



منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق في النظام القانوني  
اللسطيني (دراسة مقارنة)

Trademarks and domain names disputes in the  
Palestinian legal system (comparative study)

رسالة ماجستير مقدمة من  
محمد موسى احمد هلسة

إشراف  
د. سامر الفارس

٢٠١٠

منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق في النظام القانوني  
اللسطيني (دراسة مقارنة)

Trademarks and domain names disputes in the  
Palestinian legal system (comparative study)

رسالة ماجستير مقدمة من

محمد موسى احمد هلسة

تاريخ المناقشة: ٢-٨-٢٠١٠

أعضاء لجنة المناقشة:

المشرف: د. سامر الفارس

د. طارق كميل

د. يوسف شندي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في القانون من كلية  
الدراسات العليا في جامعه بيرزبت - فلسطين

منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق في النظام القانوني  
اللسطيني (دراسة مقارنة)

Trademarks and domain names disputes in the  
Palestinian legal system (comparative study)

رسالة ماجستير مقدمة من  
محمد موسى احمد هلسة

تاريخ المناقشة: ٢-٨-٢٠١٠

توقيع أعضاء لجنة المناقشة:

المشرف: د. سامر الفارس	التوقيع: .....
د. طارق كميل	التوقيع: .....
د. يوسف شندي	التوقيع: .....

## شكر وتقدير

بعد إتمام هذه الرسالة لا يسعني إلا أن أتقدم بجزيل الشكر لكل من ساهم في الخروج بها، من خلال تقديم يد العون لي في إتمامها، وخص بالذكر مشرفي الدكتور سامر الفارس على حسن متابعتة وإشرافه، طوال فترة انجائز هذه الرسالة.

كما أتقدم بالشكر للدكتور محمود فياض الذي شجعني على أتمام هذه الرسالة، والدكتور ياسر العموري والدكتور خالد التلاحمة اللذان دعمانني في المضي قدماً في انجائز هذه الرسالة.

كما أتقدم بالشكر إلى أسرة مكتبة الحقوق، على ما قدموه لي من خدمات جلييلة بغية توفير المادة العلمية، وخص بالذكر الأستاذ سعد عامر على مساعدته لي طوال فترة دراستي في برنامج الماجستير.

## الإهداء

إلى:

مروح والدي ..... تغمده الله برحمته

أمي الغالية ..... أطل الله في عمرها

شقيقي سلامة ..... على ما أبداه لي من تشجيع ودعم

أشقائي وشقيقاتي الأعزاء .....

إلى كل من ساعدني على إتمام هذه الرسالة .....

## فهرس المحتويات

ك	مقدمة
١	الفصل الأول: التنظيم القانوني لاسم النطاق ومظاهر التعدي على العلامات التجارية على شبكة الانترنت
٤	المبحث الأول: التنظيم القانوني لاسم النطاق (Domain Name)
٩	المطلب الأول: أنواع النطاقات
١٩	المطلب الثاني: تسجيل أسماء النطاق
٣٢	المبحث الثاني: مظاهر التعدي على العلامات التجارية الناتج عن إساءة تسجيل أسماء النطاق على شبكة الانترنت
٣٣	المطلب الأول: تسجيل اسم نطاق مطابق لعلامة تجارية (Cybersquatting)
٣٧	المطلب الثاني: تسجيل اسم نطاق مشابه لعلامة تجارية (Typosquatting)
٤١	المبحث الثالث: التعدي على العلامات التجارية عن طريق إساءة استعمال أسماء النطاق على شبكة الانترنت
٤١	المطلب الأول: سوء استعمال أسماء النطاق التي تحوي علامات تجارية ضمن المواقع الالكترونية
٤٩	المطلب الثاني: سوء استعمال أسماء النطاق التي تحوي علامات تجارية ضمن الربط الالكتروني
٥٨	الفصل الثاني: تسوية منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق على شبكة الانترنت
٦١	المبحث الأول: سياسة تسوية منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق ضمن النطاق الوطني الفلسطيني (PS)
٦٢	المطلب الأول: تسوية منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق ضمن النطاق الوطني الفلسطيني
٦٨	المطلب الثاني: إجراءات تسوية منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق أمام هيئة (بنينا)
٧٢	المبحث الثاني: السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق (udrp)
٧٣	المطلب الأول: المؤسسات العالمية القائمة على تنظيم قواعد السياسة الموحدة وتنفيذها
٧٧	المطلب الثاني: تسوية المنازعات وفق السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق
٩٣	المبحث الثالث: تسوية منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق عن طريق القضاء الوطني
٩٥	المطلب الأول: الدعاوي القضائية العامة المتعلقة بحماية العلامات التجارية على شبكة الانترنت في النظام القانوني الفلسطيني
١٠٨	لمطلب الثاني: دور القضاء والقانون الأمريكي في حماية العلامات التجارية على شبكة الانترنت
١٢٦	الخاتمة
١٣١	المصادر والمراجع

## قائمة المختصرات

- |  |   |
|--|---|
| 1. (Darpa) Defense Advanced Research Project Agency                      | وكالة مشروعات البحوث المتقدمة التابعة لوزارة الدفاع الحكومية الولايات المتحدة الأمريكية |
| 2. (Wipo) World Intellectual Property Organization                       | المنظمة العالمية للملكية الفكرية  |
| 3. (Icann) The Internal Corporation For Assigned Names And Numbers       | هيئة الانترنت للأسماء والأرقام المخصصة  |
| 4. (Pinina) Palestinian National Internet Naming Authority               | الهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت  |
| 5. (Iana) Internet Assigned Numbers Authority                            | سلطة تخصيص أرقام الانترنت   |
| 6. (Gnso) Generic Names Supporting Organization                          | منظمة دعم النطاق العالي   |
| 7. (Ccnsa) Country Code Names Supporting Organization                    | منظمة دعم أسماء النطاق الوطنية للبلدان  |
| 8. (IP) Internet Protocol Address  | عنوان بروتوكول الانترنت   |
| 9. (TLD) Top- Level Domain   | النطاق العالي   |
| 10. (SLD) Second- Level Domain   | النطاق الثاني   |
| 11. (CC TLD) Country- Code Top Level Domain                              | النطاق العالي الخاص بالدول  |
| 12. (ISO 3166-1) International Organization For Standardization          | قائمة الرموز المعتمدة من قبل المنظمة العالمية للمعايير                                  |
| 13. (ASCII) The American Standard Code For Information Interchange       | نظام الترميز المعياري الأمريكي لتبادل المعلومات   |
| 14. (NSI) Network Solutions Inc  | الشركة التي تم منحها امتياز تسجيل أسماء النطاق العالية النوعية (.com) (.org) (.Net)     |
| 15. (Nitc) National Information Technology Center                        | مركز تكنولوجيا المعلومات الوطني الأردني   |
| 16.(NAF) National Academy Foundation                                     | منتدى التحكيم الوطني المعتمد من قبل هيئة (الأيكان)                                      |
| 17. (CPR) International Institute For Conflict Prevention And Resolution | المعهد الدولي لتسوية المنازعات  |
| 18. (Adndre) Asian Domain Name Dispute Resolution Center                 | المركز الآسيوي لتسوية منازعات أسماء النطاق  |
| 19. (Udrp) Icann Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy           | السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق المعتمدة من قبل هيئة (الأيكان)              |

## ملخص

يعتبر إطلاق شبكة الانترنت نقطة تحول في ثورة الاتصالات الحديثة، حيث أصبح العالم مدينة واحدة متصلة ببعضها غداة إطلاق هذه الشبكة، وسرعان ما أصبحت أهم وسيلة للإعلان وتسويق البضائع والخدمات التي يقدمها الأشخاص والشركات حول العالم، وأكبر سوق تجارية يمكن تحقيق الأرباح المالية من خلالها. ورغم أن هذا الازدهار التجاري على الشبكة قد فتح آفاقاً جديدة لا حدود لها، إلا أنه في ذات الوقت ساعد على ظهور العديد من المشاكل، أهمها التعدي على عناصر الملكية الفكرية ومنها العلامات التجارية، الأمر الذي افرز العديد من التحديات للنظم القانونية القائمة. وظهرت التعديت على العلامات التجارية بشكل متلازم مع ظهور اسم النطاق الذي وضع في الأساس لتسهيل استعمال الشبكة من قبل المستخدم العادي، وذلك بتحويل الأرقام التي تشكل بنية المواقع الالكترونية، إلى كلمات يسهل على المستخدم تذكرها واستعمالها. إلا أنه سرعان ما احتل مكانة كبيرة في التجارة العالمية، وتجاوز الدور الذي وضع من أجله، وأصبح يعبر عن بعض العلامات التجارية على شبكة الانترنت، ووسيلة للإعلان عن المنتجات والخدمات التي تمثلها تلك العلامات.

وادي تعاضم دور اسم النطاق على شبكة الانترنت إلى انتشار التعديت على العلامات التجارية، خاصة المشهورة منها من قبل قراصنة الشبكة (cybersquatters)، الذين كانوا لا يتنازلون عن أسماء النطاق التي تحوى علامات تجارية إلى مالكيها، إلا بعد دفع مبالغ مالية مقابل ذلك.

جاءت هذه الدراسة في الأساس لتسد نقصاً بحثياً واضحاً على مستوى الوطن العربي وفلسطين، حيث تناولت هذه الدراسة بيان ماهية أسماء النطاق، وصور التعدي على العلامات التجارية ومنازعتها مع أسماء النطاق، ووسائل تسوية هذه المنازعات محلياً وعالمياً، وبيان مدى نجاح



هذه الوسائل في تسوية هذه المنازعات. من جهة أخرى جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على النطاق الوطني الفلسطيني، وهيئة (بينينا) المسؤولة عن إدارته، وبيان سياسة تسوية المنازعات ضمن هذا النطاق، كذلك بيان الحماية القانونية التي يمكن توفيرها للعلامات التجارية على شبكة الانترنت في النظام القانوني الفلسطيني.

ولدى دراستنا سبل تسوية منازعات أسماء النطاق والعلامات التجارية على شبكة الانترنت، تبين لنا على مستوى القضاء العالمي وخاصة الأمريكي، وكذلك على مستوى القضاء الوطني، أنه نجح في توفير بعض الحماية للعلامات التجارية على شبكة الانترنت، مستنداً في ذلك على قوانين العلامات التجارية التقليدية وبعض القواعد العامة المتعلقة بالموضوع. ورغم هذا النجاح للقضاء في توفير بعض الحماية للعلامات التجارية على شبكة الانترنت، إلا أن هذه الحلول غير كافية لحماية العلامات التجارية على الشبكة، إذ هناك ثغرات قانونية لا يمكن تلافيتها أو حتى إثباتها عند تطبيق نصوص قوانين العلامات التجارية وبعض القواعد العامة على أسماء النطاق على الانترنت، كون هذه القواعد لم توضع بالأصل لحماية العلامات التجارية من القرصنة الالكترونية على شبكة الانترنت، بالتالي يجب وضع تشريع متخصص يعالج المسألة محلياً لتلافي الثغرات القانونية، وان تم تلافي هذه الثغرات أمريكياً بإصدار قانون حماية المستهلك ضد قرصنة أسماء النطاق الأمريكي عام (١٩٩٩).

ونجحت هيئة الانترنت للأسماء والأرقام المخصصة (الأيكان)، التي أوكل لها تنظيم تسجيل أسماء النطاق العالية النوعية، وكذلك الهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت (بينينا) بإيجاد حلول لمشكلة التعديت على العلامات التجارية على شبكة الانترنت، حيث وضعت (الأيكان) آلية موحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق على شبكة الانترنت، وألزمت مسجلي أسماء النطاق الخضوع للسياسة الموحدة، لتسوية منازعات أسماء النطاق المعتمدة من قبلها، كما أن هيئة

(بينينا) اعتمدت بشكل كبير في تسوية منازعات أسماء النطاق على قواعد السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق. إلا أن هذه السياسة تفتقر إلى الإلزامية؛ لأن الأحكام التي تصدر عن هيئات التسوية المعتمدة من قبل (الأيكان) وهيئات التسوية التابعة لهيئة (بينينا) ليس لها صفة إلزامية.

## **Abstract**

It is noteworthy mentioning here that the launch of internet has been a turning point in the state-of-art but modern telecommunication revolution, whereby the world has become one-relatively connected city soon the launch of this network, and hence it has eventually become the most important way to advertise and market goods and services provided by individuals and companies around the world, and the largest commercial market through which fiscal revenue can be achieved.

But, however, and despite the fact that such commercial and business boom on the network has opened new limitless horizons, but, simultaneously it has helped in the emergence of lots of problems; most of them has been the infringement and transgression onto elements of intellectual property, mainly the trademarks, which in turn has resulted in having lots of challenges appeared facing the existing legal regulations and systems. Such infringements onto the trademarks have appeared concomitantly with the emergence of the domain name which has been fundamentally made for facilitating the use of the network by the normal user, by transferring the figures that constitute the infrastructure of the websites, into words easily learned, used and remembered.

However, such has soon occupied a prominent place in the world trade, exceeding thereby the role it has been set up and placed and hence has become expressive of some brands / trademarks on the Internet and as a means to advertise their products and services represented by these trade marks / brands.

The heightened role of the domain name on the internet network has then led to the proliferation of infringements onto the trademarks, especially those famous ones by (cybersquatters) who do not give up for domain names that contain the trademarks to their owners, except only after the payment of amounts of money in return.

This study has fundamentally but mainly come to fill the apparent shortage of research on the level of the Arab world and Palestine, whereas this study has ad-

dressed and tackled the statement of the know-how of the domain names, images of infringement onto the trademarks, and its indifference and dispute with domain names; and means of resolving such conflicts locally and globally, further to stating the extent of the success of these means in the settlement and resolution of these conflicts.

On the other hand, this study has shed light on The Palestinian National Internet Naming Authority, (PNINA) which is responsible for its administration, and the statement of dispute resolution policy within such domain, as well as a statement of legal protection that can be provided to trademarks on the Internet as provided in the Palestinian legal system.

Our study contains ways to settle the disputes regarding domain names and trademarks on the Internet, we have then come up and found on the level of international jurisdiction, especially the U.S., as well as at the level of the national jurisdiction, that it has succeeded in providing some protection for trademarks on the Internet, drawing on the traditional trademark laws and some general rules relating to the subject-matter, and despite this success of the judiciary system in providing some protection for the trademarks on the Internet network, but there are still certain legal snags that are unavoidable or unproved upon having applied the provisions of the trademarks laws and certain general rules on the domain names on the network, as there principles have not been basically made for the protection of trademarks from the cybersquatters on the Internet, and therefore certain special legislation shall be made and set up that remedies the matter locally in avoiding these legal gaps, and that such gaps have been avoided in United States by having published the Consumer Protection Law against US Domain Name Cybersquatting, of 1999.

Henceforth, The Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN), to whom the regulation of registering quality names of domains have been entrusted, has, in addition to the Palestinian National Authority for Internet Nominations (PNINA), succeeded in finding out solutions to the problem of infringements onto the trademarks on the Internet Network, whereas (ICANN) has

set up a unified mechanism for dispute settlements regarding domain names on the Internet, and has also obliged registrars of domain names be subject to the unified policy for settling the disputes regarding domain names approved by it Besides, (PNINA) has been duly approved on large scale in solving disputes on domain names based on principles of the Uniform Domain-Name Dispute-Resolution Policy. But, however, such policy lacks obligation since provisions that are issued by the settlement authority approved by (ICANN) and (PNINA) do in fact lack the obligatory competence.

## مقدمة

عرفت العلامات التجارية في العصور القديمة، حيث كان الصناع والحرفيون يدمجون مصنوعاتهم برسوم أو كلمات تدل على مصدر السلعة وجودتها، ومع تطور التاريخ الإنساني وانتقاله إلى العصر الصناعي؛ تطور المفهوم التقليدي للعلامات التجارية بشكل كبير، وبدأت العلامات تأخذ صوراً وأشكالاً لم تكن معهودة في السابق مثل: علامة الصوت، والذوق، والشم، وغيرها من العلامات.

ومنذ أواخر القرن الماضي بدأت حقبة جديدة في تاريخ الإنسانية، عُرفت بحقبة الفضاء الالكتروني (Cyberspace)<sup>1</sup>، المتمثل بشبكة الانترنت، التي أطلقتها وكالة (DARPA)، وهي وكالة مشروعات البحوث المتقدمة التابعة لوزارة الدفاع لحكومة الولايات المتحدة الأمريكية.<sup>2</sup> وإثر إطلاق شبكة الانترنت على المستوى العالمي، أصبح تبادل المعلومات والمعرفة سهلاً ومتوفراً لمستخدمي الشبكة؛ نتيجة اتصال الحواسيب حول العالم ببعضها، عبر الشبكة المعلوماتية (الانترنت). وغدت شبكة الانترنت أضخم سوق تجارية يمكن جني الإرباح من خلالها. وبقدر ما قدمت هذه الشبكة من تسهيل في الحياة العامة، وازدهار في التجارة العالمية، إلا أن ثمة تحديات ظهرت تختلف في طبيعتها عن تلك التي كانت موجودة قبل ظهورها. فتقنية المعلومات التي وفرتها الشبكة أثرت بشكل فاعل في مختلف قواعد النظام القانوني، الأمر الذي أفرز العديد من التحديات للنظم القانونية القائمة، وكان أثرها واضحاً في حقل الملكية الفكرية، وتحديدًا فيما

<sup>1</sup> عرفت كلمة (Cyberspace) في رواية (Neuromancer)، التي صور فيها شبكة حاسوب عالمية، اسمها شبكة (Matrix)؛ أي: الشبكة الأم، ويقصد بمصطلح (Cyberspace): المكان الواسع الذي يعج بأجهزة الحاسوب الضخمة، والناس الذين يعملون معا جنباً إلى جنب. لمزيد من التفاصيل حول (Cyberspace) انظر: بهاء شاهين، شبكة الانترنت (كمبيو ساينس : القاهرة ١٩٩٦) ١٥

<sup>2</sup> Mary Pike, *Using the internet* (Que Corporation: London 1995) 10

يتصل بتوفير الحماية للمصنفات الجديدة التي أفرزتها ثورة الانترنت، وكذلك لعناصر المالكية الفكرية التقليدية، ومنها العلامات التجارية، وذلك بسبب ما أتاحتها التقنية الجديدة من توفير الوسائل التي سهلت الاعتداء عليها. ورافق ظهور شبكة الانترنت الرقمية في الفضاء الالكتروني الافتراضي، ظهور الوسائل التي تسهل على المستخدم العادي استعمالها بشكل بسيط وميسر، وما يهمننا من هذه الوسائل اسم النطاق الذي وضع في الأساس لتسهيل استعمال الشبكة من المستخدم العادي، وذلك بتحويل الأرقام التي تشكل بنية الانترنت، إلى كلمات يسهل على المستخدم تذكرها واستعمالها، إلا أنه سرعان ما تجاوز الدور الذي وضع من أجله، واحتل مكانة كبيرة في التجارة الدولية، بحيث أصبح يعبر عن العلامات التجارية على شبكة الانترنت، ووسيلة للإعلان عن المنتجات والخدمات التي تمثلها تلك العلامات، كما قام بدور المميز للمشروعات التجارية على الشبكة، فضلاً عن أنه بات يمثل أهمية مالية كبيرة لتلك المشروعات.

ونتيجة عن ارتفاع القيمة المالية لاسم النطاق على شبكة الانترنت إلى انتشار التعديبات على العلامات التجارية - خاصة المشهورة منها<sup>٣</sup> من قبل قرصنة الشبكة (cybersquatters)،<sup>٤</sup> الذين لم يتوانوا بتسجيل أسماء نطاق تحوى هذه العلامات، بحيث لا يتنازلون عن أسماء النطاق التي تحوى علامات تجارية إلى مالكيها، إلا بعد دفع مبالغ مالية مقابل ذلك.

وإدراكاً لخطورة ظاهرة قرصنة العلامات التجارية على شبكة الانترنت؛ بدأ مالكو العلامات

<sup>٣</sup> العلامة التجارية المشهورة هي تصميم مميز أو إشارة أو رمز أو كلمات أو مزيج مما ذكر، تعمل على خلق صورة في ذهن المستهلك لتعريف منتج أو خدمة وتمييزها عن مثيلاتها. ومع مرور الزمن، هذه الصورة للعلامة تحصل على مصداقية ورضا المستهلك من حيث الجودة أو مستوى الخدمة العالي. لمزيد من التفاصيل حول العلامات التجارية المشهورة انظر الموقع الالكتروني الآتي:

<http://www.businessdictionary.com/definition/brand.html> visited on 7-8-2010

<sup>٤</sup> يمكن تعريف هذا النوع من القرصنة بأنه: "تسجيل شخص ما "المعتدي" (cybersquatter) أسم نطاق أو عنوان الكتروني معين يتضمن علامة تجاريه مشهورة، حيث يحتفظ بهذا العنوان لابتنزاز مالك العلامة التجارية لدفع مبلغ مالي مقابل التنازل عن اسم النطاق المسجل من قبله" وسيتم تقديم شرح توضيحي أكثر حول هذه القرصنة لاحقاً ضمن المطلب الأول من المبحث الثاني من هذا الفصل ص ٣٨

التجارية التصدي لها؛ رغم انعدام تشريعات محلية أو عالمية تعالج المسائلة، وذلك بإقامة الدعاوى أمام القضاء المحلي لدولهم، الذي نجح في توفير حماية جزئية في أغلب الدول التي واجهت المشكلة في بدايتها، مستنداً في ذلك على القواعد العامة المتعلقة بالمسائلة، وخاصة القضاء في الولايات المتحدة الأمريكية؛ باعتباره أول قضاء تعامل مع ظاهرة القرصنة على شبكة الانترنت.

