدة، كالدعوى العينية في حال عدم معرفة هوية مسجل اسم

النطاق، وإمكانية الحكم بالتعويضات القانونية، ووقف تسجيل اسم النطاق مباشرة. بالرغم من هذه الفوارق، إلا أنه قد ظهر لنا أن هنالك تقارباً بين السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق في القانون الأمريكي والإجراءات البديلة التي تبناها المشرع الفرنسي.

٦- إن الوسائل القضائية التقليدية رغم أهميتها إلا أن التطبيق العملي أظهر عجزها عن معالجة النزاعات الناشئة عن القرصنة الإلكترونية، ويتضح ذلك من طول وبطء إجراءات التقاضي وتكلفتها المرتفعة، بينما كانت الإجراءات البديلة غير القضائية أكثر ملاءمة وسهولة، بالإضافة إلى السرعة التي تتسم بها.

أما التوصيات فهي:

- ١- نوصي المشرع الأردني بوضع تنظيم قانوني خاص بأسماء النطاق، وسبل مجابهة الاعتداء الواقع عليها، وأحكام المسؤولية الناشئة عنها، بالنظر إلى جوانبه التقنية وتنوع صور القرصنة الإلكترونية، وكثرة المنازعات التي تنشأ بسبب تسجيل واستخدام أسماء النطاق.
- ٢- نوصي بإعطاء سلطات أكثر لمركز تكنولوجيا المعلومات الوطني الأردني في فض المنازعات الخاصة بأسماء النطاق، لكونه أكثر تخصصاً ودراية بالمسائل الفنية والتقنية الخاصة به.
- ٣- نوصي بوضع آليات قانونية تحد من الممارسات الخاصة بمنح خدمة المجهولية، وتحمل هيئات التسجيل التي تقدم هذه الخدمة مسؤولية مشددة. ضرورة وجود تنسيق بين سجل مالكي العلامات التجارية الوطنية وسجل أسماء النطاق، وعلى المستوى العالمي، وتوفير قاعدة بيانات مركزية، أو صفحة لموقع الكتروني، يمكن لمقدمي طلب تسجيل أسماء النطاق الاطلاع عليها للتخفيف من النزاعات التي يمكن أن تثور بسبب الاعتداءات التي تقع بسبب تسجيل واستخدام أسماء النطاق.

## قائمة المراجع

## أولاً: المراجع العربية:

## ١- المراجع العامة:

- ١- سميحة القليوبي، الوسيط في شرح قانون التجارة المصري، ج ١، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠١٢.
- ٢- صبري السبك، دعوى المنافسة غير المشروعة، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، ٢٠١٢.
- ٣- محسن شفيق، القانون التجاري، ج ١، ط ١، دار نشر الثقافة، الإسكندرية، ١٩٤٩.
- ٤- هاني دويدار، القانون التجاري، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٤.
- ٥- إلياس ناصيف، الكامل في التجارة الجزء الأول، عويدات للنشر والطباعة، بيروت لبنان، ١٩٩٩.
- ٦- جوزيف نخلة سماحة، المزاومة غير المشروعة، مؤسسة عزالدين للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، ١٩٩١.

## ٢- المراجع المتخصصة:

- ١- أحمد لبيب، الضوابط القانونية للاستخدام غير المشروع للعلامة التجارية عبر شبكة الإنترنت، أكاديمية شرطة دبي، مركز البحوث والدراسات، ٢٠١٢.
- ٢- حسام الدين الصغير، "حماية العلامات التجارية المشهورة"، بحث مقدم إلى ندوة المنظمة العالمية للملكية الفكرية، بالتعاون مع وزارة الخارجية، مسقط، عمان.
- ٣- حواس فتحية، حماية المصنفات الرقمية واسماء النطاق على شبكة الإنترنت، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر ١، ٢٠١٦.
- ٤- رامي علوان، "المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء مواقع الإنترنت"، مجلة الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، (ع ٢٢)، يناير ٢٠٠٥، ص ٢٣٩-٣٢٧.
- ٥- شريف غنام، "حماية العلامات التجارية عبر الإنترنت في علاقتها بالعنوان الإلكتروني"، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، (العدد ٣)، السنة ٢٨، سبتمبر ٢٠٠٤، ص ٣٣٩.
- ٦- عدنان السرحان، "أسماء النطاق على الشبكة العالمية المعلوماتية (الإنترنت)، المفهوم والنظام القانوني- دراسة مقارنة"، مجلة الشريعة والقانون- (العدد ٢٥)، يناير ٢٠٠٦، ص ٢٩٩.
- ٧- فايز نصير، بشار المومني، "نظرات قانونية في عقد تسجيل أسماء النطاق"، مجلة الشريعة والقانون، السنة (٢٨)، (العدد ٥٩)، يوليو، ٢٠١٤، ص ٢٦٩-٣١٤.
- ٨- مراد المواجدة، "المسؤولية المدنية لمسجلي العناوين الإلكترونية الأردنية تحت نطاق (jo.) في مواجهة مالكي حقوق الملكية التجارية"، مجلة الدراسات القضائية، معهد التدريب والدراسات القضائية، دبي، (ع ١١)، السنة (٦)، ديسمبر ٢٠١٣، ص ٧١-١١٧.