كما تضافرت الجهود الدولية بالتعاون مع بعض المنظمات العالمية ومنها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)<sup>٥</sup>، لمواجهة قرصنة العلامات التجارية على شبكة الانترنت، ونجحت بتأسيس هيئة الإنترنت للأسماء والأرقام المخصصة (الايكان)<sup>٦</sup>، التي تمكنت من تغيير سياسة تسجيل أسماء النطاق السابقة، التي لم تكن تراعي قواعد الملكية الفكرية، ونجحت في وضع آلية موحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق على شبكة الانترنت، تمكنت من خلالها تسوية العديد من منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق المعتدية.

### إشكاليات الدراسة:

تأتي هذه الدراسة كجزء من العديد من الدراسات الواجب إجراؤها لحماية منظومة عناصر الملكية الفكرية ككل في النظام القانوني الفلسطيني، وبشكل خاص لبيان أهمية حماية العلامات التجارية على شبكة الانترنت، إذ تأتي هذه الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

١- ما هي مظاهر التعدي على العلامات التجارية الناتج عن إساءة تسجيل أسماء النطاق على شبكة الانترنت؟ وما مدى أضرارها المالية على مالكي العلامات التجارية؟ ومدى إضرارها

<sup>٥</sup> لمزيد من التفاصيل حول منظمة (الويبو) انظر المطلب الأول المبحث الثاني من الفصل الثاني ص ٧٤.

<sup>٦</sup> لمزيد من التفاصيل حول هيئة (الايكان) انظر المطلب الأول المبحث الثاني من الفصل الثاني ص ٧٦.



بصورة العلامة التجارية لدى مستخدمي شبكة الانترنت؟ وما تأثيرها على نزاهة التعاملات التجارية على شبكة الانترنت؟.

٢- ما هي الآليات المتاحة لتسوية المنازعات المتعلقة بالتعدي على العلامات التجارية الناتجة عن تسجيل أسماء النطاق على شبكة الانترنت في النظام القانوني الفلسطيني؟ وما هي أوجه القصور في هذه الآليات؟ كيف يمكن للنظام القانوني الفلسطيني الاستفادة من آليات تسوية المنازعات التي اعتمدها المنظمات والهيئات الدولية المعنية بالموضوع؟ ما مدى نجاعة هذه الآليات في تسوية منازعات العلامات التجارية على الانترنت؟ وما مدى إلزامية الأحكام الصادرة تطبيقاً لهذه الآليات؟

٣- ما مدى قدرة القضاء الفلسطيني على توفير الحماية القانونية للعلامات التجارية على شبكة الانترنت؟ هل يمكن للقضاء الفلسطيني تطويع بعض القواعد العامة المتعلقة بالمسالة، وقوانين العلامات التجارية السارية في الأراضي الفلسطينية، وملئتها لتسوية منازعات أسماء النطاق في ظل النظام القانوني الفلسطيني؟ كيف يمكن للقضاء الوطني الفلسطيني الاستفادة من المبادئ والقواعد التي أرساها القضاء الأمريكي في مجال التعدي على العلامات التجارية على شبكة الانترنت؟ وهل يمكن تطبيق هذه المبادئ ضمن النظام القانوني الفلسطيني؟

### أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة؛ من كونها تتعلق بموضوع لم يأخذ حقه لدى الفقه والقضاء، على المستويين العربي والمحلي، حيث أن هناك القليل من الأبحاث حول هذا الموضوع في العالم العربي، وإن تناول هذا الموضوع بالبحث والتحليل هو من الأهمية بمكان، حيث إنه يسلط

الضوء على أهم عنصر في معادلة التجارة العالمية، وهي العلامات التجارية التي بات بعضها يساوي مليارات الدولارات، وإن تناول الانتهاكات التي تتعرض لها هذه العلامات عن طريق إساءة تسجيل أسماء النطاق على الإنترنت، إنما هو توضيح للاهتمام – المنقطع نظيره عالميا – بهذا الموضوع، وكيفية التصدي له بوسائل وطرق مختلفة.

من أهم هذه الوسائل: التوجه للقضاء، الذي كان له الدور الأساسي في محاربة هذه المشكلة الجديدة المتجددة، إضافة إلى دور المنظمات العالمية التي لعبت دورا أساسيا ومهما في محاربة التعدي على العلامات التجارية، وحقوق الملكية الفكرية، وأهمها: المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، التي أثمرت جهودها في إطلاق هيئة الإنترنت للأسماء والأرقام المخصصة (الأيكان)، التي أوكل لها تنظيم تسجيل أسماء النطاق، التي ألزمت مسجلي أسماء النطاق الخضوع للسياسة الموحدة؛ لتسوية منازعات أسماء النطاق المعتمدة من قبلها، في حال وقوع نزاع يتعلق بعلامة تجارية.

بالتالي يتناول هذا البحث دراسة مقارنة للحماية القانونية التي قررها القضاء والقوانين لمالك العلامة التجارية على شبكة الإنترنت، على المستويين: المحلي والدولي.

## أهداف الدراسة:

١- تهدف هذه الدراسة إلى بيان مظاهر التعدي على العلامات التجارية على شبكة الإنترنت وتوضيحها، من خلال سوء استعمال أسماء النطاق وتسجيلها.

٢- كما تهدف الدراسة إلى بيان الأساليب التي اتبعتها المجتمع الدولي؛ لمواجهة مشكلة التعدي على العلامات التجارية على شبكة الإنترنت، وتحديد الإطار والاتجاه القانوني الذي تبناه المجتمع

الدولي، مع عدم إغفال دور القضاء الذي كان له الفضل في إرساء قواعد تم تبنيها لاحقاً، كتشريعات متخصصة في هذا المجال.

٣- تسليط الضوء على النطاق الوطني الفلسطيني (ps)، وهيئة (بينينا) المسؤولة عن إدارته، وتسليط الضوء على سياسة تسوية منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق ضمن النطاق الوطني الفلسطيني.

٤- بيان الحلول المتاحة أمام القضاء الفلسطيني؛ في حال ما أثير نزاع يتعلق بتعدي على علامة تجارية على شبكة الانترنت في فلسطين، خاصة في ظل انعدام تشريعات متخصصة تعالج الموضوع.

٥- تقديم بحث قانوني، يخدم العديد من الشرائح القانونية في فلسطين، ومن ضمنها: القضاء الفلسطيني، الذي يمكنه من خلالها الاطلاع على دور القضاء الأمريكي في تطويع القواعد العامة لمعالجة هذه المسألة.

٦- تقديم توصيات تهدف للمساعدة في إيجاد حلول عملية في ظل غياب تشريعات متخصصة تعالج مشكلة التعديت على العلامات على شبكة الانترنت في فلسطين، سواء أكان على صعيد القضاء الوطني، أو الهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت (بينينا)، التي يمكن تفعيل دورها في تسوية هذه المنازعات عن طريق تبني سياسة تسوية خاصة بها، تتوافق مع السياسة الموحدة لحل منازعات أسماء النطاق على الانترنت، وكذلك توصيات تتعلق بمشروع قانون حماية الملكية الصناعية الفلسطيني لسنة (٢٠٠٠)، الذي لم يعالج هذه المسألة.

## نطاق الدراسة:

إن جوهر هذه الدراسة هو تسليط الضوء على العلامات التجارية على شبكة الانترنت، بشكل

متلازم مع اسم النطاق، من حيث: بيان ماهية اسم النطاق، وتسجيله، والمنازعات التي تبرز نتيجة التعدي على العلامات التجارية، ومظاهر هذه التعديات، كما ستطرق هذه الدراسة للسياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق المعتمدة من قبل هيئته (الايكان).

على الصعيد الوطني، ستتطرق الدراسة إلى الإطار القانوني للحماية المدنية للعلامات التجارية على شبكة الانترنت، دون التطرق للحماية الجزائية التي تشترط التسجيل لتوافر الحماية، وتخرج عن إطار البحث في هذه الدراسة. كما ستتطرق الدراسة إلى وسائل معالجه هذه الانتهاكات والتعديات على الصعيد الوطني، في ظل القواعد العامة المتاحة المتعلقة بالموضوع، وإمكانية تطويع هذه القواعد لمد الحماية القانونية لتشمل العلامات التجارية على شبكة الانترنت. كما ستتطرق هذه الدراسة إلى التعريف بالنطاق الوطني الفلسطيني على شبكة الانترنت (PS)، من حيث: الهيئة المسؤولة عن إدارته، وشروط التسجيل، وآلية تسوية منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق المسجلة لديه.

ولن نتطرق الدراسة إلى الحديث عن مشروع قانون حماية الملكية الصناعية الفلسطيني لسنة (٢٠٠٠)، كونه لم يتطرق إلى حماية العلامات التجارية وعناصر الملكية الأخرى المشمولة بأحكامه على شبكه الانترنت، حيث إنه لم يأت بأحكام تختلف كثيرا عن قوانين العلامات التجارية السارية في فلسطين، وإن أضفى حماية إضافية على العلامات التجارية المشهورة عالمياً بشكلها التقليدي.

كما أن الدراسة لا تتضمن مقارنة مع قوانين دول الجوار العربية، وذلك لعدم وجود أي قانون عربي - حتى تاريخ تقديم هذا البحث - ينظم مسألة التعدي على العلامات التجارية عن طريق تسجيل أسماء النطاق على شبكة الانترنت.

## منهجية الدراسة:

ستعتمد هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي المقارن، مع تدعيم الدراسة بسوابق قضائية من دول مختلفة لتوضيح الأفكار، وتدعيم الشرح النظري بأمثلة عملية واقعية، مع إتباع نهج المقارنة للاستفادة من تجربة بعض الدول الصناعية، مثل: الولايات المتحدة الأمريكية، و بعض الدول الأوروبي، مع إيداء الرأي في المسائل التي بحاجة إلى التعليق، مع إيداء الحجج والأسانيد.

## صعوبات الدراسة

إن أهم الصعوبات التي واجهت الباحث عند إعداد هذا الدراسة تمثلت؛ بقلّة المراجع والأبحاث القانونية المتعلقة بموضوع البحث باللغة العربية، بالإضافة إلى ندرة السوابق القضائية المتعلقة بالموضوع محلياً وعربياً، إذ اعتمدت الدراسة بشكل كبير على السوابق القضائية حول العالم، وخاصة السوابق القضائية الأمريكية، واعتمدت كذلك على المواقع الالكترونية المكتوبة باللغة الانجليزية، إضافة إلى العديد من الدوريات والمقالات باللغة الانجليزية التي حصلنا عليها عن طريق قواعد بيانات مكتبة جامعة بيرزيت.

## خطة الدراسة:

سيتم تقسيم هذه الدراسة في فصلين، على النحو الآتي:

الفصل الأول: التنظيم القانوني لاسم النطاق ومظاهر التعدي على العلامات التجارية على شبكة الانترنت، ويتضمن ثلاثة مباحث، وهي:

المبحث الأول: التنظيم القانوني لاسم النطاق (Domain Name).

المبحث الثاني: مظاهر التعدي على العلامات التجارية الناتج عن إساءة تسجيل أسماء النطاق على شبكة الانترنت.

المبحث الثالث: مظاهر التعدي على العلامات التجارية الناتج عن إساءة استعمال أسماء النطاق على شبكة الانترنت.

الفصل الثاني: تسوية منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق على شبكة الانترنت، ويتضمن ثلاثة مباحث، وهي:

المبحث الأول: سياسة تسوية منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق ضمن النطاق الوطني الفلسطيني (.PS).

المبحث الثاني: السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق.

المبحث الثالث: تسوية منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق عن طريق القضاء الوطني.

## الفصل الأول

### التنظيم القانوني لأسم النطاق و مظاهر التعدي على العلامات التجارية على شبكة الانترنت

العلامات التجارية،<sup>٧</sup> هي: " إشارة توسم بها البضائع، والسلع، والمنتجات، والخدمات، أو تعلّم تمييزاً، لها عما يماثلها من: بضائع، أو سلع، أو خدمات.<sup>٨</sup> وتعرّف كذلك على أنها: "إشارة محسوسة توضع على المنتج أو الخدمة؛ لغرض تمييزه عما يشته به من منتجات منافسة، أو ما يقدم الغير من خدمة".<sup>٩</sup>

ولتمييز البضائع والخدمات، تنفق الشركات الكثير من المال والجهد؛ على علاماتها التجارية لجعل المستهلك يتعرف ويثق ببضائعها وخدماتها عن طريق هذه العلامة، وتتمتع العلامات التجارية التقليدية بحماية قانونية مقررّة لها بموجب قوانين العلامات التجارية، ويصعب التعدي عليها نتيجة هذه الحماية القانونية.<sup>١٠</sup>

ومع ظهور شبكة الانترنت، نما التعامل التجاري الدولي على الشبكة، وبرزت بوصفها أداة تسويقية فاعلة للتداولات التجارية العالمية، ورافق هذا الازدهار التجاري العديد من المشاكل التي

<sup>٧</sup> عرف قانون العلامات التجارية الأردني رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢، المنشور في الجريدة الرسمية بتاريخ ١-٦-١٩٥٢، العدد ١١١٠، صفحة ٢٤٣ في المادة الثانية العلامة التجارية بأنها " أي علامة استعملت، أو كان في النية استعمالها على أية بضائع، أو فيما تعلق بها للدلالة على أن تلك البضائع تخص صاحب العلامة بحكم صنعها، أو انتخابها، أو الشهادة، أو الاتجار بها أو عرضها للبيع."

<sup>٨</sup> حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية (بدون ناشر: القاهرة ١٩٩٣) ١٦.

<sup>٩</sup> نوري خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية - الملكية الصناعية (دار وائل للنشر: عمان ٢٠٠٥) ٢٦٥، وانظر أيضاً: صلاح الأسمر، دراسة تحليلية لقانون العلامات التجارية الأردني رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢، المؤتمر العربي الدولي للأول للملكية الفكرية (بدون ناشر: عمان ١٩٩٥) ٦٨

<sup>١٠</sup> عبد الله الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية (دار وائل للنشر: عمان ٢٠٠٥) ١٤٢

تتعلق بالتعدي على حقوق الملكية الفكرية، ومنها: التعدي على العلامات التجارية. وبرزت مسألة التعدي على العلامات التجارية على شبكة الانترنت؛ عندما أرادت بعض الشركات، والأشخاص- مالكو العلامات- إنشاء مواقع الكترونية لهم على شبكة الانترنت؛ لتسويق منتجاتهم و بضائعهم، لكنهم واجهوا معضلة عدم إمكانية إنشاء مواقع لهم تحمل علاماتهم التجارية المسجلة، نظراً لاستخدامها من قبل أشخاص سبقوهم بتسجيلها كأسماء نطاق لهم، دون علم أو إذن مالكي العلامات التجارية الأصليين، مستفيدين من سمعة العلامات التجارية لتسويق بضائع مشابهة أو مفقدة للبضائع أو الخدمات التي تمثلها العلامة التجارية الأصلية، أو لابتزاز مالكي العلامات التجارية لتحصيل مبالغ مالية منهم مقابل إعادة أسماء النطاق التي تطابق علاماتهم إليهم.<sup>11</sup>

ولأنه لا يمكن تسجيل اسمي نطاق متطابقين على شبكة الانترنت، على خلاف العلامات التجارية التقليدية التي تسمح أحكام القوانين الناظمة لها، بتسجيل علامات تجارية متشابهة لتمييز بضائع ومنتجات مختلفة عن بعضها،<sup>12</sup> فقد حرم هذا الأمر مالكي العلامات التجارية من استخدام علاماتهم ضمن مواقعهم الالكترونية على شبكة الانترنت؛ و ألحق بهم خسائر مالية كبيرة و بصورة علاماتهم التجارية لدى المستهلك.

وكون شبكة الانترنت تنسم بالعالمية، ولا تعرف الحدود الجغرافية للدول والأقاليم، فقد ظهرت مشكلة حماية العلامات التجارية على شبكة الانترنت، في ظل قوانين تحمي هذه العلامات بشكلها التقليدي؛<sup>13</sup> مما جعل هذه المشكلة من أكبر التحديات التي واجهت القضاء في العالم.<sup>14</sup>

<sup>11</sup>Kenneth dueker, *trademark law lost in cyberspace: trademark protection from internet addresses* (1996) 9-2 Harvard journal of law & technology 12

<sup>12</sup>Matthew Sandeson, *Candidates, squatters, and grippers: a primer on political cybersquatting and a proposal for reform* (2009) 8 Election law journal 7

<sup>13</sup>Graham Smith, *Internet Law and Regulation* (3<sup>rd</sup> Sweet & Maxwell: London 2002)16



ويشير الواقع العملي إلى أنه يوجد شكلان رئيسيان للتعدي على العلامات التجارية عن طريق

تسجيل أسماء النطاق على شبكة الانترنت، وهما:

الشكل الأول: يتعلق بتسجيل أسماء نطاق مطابقة، أو مشابهة لعلامات تجارية.

أما الشكل الثاني: فيتعلق بسوء استعمال أسماء نطاق تحوي علامات تجارية على شبكة الانترنت.

هذان الشكلان من التعدي هما الأساس الواقعي الذي يمكن التعامل معه، لفهم طبيعة التعديات على العلامات التجارية؛ بالتالي كان من الواجب أن نبدأ هذا الجزء من الدراسة بالحديث عنهما لفهم طبيعة هذه التعديات، إلا أننا وجدنا من الصعب على القارئ إدراك طبيعة هذه التعديات دون توضيح ماهية اسم النطاق، وطبيعته القانونية؛ والتنظيم القانوني له على الصعيد المحلي والدولي. بالتالي، سنبدأ هذا الفصل بالحديث عن التنظيم القانوني لاسم النطاق في المبحث الأول، ومن ثم سيتطرق إلى بيان مظاهر التعدي – المشار إليها أعلاه – في مبحثين مستقلين.

---

<sup>١٤</sup> الولايات المتحدة الأمريكية كانت من أوائل الدول التي تم استعمال شبكة الانترنت فيها، فقد واجه القضاء مشكلة غياب تشريع يحمي العلامات التجارية على شبكة الانترنت، مما جعله يطوع القواعد القانونية العامة المتوفرة لدية، ونجح في = وضع معايير تم تبنيها لاحقا في تشريع أمريكي لحماية العلامات التجارية على الانترنت، وسيتم بيان دور القضاء الأمريكي في هذا المجال لاحقا في المطلب الثاني من الفصل الثاني ص ١٠٩ من هذه الدراسة.

## المبحث الأول

### التنظيم القانوني لاسم النطاق (Domain Name)

إثر الانتشار الواسع لشبكة الانترنت على المستوى العالمي؛ أصبح تبادل المعلومات والمعرفة أسهل لمستخدمي الشبكة العالمية؛ نتيجة إتصال الحواسيب حول العالم مع بعضها عبر الشبكة المعلوماتية المسماة الانترنت، حيث يتم إرسال هذه المعلومات واستقبالها عبر الحواسيب التي هي بدورها متصلة بحواسيب أخرى رئيسية عملاقة<sup>15</sup> منتشرة حول العالم تسمى بالحواسيب المضيفة (Host Computers)،<sup>16</sup> حيث ينفرد كل من هذه الحواسيب بعنوان رقمي يميزه عن الآخر، يسمى عنوان بروتوكول الانترنت (Internet protocol Address)،<sup>17</sup> ويتكون كل عنوان بروتوكول على الانترنت (IP) من أربع مجموعات من الأرقام تفصل بينها نقطة، مثل: (11.76.226.66)، وكل مجموعه من الأرقام بين هذه النقاط تسمى (Label)،<sup>18</sup> وتمثل المجموعة الأولى من الرقم بدءا من اليسار؛ المنطقة الجغرافية؛ والمجموعة الثانية تحدد المنظمة أو الحاسب المزود؛ والمجموعة الثالثة تحدد مجموعة الحواسيب التي ينتمي إليها الجهاز؛ والمجموعة الرابعة تحدد الجهاز المستخدم؛<sup>19</sup> حيث يمثل هذا الرقم عنوان بروتوكول لصفحة إلكترونية على الشبكة.

<sup>15</sup> الحاسوب العملاق: هو جهاز يعمل بسرعة فائقة ويبلغ سعر الواحد منها ملايين الدولارات حسب حجمه وسرعته. لمزيد من التفاصيل انظر: بهاء شاهين، شبكة الانترنت (كمبيوتر ساينس : القاهرة 1996) 13

<sup>16</sup> Craig Standing, *Internet commerce development* (Artech house: London 2000)1

<sup>17</sup> Mary Pike, *Using the internet* (Que Corporation:Indianapolis 1995) 12

<sup>18</sup> Benjamin Silbert, *Trademark law, icann, and domain name expiration* (2008) 36 *Alpha Quarterly Journal* 320

<sup>19</sup> منير الجنيهي، ممدوح الجنيهي، بروتوكولات وقوانين الانترنت (دار الفكر الجامعي: الإسكندرية 2005) 25

هذا التنظيم يمكن الحواسيب المختلفة على الانترنت من التعرف على بعضها عن طريق استعمال عنوان بروتوكول الانترنت (IP)؛<sup>20</sup> ونظرا للحجم الهائل للحواسب المتصلة مع بعضها عبر شبكة الانترنت؛ كان من الصعب على الشخص مستخدم الشبكة أن يتذكر عناوين البروتوكول الرقمية للحواسب المختلفة عبر العالم؛ ولحل هذه المشكلة، - وتسهيل عملية الاتصال عبر الشبكة - تم وضع نظام أسماء النطاق (Domain Name System).<sup>21</sup> يعمل هذا النظام على تسهيل عملية الاتصال عبر الشبكة؛ وذلك بربط العناوين الرقمية، بنظام يستخدم الحروف الأبجدية، إذ يقوم بتحويل الأرقام التي يتكون منها عنوان بروتوكول الانترنت إلى حروف تشكل كلمات أو مصطلحات، يسهل على المستخدم تذكرها واستخدامها، كما يساعد هذا النظام على تشغيل البريد الإلكتروني بالشكل الصحيح؛ وذلك بتوصيل الرسائل الالكترونية إلى المرسل إليه المقصود.

فعوضاً عن كتابة الرقم (192.0.34.65)، الذي يمثل عنوان البروتوكول الرقمي على الانترنت لهيئة (الايكان)،<sup>22</sup> يمكن كتابته بالأحرف التي تمثل العنوان ([www.icann.org](http://www.icann.org))،<sup>23</sup> وعوضاً عن كتابة الرقم (195.6.62.33)، الذي يمثل عنوان البروتوكول الرقمي على الانترنت لهيئة البريد الفرنسي، يمكن كتابته بالأحرف التي تمثل العنوان ([www.laposte.fr](http://www.laposte.fr)).<sup>24</sup>

مما سبق؛ يمكن تعريف اسم النطاق على أنه: "خليط من الأحرف و الأرقام التي يمكن عن

<sup>20</sup> Kim Von Arx, Gregory Hagan, *A declaration of independence of cctld from foreign control* (2002) 9 = = Richmond journal and law technology 14

<sup>21</sup> Chad Emerson, *Wasting time in cyberspace: The udrp's inefficient approach to ward arbitrating domain name disputes* (2004) 34 University of Baltimore law review 167

<sup>22</sup> هيئة الإنترنت للأسماء والأرقام المخصصة (الايكان) منظمة غير ربحية، يوجد مقرها العام حالياً في ولاية كاليفورنيا الأمريكية، تم تأسيسها بجهود دولية لتتولى مسؤولية توزيع مجالات العناوين في بروتوكول الإنترنت، وتخصيص معرفات البروتوكول، وإدارة نظام سجلات المواقع العامة عالية المستوى (gTLD)، وسجلات المواقع عالية المستوى لرمز الدولة (ccTLD)، كما أنها تضطلع بمسؤولية وظائف إدارة نظام الخوادم المركزية. لمزيد من المعلومات عن هيئة (الايكان)، انظر: المبحث الثاني من الفصل الثاني ص ٧٧ من هذا البحث.

<sup>23</sup> <http://www.icann.org/tr/arabic.html> visited on 12-5-2007

<sup>24</sup> عدنان سرحان، أسماء النطاق على الشبكة العالمية للمعلوماتية ( الانترنت)، المفهوم والنظام القانوني (٢٠٠٦) ٢٥ مجلة

طريقها الوصول إلى حاسوب معين، أو موقع الكتروني معين على شبكة الانترنت".<sup>٢٥</sup>

كما يعرف على أنه: "تحويل أو نقل مجموعة من الأرقام في صورة حروف، تشكل مصطلحاً يتماشى مع اسم المشروع أو المنظمة التي تملكه".<sup>٢٦</sup>

ويلاحظ أن التعريف الأول عرف اسم النطاق استناداً لطبيعته الفنية أما التعريف الثاني فقد عرف اسم النطاق استناداً للدور الذي يقوم به -وظيفته- بالتالي فإن تعريف اسم النطاق يختلف باختلاف الزاوية التي ينظر إليه منها. وهذه الدراسة ستركز على الدور الوظيفي لاسم النطاق وكيف أصبحت بعض أسماء النطاق يقوم بوظيفة العلامات التجارية على شبكة الانترنت، حيث إن معظم المشاكل القانونية التي تتعلق باسم النطاق وعلاقته بالعلامات التجارية تتمحور حول هذا الدور.

ويثير تعريف اسم النطاق من الناحية الوظيفية تساؤلاً قانونياً يتعلق بالطبيعة القانونية لإسم النطاق؟ وهل يمكن اعتبار اسم النطاق شكل من أشكال العلامات التجارية على شبكة الانترنت؟

أثارت الطبيعة القانونية لإسم النطاق جدلاً كبيراً بين فقهاء القانون؛ إذ ذهب فريق للقول: بأن اسم النطاق لا ينتمي إلى عناصر الملكية الفكرية، لأنه لا يعدو أن يكون موطناً افتراضياً للأشخاص على شبكة الانترنت، فالشخص عندما يقوم بتسجيل اسم نطاق على شبكة الانترنت، يكون قد اختار مقراً قانونياً يباشر به نشاطه،<sup>٢٧</sup> وإن هذا التسجيل لا يعطي مسجل اسم النطاق

<sup>25</sup>Olivia Maria Baratta, A global update on the domainname system and the law: Alternative dispute resolution for increasing internet competition—oh, the times they are a-changing! (2000) 8 Tulane journal of international and comparative law 331

<sup>٢٦</sup> شريف محمد غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني (١ دار النهضة العربية: القاهرة ٢٠٠٣) ١٠

<sup>٢٧</sup> شريف محمد غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني (١ دار النهضة العربية: القاهرة ٢٠٠٣) ٣٥ .

سوى حق الاستعمال ليس إلا، ولا يعطيه أي حق من حقوق الملكية عليه، كما هو الحال في

العلامات التجارية.<sup>٢٨</sup>

و ذهب فريق آخر من الفقهاء إلى اعتبار اسم النطاق عنصراً جديداً من عناصر الملكية الفكرية؛ لأنه لا يعدو أن يكون مثل: العلامة التجارية، والاسم، والعنوان التجاري، وبالتالي يستفيد من التنظيم القانوني لهذه العناصر، وإن كان الهدف من استخدامه في بداية ظهور شبكة الانترنت مجرد وسيلة للوصول إلى الموقع الالكتروني المطلوب، إلا أنه اكتسب أهمية اقتصادية فاقت - كثيراً - الهدف الذي أنشئ من أجله،<sup>٢٩</sup> فقد أثبت الواقع العملي أن أهمية اسم النطاق في ظل التنافس التجاري الكبير على شبكة الانترنت يفوق أهمية الكثير من العلامات التجارية التقليدية.<sup>٣٠</sup> ويمكن الاستنتاج بأن اسم النطاق لا يعتبر شكلاً من أشكال العلامات التجارية، خاصة إذا كان اسم النطاق غير مرتبط ببضائع أو خدمات معينة، كأسماء النطاق التي تعمل فقط كعناوين للمشروعات والكيانات والأشخاص على شبكة الانترنت، وذلك لوجود فروقات بين العلامات التجارية وأسماء النطاق من الناحية الفنية التقنية، حيث ينتمي اسم النطاق إلى منظومه رقمية افتراضية على شبكة الانترنت، إذ لا يملك مسجل اسم النطاق بشكل عام أية حقوق مالكية على هذا الاسم، بينما لمالك العلامة التجارية أن يمارس حقوق الملكية المقرر له بحكم القانون على علامته التجارية، كما انه لا يجوز تسجيل ذات اسم النطاق للتعريف على أكثر من كيان واحد على شبكة الانترنت، حيث تتميز أسماء النطاق بأحادية التسجيل على الشبكة، بينما يجوز تسجيل

<sup>٢٨</sup> عدنان سرحان، أسماء النطاق على الشبكة العالمية للمعلوماتية ( الانترنت)، المفهوم والنظام القانوني (٢٠٠٦) ٢٥ مجلة

الشرعية والقانون ، جامعة الإمارات العربية المتحدة ١٨.

<sup>٢٩</sup> شريف محمد غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني (١ دار النهضة العربية:

القاهرة ٢٠٠٣) ٦٥

<sup>٣٠</sup> خالد التلاحمة، النزاعات بين العلامات التجارية وأسماء النطاق على شبكة الانترنت (٢٠٠٥) ١٩-٢ مجلة جامعه النجاح

ذات العلامة التجارية من قبل أكثر من شخص لتمييز بضائع وخدمات مختلفة عن بعضها. وبالتالي نؤيد الرأي الذي يعتبر اسم النطاق عنصراً جديداً من عناصر الملكية الفكرية، فالبرغم من كونه عنواناً افتراضياً للمشروعات على شبكة الانترنت، إلا أنه احتل مكاناً كبيراً في التجارة الدولية بشكل عام، حيث أصبح يقوم بوظيفة العلامات التجارية على شبكة الانترنت، وتمييز البضائع والخدمات عليها، فضلاً عن أن البعض من أسماء النطاق أصبح لها أهمية مالية واقتصادية تفوق قيمة العلامة التجارية التي تمثلها.

إلا أن هذا الرأي لا يؤخذ على إطلاقه، ففي الولايات المتحدة الأمريكية ونتيجة تعاظم دور أسماء النطاق على شبكة الانترنت، اعتمد مكتب العلامات التجارية وبراءات الاختراع الفدرالي الأمريكي، تسجيل بعض أسماء النطاق كعلامات تجارية، بحيث يملك مسجل اسم النطاق حقوق الملكية الفكرية عليه مثل العلامات التجارية التقليدية.<sup>31</sup> ويجب الإشارة إلى أن أسماء النطاق التي تصلح للاستعمال كعلامة تجارية وفق معايير مكتب العلامات التجارية وبراءات الاختراع الفدرالي في الولايات المتحدة الأمريكية، هي التي تحدد مصدر البضائع أو الخدمات، وتمييزها بشكل فعلي للجمهور، أما أسماء النطاق التي تستعمل فقط للتعريف بموقع الشركة أو موقع التجار، وتحديدتهما على الانترنت؛ فإنها لا تصلح للاستعمال كعلامة تجارية.

ومن الأمثلة الشهيرة: اسم النطاق (Amazon.com)، حيث يستعمل محدد المصدر، وليس مجرد عنوان على الانترنت، وهو مثال بارز لاسم نطاق يتضمن علامة تجارية محمية؛ لأنه يعرف الجمهور بالشركة، ومنتجاتها في آن واحد.<sup>32</sup>

<sup>31</sup> لمزيد من التفاصيل حول شروط تسجيل أسماء النطاق كعلامات تجارية، انظر موقع مكتب العلامات التجارية الأمريكي على الموقع التالي:

<sup>32</sup> <http://www.uspto.gov/trademarks/resources/exam/guide299.jsp> visited on 30-10-2007  
<sup>32</sup> <http://www.gigalaw.com/articles/2001-all/kubiszyn-2001-01-all.html> Visited on 29-10-2007

أما الكلمات والمصطلحات التي لا تدخل ضمن الحماية القانونية للعلامة التجارية المكونة لاسم النطاق، وفق معايير مكتب العلامات التجارية وبراءات الاختراع الفدرالي في الولايات المتحدة الأمريكية، هي: الكلمات العامة، أو الوصفية المجردة التي ليس لها معنى ثانوي، حيث لا يمكن تسجيلها، إذا لحقها نطاق عالي، مثل: (.com)، ومن الأمثلة على أسماء النطاق غير المؤهلة للحماية كعلامة تجارية: (Soft.com)، وهي مجرد كلمة وصفية لا تقبل للتسجيل كاسم نطاق لمنتج مناديل صحية – مثلاً – ، وكذلك: (Bank.com)؛ لأنها عامة جداً في قطاع المصارف والشركات المالية.<sup>33</sup>

بعد التعريف باسم النطاق؛ من حيث: ماهيته، وبيان وظيفته، والعلاقة بينه وبين العلامات التجارية؛ نجد أنه من المناسب تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين: يتحدث المطلب الأول عن أنواع النطاقات، بينما سيتطرق المطلب الثاني إلى الحديث عن تسجيل أسماء النطاق وفقاً لعدة أنظمة قانونية؛ كي نصل في النهاية إلى معرفة التنظيم القانوني لاسم النطاق.

## المطلب الأول

### أنواع النطاقات

لتحقيق الغرض الوظيفي التقني الذي وضع من أجله اسم النطاق؛ يجب أن يكون له بنية خاصة وثابتة، فلو أخذنا على سبيل المثال اسم النطاق ( [www.hotmail.com](http://www.hotmail.com) )، سنلاحظ أنه

<sup>33</sup> [www.absoluteastronomy.com/encyclopedia/t/tr/trademark.htm](http://www.absoluteastronomy.com/encyclopedia/t/tr/trademark.htm) Visited on 29-10-2007

مقسم إلى مقاطع، تفصل نقطة بين كل مقطع من مقاطعه، ويقرأ من اليمين إلى اليسار.<sup>٣٤</sup> ففي مثالنا هذا، فإن أول مقطع هو (.com) يسمى هذا المقطع: النطاق العالي ( Top Level Domain)، أما المقطع الذي يليه، هو (hotmail)، ويسمى هذا المقطع: النطاق الثاني ( Second Level Domain)،<sup>٣٥</sup> وهذا المقطع هو الذي يعبر عن اسم النطاق الفعلي أو الحقيقي؛ لأنه يدل على مالك الاسم أو العلامة ويعرف به، ويسمى أي مقطع أو جزء يأتي على يسار النطاق الثاني، النطاق الثانوي (sub Domain)، أو النطاق الثالث (third level domain).<sup>٣٦</sup> وعليه سنتحدث أولاً عن النطاق العالي، ثم سنتحدث ثانياً عن النطاق الثاني، ولن نتحدث عن النطاق الثالث لأنه يجسد أمور تقنية ليست محللاً للبحث في هذه الدراسة.

**أولاً: النطاقات العالية (Top Level Domains):** هناك نوعان من النطاقات العالية، وهما: النطاقات العامة النوعية (Generic TLDs)، والنطاقات العامة الوطنية الخاصة بالدول (Country-Code TLDs).<sup>٣٧</sup> حيث يحق لأي من الشركات، أو الكيانات، أو الأشخاص التسجيل في أي من هذين النطاقين؛ وذلك حسب الغرض الذي يُبتغى من التسجيل؛ إذ تفضل الشركات ذات النشاط العالمي التسجيل في النطاقات العالية النوعية؛ باعتبارها أكثر انتشاراً،

<sup>٣٤</sup> محمد طلبه، الإنترنت طريق المعلومات السريع (مجموعه دلتا: القاهرة ٢٠٠٠) ٤٨

<sup>٣٥</sup>Olivia Maria Baratta, *A global update on the domainname system and the law: Alternative dispute resolution for increasing internet competition—oh, the times they are a-changing!* (2000) 8 Tulane journal of international and comparative law 333

<sup>٣٦</sup>Dara Gilwit, *The latest cybersquatting trend: typosquatters, their changing tactics, and how to prevent public deception and trademark infringement* (2003) 11 Washington university journal of law and policy 275.

<sup>٣٧</sup> هناك نوع خاص من النطاقات من المستوى العالي، وهو (LD apra)، ويستخدم لأغراض البنية التحتية التقنية (Technical Infrastructure Proposes)، حيث يدار من قبل منظمه (الايكان) بالتعاون مع جمعية الإنترنت التقنية (Internet Technical Community)، و تحت إشراف مجلس الهندسة المعمارية على الإنترنت ( The Internet Architecture Board) لمزيد من المعلومات حول هذا النطاق انظر:

Kim Von Arx, Gregory Hagan, *A declaration of independence of cctld from foreign control* (2002) 9 Richmond journal and law technology 13



وغير مقيدة بشروط تحد من النشاط التجاري، بينما يميل الأشخاص أو الشركات ذات النشاط المحلي للتسجيل في النطاقات الوطنية لدولهم؛ كونها أكثر تقييداً وحماية لأسمائهم وعلاماتهم، هذا لا يعني أن الشركات ذات النشاط العالمي غير معنية بالتسجيل في النطاقات الوطنية للدول، إنما هناك نطاقات وطنية لا تسمح بتسجيل شركات أو أشخاص لا يحملون جنسيتها أو حق الإقامة فيها كما سنرى لاحقاً. وسنتطرق للحديث عن هذان النطاقان وفق الآتي:

أ- النطاقات العامة النوعية (Generic Top Level Domains): هذا النوع من النطاقات يتكون في الغالب من ثلاثة حروف فأكثر،<sup>38</sup> وهي مرتبطة إلى حد كبير بنشاط المؤسسة أو طبيعتها، وتقسّم إلى نوعين: (١) النطاقات العامة المقيدة، (٢) النطاقات العامة غير المقيدة.<sup>39</sup>

١- النطاقات العامة المقيدة (sponsored TLDs): هي أنواع متخصصة من النطاقات العامة (TLDs)، تُدار وفقاً لقواعد وشروط موضوعة مسبقاً، أشبه بميثاق يتعلق بالنطاق يُعرف بالهدف الذي أنشأ من أجله وطريقة عمله، ويوجد له منسق يمثل المجتمع الخاص الضيق المتأثر بهذا النوع من النطاقات؛ حيث يقوم المنسق بالإشراف على رسم السياسة داخل النطاق، وتحمل مسؤولياته فيما يتعلق بهذا النطاق الخاص.<sup>40</sup> وفيما يلي أهم النطاقات العامة المقيدة:

- النطاق (.edu): يخصص للمؤسسات التعليمية، والمعاهد، والجامعات (Education)، ويدار بواسطة (Educause).<sup>41</sup>

<sup>38</sup> Elizabeth Herbst, *Make room for trademark: what you should know about the new global domain names* (2010) 53 FEB Advocate 26

<sup>39</sup> Olivia Maria Baratta, *A global update on the domainname system and the law: Alternative dispute resolution for increasing internet competition—oh, The times they are a-changing!* (2000) 8 Tulane journal of international and comparative law 332

<sup>40</sup> [http://searchwebservices.techtarget.com/sDefinition/0,,sid26\\_gci213511,00.html](http://searchwebservices.techtarget.com/sDefinition/0,,sid26_gci213511,00.html) visited on 22-10-2007

<sup>41</sup> <http://www.educause.edu/about> Visited on 12-11-2009

- النطاق (.gov): ويخصص للمواقع الحكومية (Government)، ويدار بواسطة ( Us )  
 (General services Administration).<sup>٤٢</sup>
- النطاق (.int): ويستعمل فقط لتسجيل المنظمات الدولية؛ بناء على اتفاقيات دولية بين الحكومات. ويدار بواسطة (IANA Int Domain Registry).<sup>٤٣</sup>
- النطاق (.mil): ويخصص للجيش والمواقع العسكرية (Military)، ويدار بواسطة  
 (The US Dod Network information Center).<sup>٤٤</sup>
- النطاق (.mobi): وهو مخصص لمستهلكي الخدمات ومزوديها، ومنتجات الهاتف المحمول،  
 ويدار بواسطة (Mtlld).<sup>٤٥</sup>
- النطاق (.aero): وهو مخصص لشركات النقل الجوي، وصناعة الطيران، ويدار بواسطة  
 (sITA).<sup>٤٦</sup>
- النطاق (.coop): وهو مخصص للمؤسسات الخيرية، والتعاونية، مثل: اتحادات الإقراض،  
 وجمعيات التسليف الزراعي، ويدار بواسطة (Dot cooperation LLc).<sup>٤٧</sup>
- النطاق (.travel): وهو مخصص لشركات السياحة والسفر ومؤسساتهما، ويدار بواسطة  
 (Tralliance Corporation).<sup>٤٨</sup>
- وأخيرا النطاق (.asia): وهو مخصص لدول المحيط الهادي الآسيوية، ويدار بواسطة ( Dot )  
 (Asia Organization).<sup>٤٩</sup>

<sup>42</sup> <http://www.gsa.gov/Portal/gsa/ep/home.do?tabId=0> Visited on 12-11-2009