- ٩- هادي مسلم يونس، "أسماء النطاق على الإنترنت وطبيعتها القانونية"، مجلة الرافدين للحقوق، العراق، مجلد (٢)، السنة (١٠)، (ع ٢٦)، كانون الأول ٢٠٠٥، ص ١٥٣.
- ١٠- محمد هلسة، منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق في النظام القانوني الفلسطيني، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بيرزيت، فلسطين، ٢٠١٠.
- ١١- وسام سوادح، التنظيم القانوني لأسماء النطاق، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، ٢٠١٦، ص ١٤٦.

### ثانياً: المراجع الأجنبية:

#### أ: باللغة الفرنسية

- 1-EBERT C., La résolution extrajudiciaire des litiges en ligne, (Mémoire DEA, Université d'Aix- Marseille 2013-2014) .
- 2-Morlec Julia, LE CYBERSQUATTING, Perspectives en Droit Comparé Franco-Canadien, (Faculté de droit de Nantes / Université d'Ottawa2004).
- 3-Porlon S., La lutte contre le cybersquatting (France, OMPI, Etats-Unis), (Mémoire du DEA, Université de Montpellier 1, 2001).

#### ب: باللغة الانجليزية:

- 4-Barbantonis N.F., 'Should Contributory Cybersquatting be actionable?' [2015], 17 N.C J.L & Tech. 79.
- 5-Bateman D. A., 'Fighting Cybersquatting and Fishing- A New Tool to Protect Your Customers and brands', K&L Gates, <http://www.klgates.com/fighting-cybersquatting-and-phishing--a-new-tool-to-protect-your-customers-and-brands-09-12-2007/>
- 6-Block I. J., 'Law IN A Networked World: Hidden Whois and Infringing Domain Names: Making the Case for Registrar Liability', [2008] U. Chi. Legal. F. 431.
- 7-Chic-Hong (Henri) TSAI, 'The Trademark/domain name protection war: a comparative study of the U.S., UDRP and Taiwanese Law', [2012-2013], 12 J. Marsh. L. R. of intel. Prop. L., 350,.
- 8-Coran, S. J. 'The Aanticybersquatting Consumer Protection Act's In Rem Provision: Making American Trademark Law the Law of the Internet?' [2001] Hofstra Law Review: Vol. 30: Iss. 1, Article 5.
- 9-Cumby J. C., 'White Blackbirds: Defining the Exceptional Cybersquatter'. [2014], 54 Santa Clara L. Rev. 229.