<sup>43</sup> <http://www.iana.org/domains/int/> Visited on 19-11-2009

<sup>44</sup> <http://www.nic.mil/> Visited on 26-11-2009

<sup>45</sup> <http://mtld.mobi/> Visited on 26-11-2009

<sup>46</sup> <http://www.sita.aero/> Visited on 26-11-2009

<sup>47</sup> <http://www.nic.coop/> Visited on 26-11-2009

<sup>48</sup> <http://www.ttpc.travel/docs/PREXPOTUR.TRAVEL5.15.08.pdf> Visited on 26-11-2009

<sup>49</sup> <http://www.dotasia.org/> Visited on 26-11-2009

- ٢- النطاقات العامة غير المقيدة (Un-sponsored TLDs): هذا النوع من النطاقات يعمل ضمن سياسات رسمها مجتمع الانترنت العالمي (Global Internet Community) بشكل مباشر، عن طريق مؤسسة (الايكان)، وهي المؤسسة التي تتولى تخصيص الأسماء والأرقام على شبكة الانترنت.<sup>٥٠</sup> ( The Internet Corporation for Assigned Names and Numbers)، ويرمز لها بالرمز (ICANN) هذه النطاقات متعددة، وأهمها ما يلي:
- النطاق (.org): وهو مفتوح للجميع، ويدار بواسطة (Public internet Registry).<sup>٥١</sup>
  - النطاق (.net): وهو مفتوح لأي مشروع بشكل عام، ويدار بواسطة (Version Global registry Service).<sup>٥٢</sup>
  - النطاق (.com): ويخصص للمشروعات التجارية (Commercial)، ويدار بواسطة (Version Global Registry service).<sup>٥٣</sup>
  - النطاق (.info): وهو مفتوح للجميع (Information)، ويدار بواسطة (Afilias Limited).<sup>٥٤</sup>
  - النطاق (.biz): وهو مخصص للأعمال التجارية (Businesses)، ويدار بواسطة (Inc).<sup>٥٥</sup>
  - النطاق (.name): وهو مخصص للأفراد والأشخاص، ويدار بواسطة (Global name Registry).<sup>٥٦</sup>
  - وأخيراً، النطاق (.pro): وهو مخصص للمحترفين المجازين، والمعتمدين: المحامين،

<sup>٥٠</sup> لمزيد من التفاصيل حول أهداف ونشأة هذه المنظمة يرجى مراجعة المطلب الأول من المبحث الثاني من الفصل الثاني ص٧٦ من هذه الدراسة. كما يرجى زيارة الرابط الالكتروني التالي الخاص بموقع هذه المنظمة:

<sup>٥١</sup> <http://www.icann.org/tlds/> Visited on 5-11-2009

<sup>٥٢</sup> <http://www.pir.org/node> Visited on 7-11-2009

<sup>٥٣</sup> <http://www.verisign.com/> Visited on 7-11-2009

<sup>٥٤</sup> <http://www.verisign.com/> Visited on 8-11-2009

<sup>٥٥</sup> <http://www.afilias.info/> Visited on 19-11-2009

<sup>٥٦</sup> <http://www.inc.com/> Visited on 19-11-2009

<sup>٥٦</sup> <http://www.crunchbase.com/company/globalnameregistry> Visited on 1-11-2009

والأطباء، والمحاسبين، وغيرهم، ويدار بواسطة (Registry pro).<sup>57</sup>

ب- النطاقات العالية الوطنية الخاصة بالدول (Country – code TLDs): يتكون هذا النوع من النطاقات من حرفين من حروف اللغة الإنجليزية، مثل: (.ca) لكندا، و(.us) للولايات المتحدة الأمريكية،<sup>58</sup> و(.ae) للأمارات العربية المتحدة، و(.jo) للأردن، و(.eg) لمصر، أما فلسطين فرمزها على شبكة الانترنت هو (.ps).<sup>59</sup>

والجدير بالذكر، أن مؤسسة (الايكان) اعتمدت النطاقات الوطنية للدول استناداً إلى قائمة (الأيزو) (ISO 3166-1)،<sup>60</sup> وليس استناداً للرمز الرسمي المعتمد من قبل الدول؛ لتجنب المشاكل والضغوط السياسية من قبل الدول الكبرى؛ حيث يتم تحدد الكيانات ضمن قائمة (الأيزو) بناء على الرموز المقدمة من قبل المنظمة الدولية للمعايير، و المؤسسة الدولية للمعايير الوطنية.<sup>61</sup> علماً بأن فلسطين مدرجة ضمن هذه القائمة تحت اسم الأراضي الفلسطينية المحتلة؛<sup>62</sup> وذلك بعد سنوات من العمل الدؤوب مع المؤسسات الدولية المعنية، ومنظمة الأمم المتحدة في نيويورك، وبمشاركة العديد من المؤسسات، والمنظمات، والكفاءات، والخبرات الفلسطينية في الداخل والخارج.<sup>63</sup>

ويجب الإشارة إلى أن هيئة (الايكان)، قد وافقت في العام (2010) على استخدام أسماء نطاق

<sup>57</sup> <http://registry.pro/> Visited on 22-11-2009

<sup>58</sup> Peter K. Yu, *The origins of cctld policymaking* (2004) 12 Cardzo journal of international and comparative law 390

<sup>59</sup> <http://www.icann.org/tlds/> Visited on 30\9\2009

<sup>60</sup> لمزيد من المعلومات حول قائمة (ISO 3166-1) يرجى زيارة الموقع التالي:

[http://www.iso.org/iso/country\\_codes/background\\_on\\_iso\\_3166.htm](http://www.iso.org/iso/country_codes/background_on_iso_3166.htm) Visited on 1\3\2010

<sup>61</sup> Peter K. Yu, *The origins of cctld policymaking* (2004) 12 Cardzo journal of international and comparative law 402

<sup>62</sup> للاطلاع على رمز كافة الدول المسجلة في قائمة (ISO 3166-1) الرجاء مراجعة الموقع التالي:

[http://www.iso.org/iso/english\\_country\\_names\\_and\\_code\\_elements](http://www.iso.org/iso/english_country_names_and_code_elements) visited on 1-3-2010

<sup>63</sup> <http://www.pnina.ps/>

وطنية باللغة العربية، وهي أسماء نطاق مكتوبة باللغة العربية، بحيث تستخدم بنفس الطريقة التي تستخدم فيها أسماء النطاق الحالية، في مختلف التطبيقات التي تستخدم فيها أسماء النطاق، وخصوصاً في تصفح المواقع و الوصول إليها، وهي تعتمد على فكرة بسيطة، تتمثل في أن يكون لإسم النطاق العربي ترميز مقابل له يخزن في خادمت النطاقات بنظام (ASCII) - نظام ترميز المعياري الأمريكي لتبادل المعلومات -<sup>٦٤</sup> الذي لا تقبل الخادمت غيره، بينما يبقى اسماً لنطاق في واجهة المستخدم مكتوباً بالعربية أو أي لغة أخرى. وتتم عملية التحويل بين إسم النطاق العربي و الترميز المقابل له بشكل غير محسوس للمستخدم، ودون الحاجة إلى تركيب برامج خاصة أو تغييرات على خادمت النطاقات.

والحاجة إلى النطاقات العربية تتولد من حقيقة أن أسماء النطاقات الحالية، تشكل عائقاً يمنع شريحة واسعة من المستخدمين من استخدام الإنترنت بالشكل الأمثل، أو قد تمنع فئة من المستخدمين من الاستفادة من الإنترنت بشكل كامل، إذ ما زالت نسبة القادرين على التعامل مع اللغة الإنجليزية متدنية في المجتمعات العربية مقارنة بالمجتمعات الأخرى. ويوجد حالياً ثلاث دول عربية أطلقت نطاقاتها الوطنية باللغة العربية: هي مصر والسعودية والإمارات، بعد حصولها على الموافقة النهائية من قبل (الايكان) وتكتب على الانترنت (.مصر)؛ (.السعودية)؛ (.إمارات)، ويمكن تسجيل أي اسم أو علامة تجارية لأي شخص باللغة العربية ضمن هذه

---

<sup>٦٤</sup> (ASCII) نظام الترميز الشائع لأجهزة الحاسوب والأجهزة الأخرى التي تتعامل مع النصوص. حيث لا تفهم أجهزة الحاسوب إلا الأرقام، لذلك فإن شفرة (ASCII) هي التمثيلات الرقمية للرموز مثل "a" أو "@". وعندما يُذكر نظام (ASCII) عند الحديث عن أسماء النطاقات أو الخيوط، فإن ذلك يشير إلى حقيقة أنه كان مسموحاً استخدام الحروف a إلى z والأرقام، و ٠ إلى ٩ والواصله "-" فقط في أسماء النطاقات قبل التدويل. لمزيد من التفاصيل عن هذا النظام انظر الموقع التالي:

النطاقات، إذ تم فتح باب التسجيل رسمياً فيها في العام (2010).<sup>٦٥</sup>

في هذا السياق، نود أن ننوه إلى عدم وجود سلطة عالمية حالياً تحكم قواعد التسجيل في أسماء النطاق الوطنية الخاصة بالدول - وإن كانت قاعدة البيانات الخاصة بهذه النطاقات تديرها هيئة (الايكان) - حيث إنّ كل دولة تقوم بوضع القواعد الخاصة بها؛ لتحديد من يحق له التسجيل في اسم النطاق الوطني الخاص بها، وما هو الهدف من التسجيل في نطاقها. ننوه - أيضاً - إلى أن القواعد والقيود، تختلف من دولة إلى أخرى، أو من إقليم إلى آخر. ومعظم الدول والأقاليم تشترط أن يكون الأشخاص، أو الشركات مقيمين ضمن إقليم الدولة الجغرافي،<sup>٦٦</sup> مثل: كندا، ورمزها، نطاقها الوطني (.ca)، التي تشترط فيمن يسجل في نطاقها الجغرافي أن يكون شركة أو شخص كندي،<sup>٦٧</sup> وعلى العكس من ذلك؛ هناك دول لا تضع أي قيود، مثل: دولة ميكرونيزيا (Micronesia)، ورمزها الجغرافي هو (.fm)،<sup>٦٨</sup> ودولة مولدوفيا (Moldova)، ورمزها هو (.md)،<sup>٦٩</sup> وتنتمي فلسطين إلى المجموعة الثانية، التي لا تفرض هذه القيود عند التسجيل في نطاقها الوطني، فهو مفتوح لكل من يرغب في التسجيل.<sup>٧٠</sup>

<sup>٦٥</sup> لمزيد من التفاصيل عن أسماء النطاق باللغة العربية انظر الموقع الإلكتروني التالي:

<http://arabic-domains.org/?p=208>

<http://www.caslon.com.au/domainsprofile2.htm> , last visit on 1\3\2008

<sup>٦٧</sup> لمزيد من التفاصيل حول النطاق الوطني الكندي، انظر: الموقع الرسمي التالي:

<http://www.cira.ca/>

<sup>٦٨</sup> لمزيد من التفاصيل حول النطاق الوطني لميكرونيزيا ، انظر: الموقع الرسمي التالي:

<http://www.dot.fm/search.html>

<sup>٦٩</sup> لمزيد من التفاصيل حول النطاق الوطني لمولدوفيا ، انظر: الموقع الرسمي التالي:

<http://www.register.md/>

<sup>٧٠</sup> انظر: الموقع الرسمي لهيئة بينينا، المسؤولة عن النطاق الفلسطيني انظر الموقع الرسمي التالي:

<http://www.nic.ps/>

ثانياً: النطاقات الثانية (Second Level Domains): هي الجزء الذي يأتي مباشرة على يسار النطاق العالي (TLD)، وتفصل بينهما نقطة، والنطاقات الثانية (SLDs) هي أعلى مستوى بعد النطاقات العالية، فلو أخذنا اسم النطاق (www.cnn.com)؛ فإن الجزء (cnn) يمثل اسم النطاق الثاني في مثالنا.<sup>٧١</sup>

والجدير بالذكر، أن استعمال هذا النوع من النطاقات مقيد بالعديد من القيود، كالحد المسموح به للرموز المكونة لاسم النطاق؛ إذ إن الحد الأعلى هو (63) رمز، كما أنه لم يقبل حتى الآن سوى الحروف والأرقام، كأساس لكتابة اسم النطاق. والواقع أن معظم منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق، أو المنافسة غير المشروعة على شبكة الانترنت، تتمحور حول النطاق الثاني.<sup>٧٢</sup> ويمكن تقسيم النطاق الثاني إلى عدة مستويات أخرى دونه، فلو أخذنا العنوان (www.sportillustrated.cnn.com)، نجد أن النطاق الثاني فيه، هو (sportillustrated.cnn)، والمكون من أكثر من مستوى.<sup>٧٣</sup>

كما يمكن للجهة أو الهيئة المسؤولة عن إدارة أسماء النطاق الوطنية لأي دولة، أن تنشئ داخل نطاقها الوطني نطاقات فرعية، فعلى سبيل المثال: يسمح في فلسطين بإنشاء نطاقات فرعية ضمن النطاق الوطني (.ps)، حيث ورد في شروط التسجيل الصادرة عن الهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت (بينينا)؛<sup>٧٤</sup> إنه "يمكن للهيئة تسجيل النطاقات تحت النطاق الوطني الفلسطيني للانترنت مباشرة (.ps)، أو تحت أي من النطاقات الفرعية: (.net.ps)، (.com.ps)،

<sup>71</sup> Olivia Maria Baratta, *A global update on the domainname system and the law: Alternative dispute resolution for increasing internet competition—oh, The times they are a-changing!* (2000) 8 Tulane journal of international and comparative law 333

<sup>72</sup> Lounds, *trademarks on the internet*, from: <http://www.loundy.com/JMLS-Trademark.html> , Visited on 20\9\2007

<sup>73</sup> [https://www.godaddy.com/gdshop/faq/faq.asp?isc=gppg101204&se=%2B&app\\_hdr=&faq\\_id=87&topic\\_id=1&topic=Domains](https://www.godaddy.com/gdshop/faq/faq.asp?isc=gppg101204&se=%2B&app_hdr=&faq_id=87&topic_id=1&topic=Domains) , Visited on 30\4\2007

<sup>٧٤</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذه الهيئة انظر المطلب الثاني المبحث الأول من الفصل الأول ص ٢٩ من هذه الدراسة.

(.org.ps)، مما يدل على أن الهيئة سمحت بإنشاء نطاقات فرعية ضمن النطاق الفلسطيني<sup>٧٥</sup>، وهذا يطابق ما أخذت به معظم النطاقات الوطنية للدول؛ ففي فرنسا هناك نطاقات فرعية ضمن النطاق الوطني الفرنسي، منها: (.gouv.fr) للمؤسسات الحكومية، و (.asso.fr) للجمعيات<sup>٧٦</sup>. والحقيقة أن هذه النطاقات الفرعية لا تعدو عن كونها نطاقات نوعية ثانية<sup>٧٧</sup>.

ولأجل حماية العلامات التجارية ضمن النطاقات الوطنية للدول يجب على مالكيها تسجيلها ضمن هذه النطاقات. والواقع أن القليل من الشركات مستعدة لتسجيل أسمائها، وعلاماتها التجارية في جميع النطاقات الوطنية حول العالم، والبالغ عددها - عند إعداد هذا البحث - ما يقارب (246) نطاق وطني<sup>٧٨</sup>، وذلك لصعوبة تنفيذ هذا الأمر على أرض الواقع، وللتكلفة المالية العالية، إضافة إلى أن بعض الدول تضع شروط مشددة للتسجيل في نطاقاتها الوطنية، كشرط الإقامة أو المواطنة؛ ما يفتح المجال للتعدي على العلامات التجارية عن طريق تسجيل اسم نطاق يطابق أو يشابه إحدى العلامات التجارية من قبل طرف آخر - غير مالكيها - ضمن إحدى النطاقات الوطنية لأي من الدول، إذا لم تكن الشركة مالكة العلامة التجارية لم تسجل هذا الاسم في تلك الدولة. وقد تتفاقم المشكلة في حالة ما إذا كان الطرف الآخر يبيع بضائع، أو يقدم خدمات مشابهة لتلك التي يقدمها مالك الاسم، أو العلامة التجارية الحقيقي<sup>٧٩</sup>.

<sup>٧٥</sup> لمزيد من التفاصيل حول النطاقات الفرعية ضمن النطاق الوطني الفلسطيني، انظر موقع الهيئة الفلسطينية لسميات الانترنت (بينينا)، الآتي:

<http://www.nic.ps/registration/registration.html> Visited on 22-3-2010

<sup>٧٦</sup> لمزيد من التفاصيل حول النطاق الوطني الفرنسي انظر الموقع الرسمي التالي:

<http://www.afnic.fr/> visited on 23-4-2008

<sup>٧٧</sup> عدنان سرحان، أسماء النطاق على الشبكة العالمية للمعلوماتية (الانترنت)، المفهوم والنظام القانوني (٢٠٠٦) ٢٥ مجلة الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة 7.

<sup>٧٨</sup> لمزيد من المعلومات حول عدد النطاقات الوطنية المسجلة في قائمة (ISO 3166-1) يرجى زيارة موقعها الرسمي:

[http://www.iso.org/iso/english\\_country\\_names\\_and\\_code\\_elements](http://www.iso.org/iso/english_country_names_and_code_elements) visited on 22-3-2010

<sup>٧٩</sup> Dawn Osbourne Willoughby&Partners, Trademarks And The Internet, paper presented in the Trademark World Conference , 13<sup>th</sup> March 2000, the Berners, London 3



## المطلب الثاني

### تسجيل أسماء النطاق

لا تختلف إجراءات تسجيل أسماء النطاق من الناحية الفنية كثيراً باختلاف نوع النطاق المرغوب بتسجيله؛ إذ تتشابه إجراءات التسجيل الفنية على شبكة الانترنت بين أسماء النطاق العالية النوعية، و أسماء النطاق العالية الوطنية، مع مراعاة الشروط الخاصة التي تتطلبها النطاقات الوطنية للدول عند التسجيل. بالتالي سنتحدث في هذا المطلب عن: تسجيل أسماء النطاق العالية النوعية، ثم نتحدث عن تسجيل أسماء النطاق العالية\_الوطنية.

أولاً: تسجيل أسماء النطاق العالية النوعية (TLDS): بعد تحول استعمال شبكة الانترنت في الولايات المتحدة الأمريكية من الأغراض العسكرية إلى الاستعمالات المدنية؛ كان من الطبيعي أن تسيطر هذه الدولة، ممثلة بمؤسساتها الرسمية على إدارة شبكة الانترنت بشكل احتكاري،<sup>80</sup> فقد قامت مؤسسة حكومية أمريكية تُدعى (National Science Foundation)، بمنح حق توزيع أسماء النطاق العالية النوعية (.com, .org, .net)، مقابل رسم إلى شركة خاصة وحيدة، مقرها ولاية فرجينيا، تدعى شركة (Network Solutions Inc)، حيث تم منحها هذا الامتياز بموجب عقد تم إبرامه معها سنة (1993)،<sup>81</sup> وتم استثناء بعض النطاقات، مثل: (.mil)، من إطار عقد الامتياز هذا.<sup>82</sup>

<sup>80</sup> Chad Emerson, *Wasting time in cyberspace: The udrp's inefficient approach to ward arbitrating domain name disputes* (2004) 34 University of Baltimore law review 164

<sup>81</sup>Ed Krol, *The whole internet user's guide & catalog* (2<sup>nd</sup> O'reilly & Associates, Inc : Sebastopol Ca 1994) 14

<sup>82</sup>Benjamin Silbert, *Trademark law, icann, and domain name expiration* (2008) 36 Alpha Quarterly Journal 320

واظهر التطبيق العملي مساوئ سياسة التسجيل التي اتبعتها شركة (NSI)؛ حيث اعتمدت في تسجيل أسماء النطاق العالية على قاعدة (من يسجل أولاً يخدم أولاً) (First – Come, First – Served).<sup>83</sup> كما أنها لم تكن تكلف المسجل بتقديم إيه وثائق تثبت أحقيته باسم النطاق المراد تسجيله، ولم يكن لها دور رقابي على تسجيل هذه الأسماء ، ما ساعد على ظهور ما يسمى: بقرصنة أسماء النطاق (Cybersquatters)، الذين استغلوا هذه القاعدة، وقاموا بتسجيل أسماء نطاق تتضمن علامات تجارية مملوكة للغير.<sup>84</sup>

وكانت أول ضحية لهذه السياسة المنتقدة؛ شركة (ماكدونلدز) (MacDonald's) العالمية للوجبات السريعة، إذ لم تتمكن من تسجيل اسم النطاق الذي يتضمن علامتها التجارية على شبكة الانترنت وهو (www.Macdonalds.com)؛ لأن شخصاً طبيعياً سبقها في تسجيله، ولحسن حظها؛ كان الشخص صحفياً، يعمل في مجلة علمية متخصصة بتكنولوجيا المعلومات، وكان هدفه إظهار مساوئ النظام المتبع في التسجيل، حيث تنازل في نهاية الأمر عن اسم النطاق للشركة مقابل (٣٥٠٠) دولار تبرع بها لأحد المدارس في مدينه نيويورك.<sup>85</sup>

و نظراً لمساوئ هذا النظام، الذي شجع القرصنة على التعدي على العلامات التجارية – خاصة المشهورة منها<sup>86</sup> –؛ تم التحرك من قبل مالكو العلامات التجارية بإقامة دعاوى قضائية ضد المعتدين، وضد شركه (NSI)؛ ما أدى في النهاية إلى التفكير جدياً بإعادة النظر في سياسة

<sup>83</sup> Chad Emerson, *Wasting time in cyberspace: The udrp's inefficient approach to ward arbitrating domain name disputes* (2004) 34 University of Baltimore law review 165

<sup>84</sup> Lionel Jospin, *The internet and digital networks* (la documentation francaise : Paris 1998) 107

<sup>85</sup> Lisa M. Sharrock, *The future of domain name dispute resolution: crafting practical international legal solutions from within the udrp framework* (2001) 51 Duke law journal 820

<sup>86</sup> العلامة التجارية المشهورة هي تصميم مميز أو إشارة أو رمز أو كلمات أو مزيج مما ذكر، تعمل على خلق صورة في ذهن المستهلك لتعريف منتج أو خدمة وتمييزها عن مثيلاتها. ومع مرور الزمن، هذه الصورة للعلامة تحصل على مصداقية ورضى المستهلك من حيث الجودة أو مستوى الخدمة العالي. لمزيد من التفاصيل حول العلامات التجارية المشهورة انظر الموقع الالكتروني الآتي: <http://www.businessdictionary.com/definition/brand.html>

تسجيل أسماء النطاق على الانترنت، وإنهاء عقد امتياز شركة (NSI). وأثمرت الجهود التي قامت بها وزاره التجارة الأمريكية بالتعاون مع المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)،<sup>٨٧</sup> في العام (1997)، بإصدار توصيات بإحالة إدارة أسماء النطاق العالية إلى هيئة جديدة غير ربحية، تم تسميتها هيئة (الايكان)، وهي الهيئة التي تتولى تخصيص الأسماء والأرقام على شبكة الانترنت، وتم تأسيسها بالفعل عام (1999)، حيث أنها مثلت الكيان العالمي لمجتمع الانترنت، وذلك لإدارة وتنسيق الجوانب التقنية المتعلقة بأسماء النطاق على شبكة الانترنت، كما قامت هيئة (الايكان) باعتماد مسجلين جدد لتسجيل أسماء النطاق العالية النوعية (TLDs) عبر العالم،<sup>٨٨</sup> ويجب الإشارة إلى أن شركة (NSI) التي تعرف اليوم باسم (Verisign Global Registry Services)، ما زالت المسؤولة عن تسجيل أسماء النطاق العالية (.com)، و (.net) حتى الآن.<sup>٨٩</sup>

وتتلخص إجراءات تسجيل أسماء النطاق العالية النوعية وفق الآتي:

- أ- اختيار أحد المسجلين المعتمدين من قبل هيئة (الايكان)، المدرجين على موقعها الرسمي، الذي يقوم بدورة بالتأكد من إمكانية تسجيل اسم النطاق المرغوب فيه، أو عدم إمكانية تسجيله.
- ب- فتح حساب له مع الشركة المسجلة يتضمن معلومات عنه: (اسمه الشخصي، اسم عائلته، عنوانه، رقم هاتفه، بريده الإلكتروني،...الخ)؛ واختيار اسم مستخدم خاص به (login user)؛ وكلمة سر؛ حتى يستطيع معاودة الدخول للحساب مرة أخرى.
- ج- بعد التأكد من أن اسم النطاق غير مسجل من السابق؛ يقوم بتعبئة طلب التسجيل الذي

<sup>٨٧</sup> لمزيد من التفاصيل حول منظمة (الويبو) يرجى مراجعة المطلب الأول المبحث الثاني من الفصل الثاني ض ٧٤ من هذه الدراسة.

<sup>٨٨</sup> Reece Roman, *What if Ican't?: Can the united natiots really save the internet* (2007) 15 Syracuse science & technology law reporter 31

<sup>٨٩</sup> Martin B. Schwimmer, "Domain Name And The Commercial Market in Lisa E. Criatal&Neal S. Greenfield, *Trademark Law & The Internet* (2 INTA : New York 2001) 7

يتضمن معلومات شخصية عن الطالب، ووسائل الاتصال به، واسم النطاق المرغوب تسجيله.

وطريقة تسديد رسوم التسجيل، عادة ما تكون بواسطة بطاقة ائتمان.<sup>90</sup>

د- إعلان الموافقة من قبل الراغب في تسجيل اسم النطاق، على بنود اتفاقية التسجيل، بينه وبين المسجل.

ه- يتم إرسال رسالة لطالب التسجيل عبر البريد الإلكتروني، تطلب منه مراجعة المعلومات التي دونها، وبعد التأكد من صحة المعلومات، وتحصيل رسم التسجيل، يمنح طالب التسجيل اسم النطاق الذي يرغب في تسجيله.<sup>91</sup>

**ثانياً: تسجيل أسماء النطاق العالية الوطنية (ccTLDs):** ذكرنا أعلاه أن تسجيل أسماء النطاق العالية الوطنية يتم حسب الشروط والإجراءات الخاصة بكل دولة من الدول والأقاليم. والملاحظ أن إجراءات تسجيل أسماء النطاق الوطنية من الناحية الفنية لا تختلف كثيراً عن إجراءات تسجيل أسماء النطاق العالية؛ إذ يختار الشخص النطاق الوطني الذي يرغب التسجيل فيه، وهذا يشمل فقط النطاقات الوطنية المفتوحة المتاحة للجميع، ثم يُطَّلَع على طلب التسجيل، وشروطه على موقع الجهة المخولة رسمياً بإدارة النطاق، بعد أن يتأكد أن اسم النطاق المطلوب تسجيله غير محجوز لشخص آخر، وذلك من خلال قاعدة البيانات المتوفرة على موقع جهة التسجيل، وبعد التأكد من صحة المعلومات، ودفع الرسم؛ يتم منحه اسم النطاق المرغوب ضمن النطاق

<sup>90</sup> رامي علوان، المنازعات حول العلامات التجارية، و أسماء مواقع الانترنت (٢٠٠٥) ٢٢ مجلة الشريعة والقانون

<sup>91</sup> Adam Greenfield, *reviving the distinction between inrem and in personam jurisdiction by way of the anticybersquatting consumer protection act* (2007) 35 Alpla quarterly journal 37

## الوطني المختار.<sup>٩٢</sup>

بعد بيان إجراءات التسجيل بشكل عام؛ سنعرض في هذا المطلب تسجيل أسماء النطاق ضمن النطاق الوطني الفلسطيني، إضافة إلى نطاقين وطنيين لدولتين عربيتين، هما: النطاق الوطني الأردني، والنطاق الوطني المصري، وذلك لتوضيح اختلاف سياسات التسجيل ضمن النطاقات الوطنية للدول، إذ يرجع هذا الاختلاف إلى عدة عوامل؛ منها النظام السياسي السائد؛ والسياسات الاقتصادية لهذه البلدان وغيرها من العوامل التي تؤثر في سياسات التسجيل ضمن النطاقات الوطنية للدول.

### ١- النطاق الوطني الفلسطيني

بعد سنوات من العمل الدؤوب مع المؤسسات الدولية المعنية، ومنظمة الأمم المتحدة في نيويورك، وبمشاركة العديد من المؤسسات، والمنظمات، والكفاءات، والخبرات الفلسطينية في الداخل والخارج؛ تم منح فلسطين نطاقها الوطني الخاص على شبكة الانترنت (.ps). ولتحقيق هذا الوجود المتميز، وإدارة النطاق الفلسطيني للإنترنت؛ تم تأسيس الهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت (بنينا) (Palestinian National Internet Naming Authority) (PININA)، بموجب القرار الرئاسي رقم (20) لسنة (2001)، والقرار الرئاسي رقم (59) لسنة (2001) المعدل للقرار الرئاسي الأول،<sup>٩٣</sup> تجسيداً للشراكة الحقيقية بين مختلف القطاعات الفاعلة، والمؤثرة في مجال الإنترنت في فلسطين.<sup>٩٤</sup>

يتكون مجلس إدارة الهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت من اثني عشرة عضواً؛ يمثلون

<sup>٩٢</sup> رامي علوان، المنازعات حول العلامات التجارية، وأسماء مواقع الانترنت (٢٠٠٥) ٢٢ مجلة الشريعة والفنون ٣٦٠

<sup>٩٣</sup> تم نشر هذان القراران في الوقائع الفلسطينية في العدد (٤٦) بتاريخ ١٦-٨-٢٠٠٣

<sup>٩٤</sup> المادة (٢) من النظام الداخلي للهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت.

القطاعات الحكومية، ومجتمع الانترنت في فلسطين، وهي: وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات رئيساً، وزارة التخطيط، وزارة الاقتصاد الوطني، وزارة المالية، وزارة التربية والتعليم العالي، وممثلون عن اتحاد شركات أنظمة المعلومات، وشركات مزودي خدمات الإنترنت، ومجتمع الإنترنت المحلي، وشركات الاتصالات؛ إضافة إلى ممثل عن الهيئات القانونية الفلسطينية "نقابة المحامين الفلسطينيين".<sup>95</sup> وتتخذ الهيئة من مدينة القدس مقراً رئيسياً لها، وتحدد مقراً مؤقتاً لها في أي مدينة فلسطينية (مدينة غزة حالياً).<sup>96</sup>

وتتمثل رسالة الهيئة الأساسية في ما يلي:

- وضع الأسس، والقواعد، واللوائح، والقيام بكافة الأعمال المتعلقة بإدارة النطاقات، وتسجيلها، ضمن النطاق الفلسطيني للانترنت (.PS ccTLD).
- المساهمة في وضع القوانين، ورسم السياسات التي تضبط استخدامات الانترنت، وتطورها وتشجعها، وتميئتها في فلسطين؛ وذلك وفق ما يتماشى مع المصلحة العامة.
- دعم التعاون المثمر بين مختلف قطاعات الاقتصاد الفلسطيني، والعمل في أجواء شراكة حقيقية بين القطاعين: العام، والخاص لخدمة قطاع المعلوماتية في فلسطين.
- المساهمة في رسم السياسات الخاصة باستخدام الانترنت، وتطويره في فلسطين.<sup>97</sup>
- وقد بين النظام الداخلي للهيئة أهدافها، حيث ورد في هذا النظام على النحو الآتي:
- دور الهيئة في تحديد السياسات، والقواعد، وطريقة تسجيل النطاقات، ضمن النطاق الفلسطيني للانترنت بشكل مباشر، أو ضمن النطاقات المتفرعة عنها.

<sup>95</sup> المادة (5) من النظام الداخلي للهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت.

<sup>96</sup> المادة (3) من النظام الداخلي للهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت.

<sup>97</sup> <http://www.pnina.ps/arabic/about-a.html> Visited on 22-9-2009

- التعاقد مع الشركات المؤهلة لتسجيل النطاقات، واعتمادها كمسجلين معتمدين لدى الهيئة.
- تطوير آليات فض النزاعات، وحل المشاكل المتعلقة بأسماء النطاق، وحقوق الملكية الفكرية، وتقليل الحالات المحالة إلى القضاء.
- البقاء على اتصال مع المنظمات العالمية للتطابق مع أفضل الممارسات العالمية في إدارة النطاقات الوطنية.<sup>98</sup>

إضافة إلى ذلك، تحتفظ الهيئة بقاعدة بيانات تسجيل بطريقة آمنة يمكن الاعتماد عليها، كما تعمل الهيئة على توفير المعلومات فيما يتعلق بالأسماء المسجلة، من خلال خدمة البحث، بما يتماشى مع المعايير الدولية المتبعة لحماية الخصوصية؛ وتدير جميع الاتصالات، والمعاملات، والشؤون الإدارية، والمالية، والفنية، المتعلقة بعملية التسجيل.<sup>99</sup>

وتتلخص إجراءات التسجيل ضمن النطاق الوطني الفلسطيني بالآتي:

- 1- على الراغب في التسجيل ضمن النطاق الوطني الفلسطيني الدخول للموقع الرسمي للهيئة، والإطلاع على بنود اتفاقية التسجيل التي تتضمن سياسة التسجيل ضمن النطاق الفلسطيني.
- 2- بعد الإطلاع على شروط اتفاقية التسجيل على الراغب في التسجيل، فحص إمكانية تسجيل اسم النطاق المطلوب، ضمن قاعدة البيانات الموجودة على موقع الهيئة.<sup>100</sup>
- 3- اختيار أحد المسجلين المعتمدين لتسجيل اسم النطاق من خلاله، ويوجد حالياً ( ٦٤ ) مسجلاً معتمداً محلياً ودولياً.
- 4- تعبئة طلب التسجيل من خلال المسجل المعتمد، وإعلان الموافقة على شروط اتفاقية التسجيل، ودفع الرسم الخاص بالتسجيل.

<sup>98</sup> المادة (٤) من النظام الداخلي للهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الإنترنت.

<sup>99</sup> <http://www.pnina.ps/arabic/about-a.html> Visited on 22-9-2009

<sup>100</sup> <http://www.pnina.ps/registration/registration-a.html> Visited on 28-4-2010

٥- بعد ذلك، يتم إعلام طالب التسجيل؛ من خلال المسجل المعتمد عن قبول التسجيل، أو الرفض مع بيان الأسباب.<sup>١٠١</sup>

ويلاحظ أن تسجيل أسماء النطاق، ضمن النطاق الوطني الفلسطيني، لا يعطي أي حقوق قانونية، أو ملكية لهذا الاسم، بل هو عبارة عن عنوان رمزي يستخدم على الانترنت،<sup>١٠٢</sup> كما لا يسمح بتسجيل الأسماء ذات الطبيعة الخاصة، مثل: أسماء الدول، والمدن، والديانات، أو ما شابهها من الأسماء المحمية أو المستثناة والموجودة في قاعدة البيانات الخاصة بذلك لدى الهيئة، أو الأسماء التي تحتوي على كلمات غير لائقة، أو تتنافى مع الآداب، أو القوانين والأعراف المعمول بها في فلسطين،<sup>١٠٣</sup> وينطبق هذا النص على اللغتين العربية والإنجليزية.

وتعتمد الهيئة سياسة تسجيل أسماء النطاقات حسب أسبقية وصولها إليها؛ بعد استيفائها لجميع شروط التسجيل وقواعده.<sup>١٠٤</sup> والنطاق الوطني الفلسطيني مفتوح للجميع من حيث المبدأ؛ إذ إنه متاح للأشخاص داخل وخارج فلسطين؛ إذ يجوز لأي شخص أجنبي التسجيل فيه، ويجوز للكيان الواحد تسجيل أي عدد من النطاقات التي يرغب فيها ضمن النطاق الفلسطيني، كما يجب أن يتكون اسم النطاق الواحد من

(٣-٢٤) حرفاً، ولا يجوز أن يكون اسم النطاق أحد العلامات التجارية المحلية، أو العالمية المسجلة، كما لا يجوز استخدام الاسم في أي نشاط محظور، أو منافٍ للقانون والآداب المرعية في فلسطين.<sup>١٠٥</sup> ويجوز للهيئة إلغاء تسجيل اسم نطاق معين في النطاق الفلسطيني، أو إيقافه

<sup>١٠١</sup> لمزيد من التفاصيل حول إجراءات التسجيل انظر موقع للهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت الرسمي:

<http://www.pnina.ps/registration/registration-a.html>

<sup>١٠٢</sup> المادة (٢٩) من النظام الداخلي للهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت.

<sup>١٠٣</sup> المادة (٣٠) من النظام الداخلي للهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت.

<sup>١٠٤</sup> المادة (٣١) من النظام الداخلي للهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت

<sup>١٠٥</sup> [www.pnina.ps](http://www.pnina.ps) Visited on 18-10-2009



في أي وقت، في إحدى الحالات التالية:<sup>١٠٦</sup>

- إذا اكتشفت أن أي من المعلومات المزودة للهيئة غير كاملة، أو غير صحيحة، أو غير دقيقة.

- عند وجود أي تجاوز، أو خرق من قبل مقدم الطلب لأي من المواد الموجودة في هذا النظام، أو ما يصدر عنه من قواعد وأنظمة.

- عند حدوث نزاع على تسجيل اسم نطاق معين، والبت به حسب الإجراءات.

- إذا تم التثبت من أن الغرض من تسجيل اسم النطاق، المتاجرة لاحقاً (بيعاً أو تأجيراً)، أو الاستفادة المادية أو المعنوية من اسم النطاق لغير الجهة المسجل باسمها.

- إذا كانت المحتويات التي يشير لها الموقع مخالف للقانون المعمول به في فلسطين، وعند تلقي طلب من جهة قضائية بحذف نطاق معين، أو إيقافه.

ويؤخذ على سياسة التسجيل ضمن النطاق الوطني الفلسطيني إتباعها سياسة تسجيل أسماء النطاق دون التدقيق في ملكيتها، أو تقديم ما يثبت هذه الملكية؛ مما يفتح المجال للتعدي على العلامات التجارية غير المسجلة لديها،<sup>١٠٧</sup> وهناك خاصية تميز النطاق الوطني الفلسطيني عن غيره من النطاقات، وهي أنه مفتوح من حيث المبدأ للجميع داخل وخارج فلسطين.

<sup>١٠٦</sup> المادة (٣٣) من النظام الداخلي للهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت

<sup>١٠٧</sup> تم الاستفسار عن سياسة التسجيل ضمن النطاق الوطني الفلسطيني من قبل الباحث، عبر مكالمة هاتفية و البريد الالكتروني مع المدير العام لهيئة بينيتا بتاريخ ٢٠-٩-٢٠٠٩، الذي أفاد بأن النطاق الفلسطيني مفتوح للكافة، ولا يتم التحقق من ملكية العلامة عند التسجيل. وأفاد أيضاً بأن الهيئة قد منحت مالكي العلامات التجارية من خلال إعلان تم نشره على الموقع الالكتروني الرسمي لهيئة (بينيتا)، فترة حماية تمتد سنة واحدة من تاريخ الإعلان، وإنها غير مسؤولة عن أي تعدي على أي منها إذا لم يتم تسجيلها خلال فترة الحماية المعلن عنها.

ب- **النطاق الوطني الأردني**: يرمز له باللغة الانجليزية بالرمز (JO)، ويديره مركز تكنولوجيا المعلومات الوطني (NITC)، وهو مؤسسة حكومية مستقلة، يديره مجلس إدارة، يرأسه وزير الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.<sup>١٠٨</sup> وتسجيل أسماء النطاق ضمن النطاق الوطني الأردني، متاح لجميع الشركات، والمؤسسات، والأفراد التي لها مقر في الأردن. أما المؤسسات والشركات التي مقرها خارج الأردن؛ فيجب أن يكون لها وكيل، أو ممثل مرخص في الأردن، ومفوض رسمياً لتمثيل المؤسسة أو الشركة، ويعتبر الاسم ملكاً للمؤسسة أو الشركة، وليس للوكيل أو الممثل.

يعتمد النطاق الأردني على سياسة تسجيل تعطي الأولوية حسب أسبقية تقديم الطلب، والموافقة عليه من المركز دون تمييز، أو استثناء بين طلب وآخر. ويجب أن يكون اسم النطاق مطابقاً، أو مشتقاً من اسم الجهة التي ترغب بتسجيله، أو أن يكون إحدى علاماتها التجارية. كما يجب أن يكون الاسم المطلوب تسجيله لا يتعارض مع حقوق الآخرين من مسجلي الأسماء، ويجب أن يثبت مقدم طلب تسجيل اسم النطاق، أن الاسم ملك له من خلال الوثائق الرسمية، ولا يسمح باستخدام الاسم المطلوب بأي شكل من الأشكال في أمور مخالفة لقوانين المملكة الأردنية الهاشمية.<sup>١٠٩</sup>

يحق للمركز شطب اي اسم نطاق مسجل ضمن النطاق الوطني الأردني؛ وذلك:

- إذا كان الاسم المطلوب مشابهاً لاسم آخر مسجل محلياً أو عالمياً.