- 10- Efroni, Zohar, 'The anticybersquatting Consumer Protection Act and The Uniform Dispute Resolution Policy: New Opportunities for International Forum Shopping?' [2003], 26.COLUM. J.L. & ART. S.335.337.
- 11- Ellerbac C., UDRP Versus ACPA: Choosing the Right Tool to Challenge Cybersquatting, fenwick, <https://www.fenwick.com/publications/pages/udrp-versus-acpa-choosing-the-right-tool-to-challenge-cybersquatting.aspx>
- 12- Fernbach T., "What is a name? A Comparative Look at the ICANN Uniform Domain name Dispute Resolution Policy and the United States Anticybersquatting Consumer Protection Act, MIPLC Master Thesis (2011/12).
- 13- Forder J., Dispute about domain name: Cybersquatting, cyberstuffing and banners ads, [http://epublications.bond.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1047&context=law\\_pubs](http://epublications.bond.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1047&context=law_pubs)
- 14- Hardy C., 'Tweeters Trademark Problems: Is the Anticybersquatting Consumer Protection Act Outdated?' [2011], 10 J. Marchall Rev. Intelle. Prop.L.: 764 -769.
- 15- Hehoram C. T., and others, European Trademark Law: Community Trademark Law and Harmonized national Trademark Law, (Kluwer Law International, 2010).
- 16- Jain, Sankalp, 'Cyber Squatting: Concept, Types and Legal Regimes in India & USA' [2015]. P. 8., Available at [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2786474](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2786474)
- 17- Kur A., 'Secondary Liability for Trademark Infringement on the Internet: The Situation in Germany and Throughout the EU', [2014], 37 Colum. J.L. & the Arts. 525,.
- 18- Lipton J. D., 'A winning solution for youtubr and utube? Corresponding trademarks and domain name sharing' [2008], 21 Harv. J. Law & Tec 509.
- 19- Misterovich E., 'Anticybersquatting Consumer Protection Act vs. UDRP', 2016. Available at <https://revisionlegal.com/cybersquatting-lawyer/acpa-vs-udrp/>
- 20- Piombino A. J., 'Contributory Liability Under the ACPA: A More Effective Approach to Detering Cybersquatting at Its Source', [2017], 22 Roger Williams U. L. Rev. 327.
- 21- Reinsch J, C. Butzer, 'Cybersquatting, Typosquatting, and domaining: Ten years under the Anticybersquatting Consumer Protection Act'. Available at: <https://www.jw.com/wp-content/uploads/2016/05/1276.pdf>

- 22- Scaturro T., 'The Aanticybersquatting Consumer Protection Act and The Uniform Domaine Name Dispute Resolution Policy : The First Decade: Looking Back and Adapting Forward', Nevada Law Journal, Vol. 11: 877-885.
- 23- Strombon A., 'Internet Outlaws: Knowingly Placing Ads on Parked Domain Names Invokes Contributory trademark Liability', [2013], 17 Marq. Intell. Prop. L. Rev. 319.
- 24- Turunen A., Innovations as communication processes, A legal Architecture for governing Ideas in Buisness, (La Pland University Press, 2005).
- 25- Walczak C.A., 'The New and Evolving Tort of Contributory Cybersquatting: Did The Courts Get it Right?' [2012], U. Ill. J.L. Tech. & Pol'y 531.

### ثالثاً: قائمة التشريعات

- ١- قانون مجابهة القرصنة وحماية المستهلك الأمريكي لسنة ١٩٩٩. ١٥. U.S.C. § 1125(d).  
<https://www.law.cornell.edu/uscode/text/15/1125>
- ٢- قانون البريد والاتصالات الإلكترونية الفرنسي <https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000006070987&dateTexte=20170921>
- ٣- قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي لسنة ٢٠٠٤. 2004-575 du 21 juin. ٢٠٠٤ Loi n° pour la confiance dans l'économie numérique, <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000801164>
- ٤- القانون المدني الأردني رقم ٢٤ لسنة ١٩٧٦.
- ٥- قانون الأسماء التجارية الأردني رقم ٩ لسنة ٢٠٠٦ ، الصفحة ٧١٧ ، الجريدة الرسمية رقم ٤٧٥١ بتاريخ ١٦/٢/٢٠٠٦..
- ٦- قانون المؤشرات الجغرافية الأردني رقم ٨ لسنة ٢٠٠٠ ، <http://www.mit.gov.jo/EchoBusV3.0/SystemAssets/PDFs/AR/Legislation/Ownership/Laws>
- ٧- تقنين الملكية الفكرية الفرنسي. <https://www.legifrance.gouv.fr>
- ٨- قانون لانهام حول العلامات التجارية الأمريكي. 1125 (2006), Lanham Act ١٥. [www.bitlaw.com/source/15usc/43\(d\)](http://www.bitlaw.com/source/15usc/43(d))
- ٩- قانون العلامات التجارية الأردني رقم ٢٢ لسنة ١٩٥٢ وتعديلاته، الصفحة ٢٤٢ من الجريدة الرسمية العدد ١١١٠ بتاريخ ١/٦/١٩٥٢
- ١٠- قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٠، المنشور على الصفحة ١٢١٦ من عدد الجريدة الرسمية رقم ٤٤٢٣ تاريخ ٢/٤/٢٠٠٠