<sup>١٠٨</sup> لمزيد من المعلومات عن مركز تكنولوجيا المعلومات الوطني الأردني (NITC) يرجى زيارة الموقع الرسمي:

[http://www.dns.jo/about\\_us\\_a.aspx](http://www.dns.jo/about_us_a.aspx) visited on 28-4-2010

<sup>١٠٩</sup> لمزيد من التفاصيل حول سياسة التسجيل ضمن النطاق الوطني الأردني يرجى زيارة الموقع الرسمي:

[http://www.dns.jo/Registration\\_policy\\_a.aspx](http://www.dns.jo/Registration_policy_a.aspx) visited on 28-4-2010

- إذا رأى المركز أن الاسم المراد تسجيله يمكن أن يتسبب بإشكال قانوني مع أي اسم آخر، سواء أكان في السجل الوطني أو العالمي.
  - إذا كان الاسم المطلوب لا يتماشى مع الأخلاق، و القيم، والآداب العامة، ويحتوي على كلمات غير لائقة.
  - إذا كان الهدف من تسجيل الاسم هو البيع مرة أخرى أو الاتجار به، لا تكون الأسماء الشخصية مدعومة بوثائق رسمية تثبت أن الاسم علامة تجارية، ومسجلة لدى الجهات الرسمية.
  - إذا كان الاسم يسبب التباساً مع أسماء أخرى على الانترنت.
  - إذا كان الاسم يتعارض مع حقوق جهة أخرى.
- وفي حال نشوب نزاع حول اسم نطاق لا يدخل مركز تكنولوجيا المعلومات الوطني في حل أي نزاع قد ينشأ من استخدام أسماء نطاقات معينة بين طرفين، أو أكثر، أو أن يكون طرفاً للفصل في المنازعات الناشئة. ولا يقوم المركز بتنشيط النطاق المسجل محل النزاع لجهة معينة، وليس من مسؤولية المركز تدقيق توافر الاسم محل النزاع من مصادر غير أردنية. كما يلتزم مركز تكنولوجيا المعلومات الوطني بقرارات المحكمة دون تحيز لأي طرف أو جهة، و لا يتحمل مركز تكنولوجيا المعلومات الوطني مسؤولية انقطاع العمل، أو أية أضرار وخسائر مباشرة وغير مباشرة قد تتجم عن نزاعات استخدام الأسماء.
- وأخيراً يحق لمركز تكنولوجيا المعلومات الوطني رفض تسجيل الاسم أو تعليقه أو إلغائه من التسجيل، إذا نتج عنه قضايا قانونية.<sup>110</sup>

<sup>110</sup> [http://www.dns.jo/Registration\\_policy\\_a.aspx](http://www.dns.jo/Registration_policy_a.aspx) visited on 28-4-2010

ويلاحظ أن النطاق الوطني الأردني تديره هيئة حكومية، بعكس النطاق الوطني الفلسطيني الذي تديره هيئة مستقلة؛ مما يفسح المجال لإدارة النطاق بشكل أنجع؛ بعيداً عن تعقيدات التدخلات الحكومية، وإجراءات البيروقراطية. كما أن النطاق الأردني غير مفتوح لغير المقيمين في الأردن، بعكس النطاق الفلسطيني المفتوح للجميع دون قيود، ويجب الإشادة بسياسة حماية الملكية الفكرية ضمن النطاق الوطني الأردني، حيث يجب إثبات ملكية الاسم أو العلامة التجارية؛ حتى يتم الموافقة على التسجيل.

**ج- النطاق الوطني المصري:** يرمز له باللغة الانجليزية بالرمز (EG)، وتديره شبكة الجامعات المصرية،<sup>111</sup> من خلال قطاع تسجيل أسماء النطاقات (eg registry sector)، وتتبع شبكة الجامعات المصرية المجلس الأعلى للجامعات في وزارة التعليم العالي والدولة للبحث العلمي.<sup>112</sup> يشترط في الجهة طالبة التسجيل في النطاق الوطني المصري، أن تحمل الهوية المصرية، ويمكن تسجيل أسماء النطاق للشركات، أو الهيئات التي لا تمتلك مقراً داخل جمهورية مصر العربية، شرط أن يوجد لها ممثل أو وكيل معتمد داخل الجمهورية، هذا فيما يتعلق بالنطاق الوطني العالي، أما إذا رغبت الشركات، والكيانات الأجنبية أن تسجل أسماء نطاق ضمن النطاق الوطني المصري الثاني؛ فيجب أن يكون للجهة مقر داخل جمهورية مصر العربية، ولا يكتفي بوجود ممثل لها، أو وكيل داخل الجمهورية، كما يجب أن لا تقل مدة ممارسة الشركات، أو المؤسسات التجارية - الراغبة في التسجيل - للعمل في السوق المصري عن (١٠) سنوات.

<sup>111</sup> لمزيد من المعلومات عن شبكة الجامعات المصرية يرجى زيارة الرابط التالي:

<sup>112</sup> <http://www.eun.eg/wps/portal>  
<http://www.egregistry.eg/>

تعتمد شبكة الجامعات المصرية سياسة تسجيل على أساس أسبقية طلب التسجيل، كما هو الحال في النطاقين الأردني والفلسطيني، كما أن الشبكة لا تتحمل مسؤولية فض النزاعات على تسجيل أسماء النطاق، وهي ليست طرفاً في أي نزاع قانوني ينشأ عن المحتوى الخاص بالنطاق.

وقد راعى النطاق الوطني المصري المعايير الدولية لحماية حقوق الملكية الفكرية، فتسجيل اسم النطاق لا يعطي أي حقوق قانونية، أو ملكية فكرية لهذا الاسم؛ ولكنه يعطي ترخيصاً حصرياً باستخدام اسم النطاق لفترة محددة، وفي حالة تسجيل أسماء لعلامات تجارية يجب تقديم ما يفيد ملكية الجهة المسجلة لهذا الاسم، أو العلامة التجارية.<sup>١١٢</sup>

و يلاحظ أن النطاق الوطني المصري، كما هو الحال في النطاق الوطني الأردني قد حصر التسجيل بالكيانات، والأشخاص المصرية، أو الأشخاص المقيمة في مصر، على عكس النطاق الوطني الفلسطيني الذي اعتمد سياسة تسجيل أكثر تساهلاً فيما يتعلق بجنسية طالب التسجيل، لأنه مفتوح للجميع، بغض النظر عن جنسية الطالب، كما راعى المعايير الدولية لحماية حقوق الملكية الفكرية كما فعل النطاق الوطني الأردني. والملاحظ أن النطاق الوطني الفلسطيني راعى حقوق الملكية الفكرية من الناحية النظرية؛ حيث لا يتم تسجيل أسماء نطاق تحوي علامات تجارية عالمية شهيرة، إلا أنه لم يتشدد كما فعل نظيره: المصري، والأردني في التطبيق العملي، حيث يجوز لأي شخص أن يسجل اسم نطاق يحمل علامة تجارية للغير دون التحقق من ملكيته لهذه العلامة من قبل هيئة مسميات الانترنت (بينينا).

<sup>١١٢</sup> لمزيد من المعلومات حول قواعد وسياسات التسجيل ضمن النطاق الوطني المصري انظر الموقع الرسمي:

<http://www.egregistry.eg/policies..html>

## المبحث الثاني

### مظاهر التعدي على العلامات التجارية الناتج عن إساءة تسجيل أسماء

#### النطاق على شبكة الانترنت

أدى تعاظم دور وأهمية أسماء النطاق على شبكة الانترنت، إلى ارتفاع القيمة المالية لها، وخاصة أسماء النطاق التي تمثل الكيانات التجارية وما يرتبط بها من علاماتها التجارية على شبكة الانترنت، ما أغرى قراصنة الشبكة (cybersquatters) التعدي على هذه العلامات - خاصة المشهورة منها-<sup>114</sup> حيث أنهم بادروا إلى تسجيل أسماء نطاق تحوي علامات تجارية مملوكة للغير، ولم يتنازلون عن أسماء النطاق التي تحوي هذه العلامات التجارية إلى مالكيها، إلا بعد دفع مبالغ مالية مقابل ذلك.

وإدراكاً لخطورة ظاهرة قرصنة العلامات التجارية على شبكة الانترنت؛ بدأ مالكو العلامات التجارية التصدي لهذه الظاهرة، وخاضوا معركة قانونية مع قراصنة الشبكة، وذلك لاسترداد أسماء النطاق التي تحوي علاماتهم وأسمائهم التجارية إليهم، واستخدامها على الشبكة لتمثيل كياناتهم، و بضائعهم، وخدماتهم. إذ إن مطابقة اسم نطاق أو مشابهته لعلاماتهم التجارية على الشبكة؛ يشكل انتهاكاً لهذه العلامات التجارية. فاسم النطاق الذي يحوي علامة تجارية عائدة لشركة من الشركات، يعطي دلالة لدى المستخدم بأن هذا الموقع يعود لتلك الشركة، وأن البضائع

<sup>114</sup> العلامة التجارية المشهورة هي تصميم مميز أو إشارة أو رمز أو كلمات أو مزيج مما ذكر، تعمل على خلق صورة في ذهن المستهلك لتعريف منتج أو خدمة وتمييزها عن مثيلاتها. ومع مرور الزمن، هذه الصورة للعلامة تحصل على مصداقية ورضا المستهلك من حيث الجودة أو مستوى الخدمة العالي. لمزيد من التفاصيل حول العلامات التجارية المشهورة انظر الموقع الإلكتروني الآتي:

والخدمات المقدمة من خلاله، هي نفسها تلك البضائع والخدمات التي تميزها تلك العلامة التجارية، والتي نالت ثقة المستهلكين من خلال تعاملهم مع البضائع أو الخدمات التي تمثلها تلك العلامة.<sup>115</sup>

و يبرز شكلان رئيسيان للتعدي على العلامات التجارية عن طريق إساءة تسجيل أسماء النطاق، يتمثل الشكل الأول في تسجيل اسم نطاق يطابق علامة تجارية؛ أما الشكل الثاني، فيتمثل في تسجيل اسم نطاق يشابه علامة تجارية. هذان الشكلان من التعديات سيكونان محل البحث في مطلبين مستقلين، في هذا المبحث من الدراسة.

### المطلب الأول

#### تسجيل اسم نطاق مطابق لعلامة تجارية (Cybersquatting)

الغالبية العظمى من منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق على شبكة الانترنت، تأتي نتيجة إساءة تسجيل اسم نطاق يطابق علامة تجارية معينة؛ حيث يعتبر هذا النوع أكثر الأنواع انتشاراً، ويرجع ذلك إلى عدم إدراك الشركات والمؤسسات العالمية؛ لأهمية تسجيل أسماء نطاق تطابق أسماءها وعلاماتها التجارية على شبكة الانترنت عند ظهورها؛ حيث تأتي معظم التعديات والنزاعات التي تواجه مالكي العلامات التجارية على شبكة الانترنت من هذه الظاهرة المسماة قرصنة أسماء النطاق (Cybersquatting).<sup>116</sup>

<sup>115</sup> خالد التلاحمة، النزاعات بين العلامات التجارية وأسماء النطاق على شبكة الانترنت (٢٠٠٥) ١٩-٢ مجلة جامعه النجاح

<sup>116</sup> Roy J. Girasa: *cyberlaw national and international perspectives* (upper saddle rive:new: jersey 2002) 224

يمكن تعريف هذا النوع من التعدي، بأنه: " تسجيل شخص ما - المعتدي - (Cybersquatter) اسم نطاق، معين يحوي علامة تجارية - غالبا - مشهورة؛ بحيث يحتفظ بهذا الاسم لابتزاز مالك العلامة التجارية؛ لدفع مبلغ مالي له؛ مقابل التنازل عن اسم النطاق المسجل من قبله".<sup>117</sup> وليس لمالك العلامة التجارية سوى الاختيار بين أمرين: إما أن يشتري اسم النطاق مقابل بدل مالي يحدده المعتدي، أو اللجوء للقضاء الوطني لدولته.<sup>118</sup> وقد يكون للمعتدي هدف آخر لا يتعلق بالمال؛ يتمثل بمنع مالك العلامة الأصلي من استخدامها على الشبكة لأغراض المنافسة غير المشروعة، وفي هذه الحالة لا يكون أمام مالك العلامة التجارية إلا أن يسجل اسم نطاق آخر، أو اللجوء للقضاء لاستعادة اسم النطاق المطابق لعلامته التجارية.<sup>119</sup>

و يمكن تصور هذه الحالة بين شركتين متنافستين، تعملان في مجال واحد؛ حيث تقوم إحدى الشركتين بتسجيل العلامة التجارية العائدة للشركة المنافسة كاسم نطاق لها؛ لحرمان الشركة المنافسة مالكة العلامة من تسجيل اسم نطاق يتضمن علامتها التجارية،<sup>120</sup> وهذا ما حصل فعلاً في النزاع بين شركة (Indiana Music And Stone LLC)، وشركة (Keith Farm Market)؛ حيث أدعت شركة (Indiana Music And Stone LLC) بأن شركة (Keith Farm Market) قامت بتسجيل اسم النطاق (indianamulch.com)؛ الذي يحوي علامتها التجارية على الانترنت، ما حرم الشركة مالكة العلامة الأصلية (المشتكية) من تسجيل اسم نطاق يتضمن علامتها التجارية، وقد اشترطت الشركة المعتدية للتنازل عن اسم النطاق، الحصول على

<sup>117</sup> Mairead Moore, *cybersquatting: prevention better than cure?* (2009) 17 internet journal of law and information technology 223

<sup>118</sup> <http://www.aldea.com/cix/maher.html> Visited on 27-2-2008

<sup>119</sup> Matthew Sandeson, *Candidates, squatters, and grippers: a primer on political cybersquatting and a proposal for reform* (2009) 8 Election law journal 7

<sup>120</sup> Adam Greenfield, *reviving the distinction between in rem and in personam jurisdiction by way of the anticybersquatting consumer protection act* (2007) 35 Alpla quarterly journal 41



مبلغ (٥٠) ألف دولار أمريكي. لكن الشركة المشتكية رفضت الخضوع لابتزاز الشركة المعتدية، وتم الاتفاق بينهما على عرض النزاع على هيئة تسوية، تابعة لمركز التحكيم (NAF)،<sup>١٢١</sup> الذي قرر إعادة اسم النطاق الذي يحوي العلامة التجارية موضوع النزاع لشركة (Indian)؛ لتوافر سوء النية لدى الشركة المعتدية، ومخالفة هذا التصرف لقواعد المنافسة المشروعة.<sup>١٢٢</sup> كما يمكن أن تكون الشركتان غير متنافستين، وتنتج كل منهما أو تبيع، منتجات أو خدمات مختلفة عن الشركة الأخرى.<sup>١٢٣</sup>

من القضايا المتعلقة أيضاً بهذا النوع من التعدي: قيام شركة مطاعم (Benihana of Tokyo)، باسترجاع اسم النطاق المسجل من أحد القراصنة، الذي يتضمن علامتها التجارية تحت اسم (Benihana of Tokyo.com)، رغم أنها لا تستخدم علامتها التجارية كاسم نطاق على الانترنت؛ حيث وجد مركز التسوية التابع لهيئة (الايكان) أن اسم النطاق المتنازع عليه يطابق العلامة التجارية للشركة المدعية، وأن المسجل لم تكن له مصلحة مشروعة من هذا التسجيل، وتوافر سوء النية لديه.<sup>١٢٤</sup>

في بريطانيا، قامت شركة تدعى (واحد في المليون) (One In A Million)،<sup>١٢٥</sup> بتسجيل مجموعة من أسماء النطاق؛ أملاً في بيعها لمالكيها الأصليين، منها: أسماء النطاق (Marksandspencer.com) و (Marhsandspencer.co.uk)، و (Virgin.org)، وغيرها

<sup>١٢١</sup> منتدى التحكيم الوطني (NAF)، تم اعتماده من قبل هيئة (الايكان) بتاريخ ١-١٢-١٩٩٩، كمركز معتمد رسمياً لتسوية منازعات أسماء النطاق. لمزيد من التفاصيل حول هذا المنتدى انظر الموقع الرسمي التالي:

<sup>١٢٢</sup> لمزيد من المعلومات حول هذا النزاع الرجاء مراجعة الرابط التالي:

<http://domain.adrforum.com/domains/decisions/93676.htm> visited on 1-3-2009

<sup>١٢٣</sup> رامي علوان، المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء مواقع الانترنت (٢٠٠٥) ٢٢ مجلة الشريعة والفنون ٢٩٨

<sup>١٢٤</sup> لمزيد من المعلومات حول هذا النزاع، الرجاء مراجعة الرابط التالي:

<http://www.asil.org/ilib0308.cfm> visited on 22-3-2009

<sup>١٢٥</sup> للاطلاع على تفاصيل هذا النزاع يرجى مراجعة الرابط التالي:

<http://www.ipit-update.com/passoff01.htm> visited on 23-3-2009

من أسماء النطاق التي تتضمن علامات، وأسماء تجارية شهيرة، إذ ادعت الشركة المسجلة أن مجرد تسجيل هذه العلامات والأسماء لا يعد تعدياً على الشركات ذات العلاقة؛ إلا أن محكمه الاستئناف في لندن رفضت هذه الحجج والادعاءات، واعتبرت أن هناك تعدياً واضحاً على العلامات التجارية؛ لأنها تمثل مزيف لمالكي العلامات التجارية على الانترنت؛ مما يؤدي إلى تضليل الجمهور والتباسهم، كما ثبت للمحكمة توافر سوء النية لدى الشركة المسجلة<sup>١٢٦</sup> في هذا السياق؛ يجب التنويه إلى أن مفهوم الحماية القانونية للعلامات التجارية على شبكة الانترنت في بداية ظهور النزاعات، ليست بالضرورة مسألة صعبة، أو مستعصية الحل؛ خاصة بعدما تمكن القضاء من إرساء مبادئ قانونية حول المسألة، بعد نظر عدة نزاعات في ظل غياب تشريعات تتعلق بالموضوع، على الأقل في الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا،<sup>١٢٧</sup> فهناك سوابق قضائية في الولايات المتحدة الأمريكية، تمكن من خلالها مالك العلامة أو الاسم التجاري من استرجاع اسم النطاق المطابق لعلامته التجارية، حتى وإن كان مالك العلامة التجارية الأصلي يستخدم اسم نطاق لا يتضمن علامته التجارية على الانترنت؛ وذلك إذا كان مسجل اسم النطاق المعتدي سيئ النية، أو لم تكن له مصلحة مشروعة أو حقيقية من تسجيله.<sup>١٢٨</sup>

<sup>١٢٦</sup> Dawn Osbourne Willoughby&Partners , *Trademarks And The Internet*, paper presented in the Trademark World Conference , 13<sup>th</sup> March 2000, the Berners, London 5

<sup>١٢٧</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذه المبادئ، انظر: المطلب الثاني الخاص باجتهااد القضاء الأمريكي، في الفصل الثاني ص ٤١ من هذه الدراسة.

<sup>١٢٨</sup> Dawn Osbourne Willoughby&Partners , *Trademarks And The Internet*, paper presented in the Trademark World Conference , 13<sup>th</sup> March 2000, the Berners, London 5-6

## المطلب الثاني

### تسجيل اسم نطاق مشابه لعلامة تجارية (Typo squatting)

يُطلق على هذا النوع من التعدي أيضاً: (URL Hijacking)، يتمثل هذا الشكل من القرصنة بتسجيل المعتدي اسم نطاق مشابه لعلامة تجارية - غالباً - مشهورة؛ بهدف الحصول إما على مكاسب مالية غير مشروعة، أو تشويه سمعة مالك العلامة الأصلي (cyber smearing).<sup>129</sup>

تتمثل الحالة الأولى، التي يهدف فيها المعتدي الحصول على مكاسب مالية غير مشروعة، على احتمالية خطأ عدد من مستخدمي شبكة الانترنت في طباعة موقع شركة معينة يمتاز بحركة دخول كثيفة من قبل المستخدمين،<sup>130</sup> فيقوم بإدخال تعديل طفيف على اسم النطاق الذي يحوي العلامة التجارية؛ وذلك بإضافة حرف أو كلمة، أو إنفاصهما على العلامة التجارية المستهدفة.<sup>131</sup>

مثال ذلك: أن يقوم المعتدي بتسجيل اسم النطاق (www.yafoo.com)، بدلاً من (www.yahoo.com)، أو تسجيل اسم النطاق (www.misrosoft.com)، بدلاً من (www.microsoft.com)، ويهدف المعتدي في هذا النوع من التعدي إلى تحويل مستخدمي الشبكة إلى موقع آخر، غير الموقع الحقيقي المنشود؛ للاستفادة من سمعة العلامة التجارية، وجلب المستخدمين إلى موقعه الإلكتروني بدل الموقع المنشود؛ وذلك لبيع بضائعه، أو خدماته، على حساب بضائع أو خدمات مالك العلامة الأصلي.<sup>132</sup>

من الأمثلة على هذا النوع من القرصنة: النزاع بين شركة (Marks&spencer)،

<sup>129</sup> Jonathan Ward, *The rise and fall of internet fences: the overbroad protection of the anticybersquatting consumer protection act* (2001) 5 Marquette intellectual property law review 217

<sup>130</sup> Elizabeth Flanagan, *No free parking: obtaining relief from trademark-infringing domain name parking* (2008) 98 the trademark repoter 1160

<sup>131</sup> رامي علوان، المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء مواقع الانترنت (٢٠٠٥) ٢٢ مجلة الشريعة والفنون ٢٧٥

<sup>132</sup> Timothy Marsh, *Shield v. Zuccarini: The role of the anticybersquatting consumer protection act in fighting typosquatting* (2002) 33 University of Toledo law review 684

والمدعو (Graig Cattrell)؛ حيث قام هذا الأخير بتسجيل تسعة أسماء نطاق مشابهة للعلامة التجارية الخاص بالشركة المشتكية منها (Marks&Spencers.com)؛ أي: بإضافة حرف (s) إلى اسم النطاق الأصلي، وكان هدفه الاحتيال على زبائن الشركة مالكة العلامة؛ بإيهامهم بأن هناك خللاً في موقع الشركة الإلكتروني، بتعذر معه الدفع ببطاقات الائتمان الخاصة بهم على موقع الشركة الأصلي، وطلب منهم تزويده بمعلومات تفصيلية عن بطاقاتهم الائتمانية عن طريق إرسال بريد الكتروني إلي موقعه المزيف، مستغلاً هذه المعلومات لتحقيق مكاسب مالية غير مشروع. وقررت المحكمة التي نظرت النزاع – في النتيجة – انتزاع المواقع الشبيهة من المعتدي، وحبسه؛ مبررة قرارها؛ بتوافر سوء النية لدى المشتكى عليه، وتحقيقه كسباً غير مشروع نتيجة أعماله الاحتيالية، و توافر عنصر اللاتباس الذي وقع فيه الزبائن.<sup>133</sup>

في قضية أخرى: قام أحد القراصنة، يدعى (Sergey Gridasov) من مدينة (بترس بيرغ) الروسية، بتسجيل أسماء النطاق: (Gookle.com)، و (Ghoogle.com)، و (Google.com)؛ من أجل استغلال سمعة آلية البحث الشهيرة (Google)، واستثمارها لجني أرباح مالية لصالحه، بحيث كان المستخدم الذي يخطئ في طباعة اسم النطاق (Google)، يدخل إلى أحد هذه المواقع التي كانت تزود المستخدم ببرنامج، يسمى: (malwe)، يعمل على مسح بيانات، وبرامج من جهاز حاسوب المستخدم، أو تزويد حاسوبه بمعلومات حساسة جداً، وقد اعتبرت هيئة التسوية التابعة لمركز (NAF)، أن الشخص المشتكى عليه معتدياً على شركة (Google)؛ لتوافر سوء النية لديه؛ ولتحقيقه كسباً غير مشروع على حساب سمعة علامة الشركة المشتكية، إضافة لإتلاف قاعدة البيانات الخاصة بحواسيب المستخدمين؛ عن طريق نقل الفيروسات

<sup>133</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذا النزاع ، الرجاء مراجعة الرابط التالي:

لحواسيبهم؛ ما أدى لإتلافها.<sup>١٣٤</sup>

أما الحالة الثانية (Cyber smearing)، التي يهدف فيها المعتدي إلى تشويه سمعة مالك العلامة الأصلي من خلال تسجيل مواقع على الانترنت، تتضمن أسماء نطاق تشابه العلامة التجارية لهذه الشركة أو الشخص المعين؛<sup>١٣٥</sup> تتمثل بقيام المعتدي بتضمين هذه المواقع المشابهة، محتويات تشوه سمعة مالك العلامة الأصلي، مثل: عرض مواد إباحية أو أي وسائل تشويهية أخرى، ويمكن للمعتدي استخدام عدة وسائل لخدمة مآربه في هذا الشكل من التعدي، منها: استعمال البريد الإلكتروني، أو الرسائل الإلكترونية، أو أي وسائل أخرى،<sup>١٣٦</sup> كما قد تتعدد دوافع المعتدي في هذا النوع من التعدي، فقد تكون دوافع سياسية، أو احتجاجية، أو مجرد احتيال.<sup>١٣٧</sup>

من الأمثلة على هذا النوع من التعدي: تعرض قناة الجزيرة الإعلامية - وموقعها على الشبكة هو (www.al-jazeera.net) - للقرصنة من قبل حكومة الولايات المتحدة الأمريكية أثناء الحرب على العراق في عام (٢٠٠٣)؛ حيث تولت شركة (Network Solutions)، المسؤولة عن تسجيل النطاق العالي (.net)<sup>١٣٨</sup> وضع موانع (blocks)، تمنع المستخدم من الدخول إلى موقع الجزيرة على شبكة الانترنت، فإذا لم تنجح الموانع، يتم تحويل المستخدم - أوتوماتيكياً - إلى موقع آخر عند محاولة دخول موقع الجزيرة الإلكتروني؛ وذلك عن طريق استعمال اسم نطاق مشابه له، وهو (www.al-jazeera.net)؛ أي: بإضافة حرف (z) باللغة الإنجليزية إلى الاسم

<sup>١٣٤</sup> لمزيد من المعلومات حول قرار التحكيم، راجع الموقع التالي:

<http://www.adrforum.com/domains/decisions/474816.htm> visited on 2-3-2009

<sup>١٣٥</sup> Scot Wilson, *Corporate criticism on the internet: the fine line between anonymous speech and cybersmear* (2002) 29 Pepperdine law review 335-336

<sup>١٣٦</sup> Roger Rosen, Charles Rosenberg, *Suing anonymous defendants for internet defamation* (2001) 19 Los Angeles lawyer 20

<sup>١٣٧</sup> رامي علوان، *المنازعات حول العلامات التجارية و أسماء مواقع الانترنت* (٢٠٠٥) ٢٢، مجلة الشريعة والفنون ٢٨١

<sup>١٣٨</sup> لمزيد من التفاصيل عن تسجيل النطاق العالي (.Net)، انظر: *المطلب الثاني المبحث الأول من الفصل الأول ص ٢١*.

الأصلي، فيجد المستخدم نفسه داخل موقع الكتروني آخر، يحتوي على قائمة مكونة من صور (٥٥) شخصية – من رموز النظام العراقي السابق – مطلوبة للجيش الأمريكي.<sup>١٣٩</sup> ومن الأمثلة أيضا على هذه الحالة: أن شابًا أمريكيًا، إسمه (روجرز كادنهيد)، سبق الفاتيكان، وقام بتسجيل موقع له باسم: (بنديكتوس السادس عشر) (BendictXVI.Com)، وهو اسم بابا الفاتيكان الجديد، حيث كان الوقت متأخرًا على الفاتيكان؛ ليخصص موقعاً ضمن النطاق العالي (.com)، باسم البابا الجديد (بنديكتوس السادس عشر)، وقد صرح الشاب الأمريكي أن هدفه ليس مادياً، ولا يرغب في بيع الموقع.<sup>١٤٠</sup>

<sup>١٣٩</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذه القضية، يرجى مراجعة الرابط التالي:

[http://news.cnet.com/2100-1002\\_3-1016447.html](http://news.cnet.com/2100-1002_3-1016447.html) visited on 2-3-2010

<sup>١٤٠</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذه القضية، يرجى مراجعة الرابط التالي:

Neil brown, *The arbitration of celebrity domain name disputes* from:

[http://www.adr.eu/inc/en/resource/arbitration\\_platform/article\\_en\\_1.pdf](http://www.adr.eu/inc/en/resource/arbitration_platform/article_en_1.pdf) visited on 13-3-2009

### المبحث الثالث

## التعدي على العلامات التجارية عن طريق إساءة استعمال أسماء النطاق على

### شبكة الانترنت

هناك أشكال أخرى من التعديات على العلامات التجارية على شبكة الإنترنت؛ نتيجة إساءة استعمال أسماء النطاق، لا تقل أهميه عن التعديات المتعلقة بإساءة تسجيل أسماء النطاق. وتشمل هذه التعديات فئتين هما: التعدي الناتج عن سوء استعمال أسماء النطاق التي تحوي علامات تجارية ضمن المواقع الالكترونية، والتعدي الناتج عن سوء استعمال أسماء النطاق التي تحوي علامات تجارية ضمن الربط الالكتروني، تشمل الفئة الأولى شكلين هما: سوء استعمال الرمز التعريفي للمواقع الالكترونية، وتقسيم الموقع الالكتروني إلى إطارات متراكبة؛ بينما تشمل الفئة الثانية شكلين أيضا هما: الربط بين موقعين، وسوء استخدام إعلانات الكلمات التلميحية المضللة. هاتان الفئتان ستكونان محل البحث، في مطلبين مستقلين في هذا المبحث من الدراسة.

### المطلب الأول

#### سوء استعمال أسماء النطاق التي تحوي علامات تجارية ضمن المواقع الالكترونية

تتمثل هذه الفئة من التعدي في صورتين: سوء استعمال الرمز التعريفي للمواقع الالكترونية؛ وتقسيم الموقع الالكتروني إلى إطارات متراكبة، هاتان الصورتان ستكونان محل البحث، في هذا المطلب من الدراسة.

### أولاً: سوء استخدام الرمز التعريفي للمواقع الالكترونية (Met-Tags)

يمكن تعريف الرمز التعريفي للمواقع الالكترونية بأنه: كلمات أو مصطلحات تستخدم في تكوين الرمز التعريفي (website code) للموقع الالكترونية، وذلك لمساعدة آليات البحث للوصول إلى الموقع المطلوب من قبل مستخدم شبكة الانترنت.<sup>141</sup>

ويمكن تعريفه كذلك بأنه: كلمات تلميحيه (Key words) أو جمل غير مرئية موضوعة في الرمز التعريفي (Hypertext Markup Language) <sup>142</sup> وهي اللغة التي تكتب بها المواقع الالكترونية كوسيلة مساعده لآليات البحث للتعرف، وتصنيف محتوى المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت.<sup>143</sup>

والغاية من استعمال الرمز التعريفي للمواقع الالكترونية على شبكة الانترنت، هو مساعدة آليات البحث للوصول إلى الموقع الالكترونية المطلوبة بأسرع وقت ممكن، من قبل مستخدم شبكة الانترنت.<sup>144</sup>

ويمكن القول: بأنه لا يوجد مستخدم على شبكة الانترنت لا يتعامل مع آليات البحث، كآلية البحث (Google)، و(Yahoo)، و(msn)، وغيرها من آليات البحث؛ وذلك للوصول إلى موقع معين أو موضوع محدد، ويلاحظ أن معظم آليات البحث كانت في الماضي تستخدم برامج تقوم بقراءة كامل محتوى المواقع الالكترونية؛ ما كان يصعب عملية البحث ويجعلها بطيئة؛ ما دفع بعض آليات البحث في التفكير باستخدام طرق أسهل في مسح هذه المواقع، حيث بدأ البعض منها اعتماد الرموز التعريفية لتسهيل عملية تصنيف المواقع، علماً بأن هذه الرموز لا يمكن ملاحظتها

<sup>141</sup> Dawn Osbourne Willoughby&Partners , *Trademarks And The Internet, paper presented in the Trademark World Conference* , 13<sup>th</sup> March 2000, the Berners, London 22

<sup>142</sup> <http://www.valenciacc.edu/lrcwest/lis2004/glossary.htm#H> visited on 23-4-2009

<sup>143</sup> Lisa E. Cristal, "Web Abuse" in Lisa E. Criatal & Neal S. Greenfield, *Trademark Law & The Internet*, (2 INTA : New York 2001) 347

<sup>144</sup> Philip Chung, *A Defence of plain HTML for law* (2000) 1 Electronic Law Journal 35



إلا في الرمز التعريفي، وغير مرئية لمتصفح مواقع الانترنت؛ بالتالي تستعمل هذه الرموز التعريفية لتقديم معلومات حول محتوى الموقع الإلكتروني.<sup>145</sup>

ولكن كيف يمكن للرمز التعريفي أن يشكل تعدياً على العلامات التجارية على شبكة الانترنت؟ للإجابة على هذا السؤال؛ يجب أن نذكر بدايةً: أن هناك تنافساً محمومًا بين الشركات المتنافسة لجذب أكبر عدد من مستخدمي شبكة الانترنت إلى مواقعهم الإلكترونية، لتسويق منتجاتهم وبضائعهم، وهذا شيء مقبول ما دام ضمن قواعد المنافسة المشروعة. ولكن هناك شركات تقوم باستخدام أسماء نطاق تحوي علامات تجارية لمنافسيهم، أو تستخدم كلمات، أو مصطلحات شبيهة بهذه العلامات ضمن الرمز التعريفي الخاص بمواقعهم؛ وذلك لضمان أسبقية ظهور مواقعهم في قائمة نتائج البحث وتفضيلها، عندما يقوم المستخدم بالبحث عن العلامة التجارية لمنافسهم عن طريق آليات البحث هذه؛ أي: احتمالية ظهور مواقعهم قبل مواقع منافسيهم – مالكو العلامات الأصليين – ؛ ما يعطيهم فرصة أكبر بأن يقوم المستخدم بدخول مواقعهم قبل مواقع منافسهم؛ وهذا يشكل تعدياً على العلامات التجارية المملوكة للغير.<sup>146</sup>

على سبيل المثال: إذا كانت هناك شركة تبيع أجهزة حاسوب معينة، وتسوقها عبر شبكة الانترنت، ولكنها لا تسوق أو تبيع حواسيب (I B M) الشهيرة على موقعها، ورغم ذلك قامت بوضع العلامة التجارية لشركة (I B M) ضمن الرمز التعريفي الخاص بموقعها على شبكة الانترنت، فإذا قام المستخدم (X)، بالبحث في إحدى آليات البحث عن حواسيب (I B M) الشهيرة؛ فإنه سيظهر له إسم هذه الشركة ضمن القائمة التي أظهرتها آلية البحث متقدماً على موقع شركة (I B M) مالكة العلامة الأصلية، فإذا قام هذا الشخص بالدخول إلى موقع هذه

<sup>145</sup> <http://www.fwlaw.com/tradeint.html> Visited on 12-1-2009

<sup>146</sup> Amol Tembe, *Internet and trademark law*,

[http://www.asianlaws.org/projects/internet\\_trademark.htm#02](http://www.asianlaws.org/projects/internet_trademark.htm#02) Visited on 12-1-2009

الشركة، ولم يجد حواسيب (I B M)، وقام بإرسال بريد الكتروني إلى الشركة متسائلاً عن السبب؛ فترددت عليه الشركة بأنها لا تتبع حواسيب (I B M)، ولكن يوجد لديها حواسيب مشابهة لحواسيب (I B M) وبسعر أقل. وهذا الأمر يشكل تعدياً على العلامة التجارية لشركة (I B M)، لمخالفته لقواعد المنافسة المشروعة.<sup>147</sup>

في هذا السياق، اجتهد القضاء الأمريكي في إرساء قواعد تحدد حالات التعدي على العلامات التجارية عن طريق استخدام الرمز التعريفي للمواقع الالكترونية، حيث اعتبر أن هذه الأفعال في مجملها تشكل انتهاكاً لعلامات تجارية أخرى، وتعدياً عليها،<sup>148</sup> على أساس أنها تؤدي إلى إرباك مستخدمي الشبكة وخداعهم، والذين غلب على ظنهم بأن الشركة مالكة العلامة الأصلية راعية، أو مانحة الإذن للشركة المعتدية باستخدام علامتها التجارية في الرمز التعريفي الخاص بموقعها، ما يؤدي إلى إلتباس المستخدمين وتضليلهم، ويؤدي إلى زيادة عدد الزائرين لموقع الشركة المعتدية، فيما يسمى: (الراكب المجاني) (Free Ride)؛ ما يحقق لها مكاسب مالية؛ نتيجة استخدام العلامة التجارية للشركة مالكة العلامة.<sup>149</sup>

من القضايا على هذا النوع من التعدي: القضية المشهورة بين شركة (Playboy Enterprises, Inc) و (Calvin Designer Label)؛ حيث قام المشتكى عليه (Calvin Designer

<sup>147</sup> <http://www.nolo.com/legal-encyclopedia/article-29997.html> Visited on 18-1-2009

<sup>148</sup> اتبع القضاء في العديد من الدول نهج القضاء الأمريكي؛ في اعتبار أن استخدام الاسم التجاري، أو العلامة التجارية للشركة المنافسة ضمن الرمز التعريفي لموقع الشركة الأخرى يعد تعدياً على علامتها، ويعتبر منافسة غير مشروعة، حيث قضت محكمة دلهي العليا في الهند بحكم مماثل في قضية (Bodacious Tatas&ors) V.( Tata Sons Limited) عام (1999)، وكذلك المحاكم الإيطالية في قضية (Crowe Italia srl) V. (Genertel spa) عام (2001)، والقرار الصادر عن الهيئة الحاكمة في باريس أفرنسا (1999) في قضية (Societe Kargil) V. (Societe Kaysersberg Packaging) ، وغيرها من الدول التي نهجت هذا النهج. انظر:

Amol Tembe, *Internet and trademark law*,

[http://www.asianlaws.org/projects/internet\\_trademark.htm#02](http://www.asianlaws.org/projects/internet_trademark.htm#02) Visited on 12-1-2009

<sup>149</sup> [newspaper.org/web/2005/10/trademark\\_newspaper\\_handbook.aspx#Trademarks Internet](http://newspaper.org/web/2005/10/trademark_newspaper_handbook.aspx#Trademarks Internet) Visited on 26-2-2009

(Label)، بوضع العلامات التجارية للمشتكية (Playmate)، و (Playboy) في الرمز التعريفي لموقعه على الإنترنت؛ ما أدى إلى زيادة عدد الزائرين لموقعه، وقد ضمنت الشركة المشتكية ادعاءها بأن هذا الفعل يشكل انتهاكا لعلاماتها التجارية؛ لأنه أدى إلى تضليل مستخدمي الشبكة وإرباكهم وخداعهم؛ اللذين غلب عليهم الظن، بأن الشركة المشتكية راعية، ومانحة الإذن، باستخدام علامتها التجارية في الرمز التعريفي لموقع المشتكى عليه.

وقد قضت المحكمة الفدرالية الأمريكية – التي نظرت النزاع – بأن تصرف المشتكى عليه يشكل انتهاكا للعلامة التجارية للشركة المشتكية، وأمرت بإغلاق الموقع على الإنترنت، ومنعت المشتكى عليه بوضع العلامات التجارية للمشتكية في الرمز التعريفي لأي موقع للمشتكى عليه في المستقبل.<sup>150</sup>

ويجب التنويه إلى انه ليس كل استعمال للعلامة التجارية لشركة، أو شخص ما، ضمن الرمز التعريفي لموقع معين، هو غير قانوني، فيمكن أن يكون الاستعمال مشروعاً، إذا كان غير مضلل للمستخدم، ويتفق مع قواعد المنافسة المشروعة.<sup>151</sup>

على سبيل المثال: إذا كان هناك موقع يوزع منتجات تتعلق بالأدب والموسيقى، مقره منطقة الأمازون في أمريكا الجنوبية، فإن استخدام كلمة (Amazon) في الرمز التعريفي لموقعهم أمر وارد، ولا يشكل انتهاكا للعلامة التجارية الشهيرة (Amazon .com)؛ لأن كلمة (أمازون) قد استعملت لوصف السلع التي يعرضها الموقع بشكل دقيق، وغير مضلل.<sup>152</sup>

من القضايا الشهيرة للاستخدام المشروع: قضية بين شركة (Playboy Enterprises, Inc.)،

<sup>150</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذا النزاع، يرجى زيارة الموقع التالي:

<http://cyber.law.harvard.edu/metaschool/fisher/linking/meta/METAC1.html> visited on 1-4-2009

<sup>151</sup> [http://www.asianlaws.org/projects/internet\\_trademark.htm#02](http://www.asianlaws.org/projects/internet_trademark.htm#02) visited on 1-7-2008

<sup>152</sup> <http://www.nolo.com/article.cfm/ObjectID/A20673AB-676B-43D5-826517CBCE04A322/catID/D067F3DC-202E-4EF7-AAEEEFB60061533D/310/266/ART/> vi-sited on 2-4-2009

والسيدة (Welles)؛ حيث وجدت المحكمة التي تنظر النزاع، بأنه يحق للمشتكى عليها – السيدة (Terri Welles) ، وهي فائزة بلقب العارضة الأولى لعام ١٩٨١ – الاستمرار باستخدام المصطلحات (Playboy)، و (Playmate)، ضمن الرمز التعريفي لموقعها، وأكثر من ذلك يمكنها أن تعرض العنوان (Playmate of the Year)، و (PMOTY '81) في موقعها الإلكتروني، وقد عللت المحكمة حكمها هذا: بأن المشتكى عليها لم تدع مستخدم الشبكة، أو توهمهم بأنهم داخل إحدى المواقع التابعة للشركة المشتكية، أو أن الموقع تحت رعاية هذه الشركة، كما أنها لم تستخدم علامتهم التجارية أو شعارهم ضمن اسم النطاق الخاص بموقعها، وأن إستخدامها للمصطلح (Playmate of the Year) كان لوصف صفة تخصها. كما قضت المحكمة بإمكانية قيام المشتكى عليها باستخدام العلامة التجارية للمدعية ضمن الرمز التعريفي الخاص بموقعها؛ وذلك لأنه تم استخدامه بحسن نية وكان الهدف – فقط – لأغراض الفهرسة على الشبكة، وبعد استخداماً مشروعاً.<sup>١٥٣</sup>

### ثانياً: تقسيم الموقع الإلكتروني إلى إطارات متراكبة (Framing)

يقصد به تقسيم الموقع الإلكتروني إلى عدد من الأقسام على شكل أطر، أو نوافذ (Windows) متداخلة ومتزامنة،<sup>١٥٤</sup> يمثل كل واحد منها موقعا مستقلاً عن الآخر،<sup>١٥٥</sup> وبعكس الربط (Linking)، فإن الأطر أو الشبائيك تُعرض للمستخدم في آن واحد على صفحة الموقع المختار، دون الانتقال إلى هذه المواقع، كما هو الحال في الربط (Linking).<sup>١٥٦</sup>

<sup>١٥٣</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذا النزاع ، يرجى زيارة الموقع التالي:

[http://www.internetlibrary.com/cases/lib\\_case264.cfm](http://www.internetlibrary.com/cases/lib_case264.cfm)

<sup>١٥٤</sup> Ira Nathenson, *internet infoglut and invisible ink: spamdexing search engines with meta tags* (1998) 12-1 Harvard Journal of Law & Technology 89

<sup>١٥٥</sup> Brad Bolin, *Linking and framing concerns*, from <http://www.bitlaw.com/internet/webpage.html> , Visited on 22-10-2008

<sup>١٥٦</sup> [http://www.nprstations.org/prc/2001/virtual\\_prc/pdf/prc\\_2001\\_website\\_linking\\_and\\_framing\\_is](http://www.nprstations.org/prc/2001/virtual_prc/pdf/prc_2001_website_linking_and_framing_is)

هناك فوائد عملية لتقسيم الموقع الإلكتروني إلى إطارات متراكبة؛ حيث يسمح هذا النظام لصاحب الموقع الإلكتروني بتقسيم نافذة التصفح (الصفحة الرئيسية) إلى عدة أقسام، أو أطر مستقلة، مع اختلاف كل منها في المحتوى؛ كأن يضع في الجهة اليمنى من الصفحة الرئيسية إطاراً يبين فيه قائمة بمحتويات الموقع، وفي أعلى الصفحة أو في أسفلها عنوان أو معلومات عن صاحب الموقع، وغالباً ما يكون الإطار الأهم أو الرئيسي في الوسط.<sup>157</sup>

أما عن آلية عمل تقسيم الموقع الإلكتروني إلى إطارات متراكبة؛ فهي تعتمد على دمج عناصر من موقع ما إلى موقع آخر، عن طريق استخدام إطار أو نافذة لعرض (Display) العناصر التي يحتويها الموقع الآخر الذي تم ربطه، فقد تكون معلومات، أو صور، أو شعار، أو أي شيء آخر.

ويمكن أن يشكل تقسيم الموقع الإلكتروني إلى إطارات متراكبة تعدياً على العلامات التجارية؛ وذلك عندما يقوم الشخص الذي ربط موقعة بموقع آخر عن طريق إطار أو نافذة بعرض محتويات موقعه؛ دون إظهار العلامة التجارية للموقع الذي ربط موقعة به داخل هذا الإطار أو النافذة عن قصد؛ ما يؤدي إلى تضليل المستخدم، وحمله إلى الاعتقاد، بأن هناك ترابطاً أو علاقة ما بين العناصر التي تعرض داخل الإطار أو النافذة، وبين الموقع الذي يتصفحه المستخدم،<sup>158</sup> وكذلك إذا ما احتوى الإطار أو النافذة على مواد أو أسماء نطاق تحوي علامات تجارية غير مملوكة له؛ ما يؤدي إلى إضعاف جودة العلامة التجارية المميزة وتشويه سمعتها، أو إضعاف محتويات الموقع الذي تم تقسيمه إلى إطارات متراكبة وتشويه سمعته، وهذا يشكل تعدي على

---

= [sues%20handout.pdf](#) , Visited on 13-10-2008

<sup>157</sup> Lisa E. Cristal, "Web Abuse" in Lisa E. Criatal & Neal S. Greenfield, *Trademark Law & The Internet*, (2 INTA : New York 2001) 343

<sup>158</sup> Amol Tembe, *Internet and trademark law*,

[http://www.asianlaws.org/projects/internet\\_trademark.htm#02](http://www.asianlaws.org/projects/internet_trademark.htm#02) Visited on 16-10-2008

العلامة التجارية المملوكة لصاحب الموقع الذي يتم العرض عليه.

إضافة إلى ذلك، هناك ممارسات تتم عن طريق النوافذ أو الإطارات، تؤدي إلى خسارة مالية لصاحب الموقع الذي تم تقسيمه إلى إطارات؛ وذلك عندما يقوم صاحب النافذة أو الإطار بوضع إعلاناته داخل الإطار الذي يحتل مكاناً في صفحة صاحب الموقع؛ ما يؤدي إلى التغطية على إعلانات صاحب الموقع المقسم، ملحقاً به خسائر مالية.<sup>159</sup>

نمثل على هذا النوع من التعدي: القضية التي تم نظرها من قبل القضاء الأمريكي بين كل من: شركة (The Washington Post)؛ وشركة (Total News, Inc)؛ حيث قامت شركة (Total News, Inc) المشتكى عليها، بعمل نافذة أو إطار يحوي مواد إخبارية، مصدرها موقع الشركة المشتكية، مع تضمينه إعلانات تجارية تم بيعها بالفعل، وحققت منها أرباحاً من خلال الرجوع للمادة الإخبارية للشركة المشتكية؛ وادعت الشركة المشتكية، - التي تتألف من اتحاد ست مؤسسات إخبارية رئيسية في الولايات المتحدة الأمريكية -، بأن هذا الفعل يشكل خرقاً لقواعد المنافسة المشروعة، وانتهاكاً للعلامة التجارية للشركة وحقوق التأليف (copyright) المقررة لها، وتدخلتاً غير مشروع في عقود الإعلانات على موقع الشركة. وتم تسوية النزاع ودياً بين الخصوم، واتفاق الطرفين على توقف الشركة المشتكى عليها عن عمل إطارات أو نوافذ على موقع الشركة المشتكية، مع السماح لها بالربط المشروع على هذا الموقع.<sup>160</sup>

<sup>159</sup> [http://www.nprstations.org/prc/2001/virtual\\_prc/pdf/prc\\_2001\\_website\\_linking\\_and\\_framing\\_is\\_sues%20handout.pdf](http://www.nprstations.org/prc/2001/virtual_prc/pdf/prc_2001_website_linking_and_framing_is_sues%20handout.pdf) Visited on 27-10-2008

<sup>160</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذا النزاع، يرجى زيارة الموقع التالي:

<http://euro.ecom.cmu.edu/program/law/08-732/DomainNames/WashingtonPostVTotalNews.pdf> visited on 25-3-2009

## المطلب الثاني

### سوء استعمال أسماء النطاق التي تحوي علامات تجارية ضمن الربط الإلكتروني

ذكرنا أعلاه أن هذا النوع من التعدييات يشمل: الربط بين موقعين، وسوء استخدام إعلانات الكلمات التلميحية المضللة، هاتان الصورتان ستكونان محل البحث في هذا المطلب من الدراسة.

#### أولاً: الربط بين موقعين (Linking)

يقصد به استخدام مصطلح أو كلمة يوجد تحتها خط (ممكن أن تكون ملونة) على صفحة الانترنت (web page)، وبمجرد النقر بفأرة الحاسوب على هذه الكلمة أو المصطلح، فإن المستخدم ينتقل إلى صفحة أخرى ضمن الموقع نفسه، أو إلى موقع آخر جديد، ويسمى الانتقال إلى موقع آخر (Hyper linking)،<sup>161</sup> أما الانتقال إلى صفحة معينة في موقع آخر جديد دون المرور بالصفحة الرئيسية لذلك الموقع، فيسمى بالربط العميق (Deep Linking)، ويعتبر الربط من عناصر شبكة الانترنت ذات الأهمية؛ لأنها تسهل على المستخدم الوصول للمعلومة المطلوبة بأقصر وقت ممكن، وتوصيله لمواقع ذات علاقة كمصادر معلومات إضافية، وهي موجودة تقريباً في كل المواقع على شبكة الانترنت بما فيها آليات البحث (Search Engines).<sup>162</sup>

وهناك نوعان أساسيان من كلمات الربط، وهما: (Hyperlink Reference Links)، و (Inline Links).

<sup>161</sup> [http://www.inta.org/downloads/tap\\_beyonddomains2003.pdf](http://www.inta.org/downloads/tap_beyonddomains2003.pdf) visited On 23-3-2009

<sup>162</sup> Ira Nathenson, *internet infoglut and invisible ink: spamdexing search engines with meta tags* (1998) 12-1 Harvard Journal of Law&Technology 88

النوع الأول (Hyperlink Reference Links): يمثله التعريف سالف الذكر، فبمجرد النقر على موقع الربط بالفأرة، ينتقل المستخدم إلى صفحة أخرى ضمن الموقع نفسه أو إلى موقع آخر جديد، والملاحظ أن استخدام هذا النوع من الربط لا يثير أية مشاكل؛ لأنه مشروع، ولا يتم فيه التعدي على العلامات التجارية.<sup>163</sup>

أما النوع الثاني من الربط (Inline Links)، فيتمثل في: " تصميم مدمج قد يكون على شكل معين، أو تصميم (جرافيكي)، أو أي شكل آخر داخل الموقع المختار، وهذا التصميم المدمج يتم السيطرة عليه من قبل مصدر آخر، غير متعلق بصاحب الموقع المختار على شبكة الانترنت؛ ما يقود المستخدم إلى موقع آخر جديد، غير الذي رغب بالدخول إليه".<sup>164</sup>

ويمكن إجمال صور التعدي على أسماء النطاق التي تحوى علامات تجارية في الربط السريع، في صورتين:

1- تتمثل الصورة الأولى: إذا كان موقع الربط يحتوي على علامة تجارية مملوكة لشخص آخر، و يستخدم فيه شخص ما علامة تجارية لشخص آخر في سياق نص مكتوب، أو على شكل شعار (Logo) من موقعه لربطه بموقع شخص آخر؛ ما يشكل استعمالاً غير مشروع لهذه العلامة أو الشعار.

واجتهد القضاء الأمريكي بوضع ثلاثة معايير لتحديد الاستعمال غير المشروع للعلامات التجارية من قبل آخرين على شبكة الانترنت ضمن الربط، وهذه المعايير هي:

أ- إذا كان المنتج أو الخدمة لا يمكن التعرف عليها من المستهلك، إلا عن طريق العلامة التجارية الخاصة بها.

<sup>163</sup> <http://www.chillingeffects.org/linking/faq.cgi#QID165> Visited on 14-9-2008

<sup>164</sup> Lisa E. Cristal, "Web Abuse" in Lisa E. Criatal & Neal S. Greenfield, *Trademark Law & The Internet*, (2 INTA : New York 2001) 332



ب- إذا كان استعمال العلامة التجارية ضرورياً للتعرف على المنتج أو الخدمة.

ج- على مستخدم العلامة التجارية أن لا يقوم بأي فعل احتيالي يتعلق بالعلامة التجارية؛ كادعاء رعاية، أو موافقة مالك العلامة الحقيقي على استخدام العلامة ضمن موقعه؛<sup>165</sup> بالتالي، فإن مجرد استعمال العلامة التجارية بحسن نية على شكل شعار (لوجو)، أو في سياق نص مكتوب (Text Link)، كموقع ربط لا يشكل تعدياً على العلامة التجارية، لعدم توافر المعايير المذكورة أعلاه؛ بينما يمكن اعتبار المستخدم قد تعدى على العلامة التجارية إذا توافرت المعايير السالفة الذكر.

من الأمثلة على الاستخدام غير المشروع ضمن الربط الإلكتروني:

قضية (Symicron v. Fachhochschule Oldenburg) في ألمانيا؛ حيث قام بعض الطلاب في جامعة ألمانية بدمج علامة تجارية على موقعهم، وقاموا بتضمينها رابطاً (Link)، يستعمله الطلاب للإشارة إلى منتج (Soft ware)، وهو: عبارة عن اسطوانات أغاني مضغوطة لشركة إنتاج مشهورة؛ ما أدى إلى اعتقاد المستخدمين بأن المنتج له علاقة بالعلامات التجارية المدمجة كرابط على الموقع، وأدى إلى تضليلهم والتباسهم؛ ونتيجة ذلك، قضت المحكمة بمسئولية الجامعة، واعتبارها معتدية على العلامة التجارية لتوافر المعايير المذكورة أعلاه.<sup>166</sup>

٢- أما الصورة الثانية من الربط، تتمثل بجلب المستخدم إلى موقع آخر غير الموقع المختار؛ وبالتالي فإن أي ربط يهدف إلى التضليل المتعمد، أو يؤدي إلى اعتقاد المستخدم، أو استنتاجه بأن صاحب الموقع الذي تم ربطه به هو شريك، أو أن موقعه برعاية مالك العلامة الأصلي. يعتبر

<sup>165</sup> <http://www.chillingeffects.org/linking/faq.cgi#QID165> Visited on 14-9-2008

<sup>166</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذا النزاع، الرجاء انظر: الموقع التالي:

Stephan Ott, *Linking Cases Worldwide – A Comprehensive Overview*, from <http://www.linksandlaw.com/Version%201.1.pdf> p5 visited on 22-3-2009

تعدياً واضحاً على العلامة التجارية ضمن الموقع الأصلي الذي تم الربط عليه.<sup>١٦٧</sup>

من الأمثلة على هذه الحالة: القضية بين شركة (Playboy Entres Inc)، وشركة (Universal Tel-A-Talk)؛ حيث قامت شركة (UniversalTel-A-Talk) المشتكى عليها باستخدام العلامة التجارية لشركة (playboy) المشتكى، كرابط لجلب المستخدمين من موقع الشركة المشتكى إلى موقع الشركة المشتكى عليها، وادعت الشركة المشتكى أن هذا الفعل يشكل تعدياً على علامتها التجارية المسجلة باعتباره نوعاً من التقليد. و قضت المحكمة أن هذا الإدعاء غير متوافر؛ لأن المدعى عليها لم تهدف من عملية الربط إلى بيع بضائع أو خدمات مشابهة لبضائع الشركة المشتكى أو خدماتها، ولا يوجد تقليد أو تعدٍ على علامتها التجارية.<sup>١٦٨</sup>

في قضية أخرى بين شركة (Sony) السويدية، وشركة (i-Link)، قضت محكمة الاستئناف في السويد أن شركة (Sony) تعدت على العلامة التجارية لشركة (i-Link)؛ من خلال وضع رابط للوصول إلى مواقعها الفرعية عن طريق موقعها الرئيسي، وخلال عملية الوصول للمواقع الفرعية يتم عرض علامة شركة (i-Link) المشتكى. واستندت المحكمة في إصدار حكمها بأن شركة (Sony) قامت بتحويل المستخدمين إلى مواقعها الفرعية عند عرض العلامة التجارية للشركة المشتكى؛ بالتالي توافر عنصر الالتباس والتضليل، وحمل المستخدمين إلى الاعتقاد بأنها مأذونه من مالكة العلامة الأصلية باستعمال العلامة التجارية؛ ما يجعل شركة (Sony) متعدية على هذه العلامة.<sup>١٦٩</sup>

<sup>167</sup> Brad Bolin , *Linking and Liability*, from <http://www.bitlaw.com/internet/linking.html#What>, Visited on 18-9-2009

<sup>١٦٨</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذا النزاع ، يرجى زيارة الموقع التالي:

<http://www.paed.uscourts.gov/documents/opinions/99D0745P.pdf> visited on 23-3-2009

<sup>169</sup> [http://www.inta.org/downloads/tap\\_beyonddomains2003.pdf](http://www.inta.org/downloads/tap_beyonddomains2003.pdf) visited on 23-3-2009

### ثانياً: سوء استعمال إعلانات الكلمات التلميحية (Keywords)

إن أول ما يتبادر في ذهن مستخدمي شبكة الانترنت، للوصول إلى موقع شركة مشهورة، هو طباعة إسم نطاق يحوي علامة الشركة التجارية المشهورة للدخول مباشرة إلى الموقع المطلوب كطريقة مختصرة للوصول إلى هذا الموقع. وهناك فريق آخر من مستخدمي الشبكة، وهم الأغلبية، يفضلون استخدام آليات البحث من خلال استخدام كلمات تلميحية (Keywords)، للوصول للموقع المطلوب،<sup>170</sup> وفي الغالب تقوم آليات البحث بإيجاد هذه المواقع، حيث تقوم بترتيبها تفضيلاً في قائمة النتائج التي تظهرها.<sup>171</sup>

ويعتبر بيع إعلانات الكلمات التلميحية من أهم الوسائل التي تستخدمها آليات البحث في زيادة أرباحها، حيث تبلغ حصتها من الإعلانات ، نسبة (95%)؛ وذلك عندما يقوم المستخدم بإدخال كلمة أو مصطلح معين، على آلية البحث ذي العلاقة بموضوع الإعلان؛ حيث يظهر له شريط إعلان، أو رابط (link)، على جانب قائمة النتائج أو أعلاها، التي تظهرها آلية البحث، مرتبطة بالكلمة التي ادخلها، سواء أكان بشكل مباشر أو غير مباشر.

على سبيل المثال: إذا قامت شركة حمامة في رام الله (المتحدون للحمامة والاستشارات القانونية) بشراء إعلان كلمات تلميحية (Keywords Advertisement) من آلية بحث معينة، فعندما يقوم المستخدم بإدخال أي كلمة، أو مصطلح، أو خليط من هذه الكلمات، أو جذر لأي منها ذي علاقة؛ مثل: كلمة رام الله، قانون ، محامي ، استشارات...الخ، فإنه سيتم عرض شريط إعلان أو وصلة لموقع الشركة على جانب قائمة النتائج التي تظهرها آلية البحث،<sup>172</sup> وهذا النوع

<sup>170</sup> Dawn Osbourne Willoughby&Partners , *Trademarks And The Internet, paper presented in the Trademark World Conference* , 13<sup>th</sup> March 2000, the Berners, London 23

<sup>171</sup> Lisa E. Cristal, "Web Abuse" in Lisa E. Criatal & Neal S. Greenfield, *Trademark Law & The Internet*, (2 INTA : New York 2001) 359

<sup>172</sup> <http://www.mgovg.com/ArticlesPublications/TM%20Infringement.htm> Visited on 17-4-2009

من الإعلانات جائز ما دام يلتزم بقواعد المنافسة المشروعة، ولا يتعدى على العلامات التجارية للآخرين.

إلا أن هذا التصرف يشكل نوعاً من التعدي على العلامات التجارية، أو المنافسة غير المشروعة، إذا توافرت إحدى الحالتين: الأولى، عندما تقوم آلية البحث ببيع إعلان كلمات تلميحية لشخص ما، تمثل علامة تجارية مملوكة لغيره، كأن تقوم آلية بحث معينة ببيع إعلان كلمات تلميحية، تحمل اسم العلامة التجارية المشهورة (Hugo Boss) العالمية للأزياء، لشخص ما يعمل في مجال صناعة الأزياء، غالباً ما يكون منافساً للشركة مالكة العلامة التجارية، فعندما يقوم مستخدمو آليات البحث بطباعة العلامة التجارية لشركة (Hugo Boss)، أو جزء منها، فإنه سيتم عرض شريط أو وصلة إعلانية، لموقع الشخص المنافس للشركة مالكة العلامة، في أعلى قائمة النتائج التي تظهرها آلية البحث، مستهدفاً مستخدمي الشبكة الذين يبحثون عن منتجات شركة (Hugo boss) العالمية للأزياء؛ حيث يطمح صاحب إعلان الكلمات التلميحية المنافس، جذب هؤلاء الأشخاص وتحويلهم إلى موقعه لإقناعهم بشراء بضائعه.<sup>173</sup>

أما الحالة الثانية، فتنشأ عندما تقوم آلية البحث ببيع إعلان كلمات تلميحية (Keywords)، لشخص ما، بهدف إظهار شريط إعلان، أو رابط خاص بموقعه في أعلى قائمة النتائج أي تقدم موقعة في قائمة النتائج عن المواقع الأخرى ذات العلاقة، فعندما يقوم مستخدمو آليات البحث بطباعة أي كلمة، أو مصطلح، أو خليط من هذه الكلمات مرتبطة بموقعه، قد يؤدي إلى لفت انتباه المستخدم وجذبه إلى الإعلان، أو موقع هذا الشخص، ويعطيه نوعاً من الأفضلية عن منافسيه، فيشكل مخالفة للمنافسة المشروعة، وهذا ما يسمى (بالشريط الخاص بالكلمات الإعلانية)

<sup>173</sup> Lisa E. Cristal, "Web Abuse" in Lisa E. Criatal & Neal S. Greenfield, *Trademark Law & The Internet*, (2 INTA : New York 2001) 359

(Word Specific Banner Advertising).<sup>174</sup> ولكن وفي ظل الحالتين المذكورتين أعلاه،

هل يمكن اعتبار شراء الكلمات التلميحية (Keywords) يشكل تعدياً على العلامات التجارية؟

ننوه — بداية — إلى أنه في الولايات المتحدة الأمريكية، وبعض الدول الأوروبية، مثل: فرنسا،

وهولندا وغيرهما من الدول، يتم مخصصة آليات البحث كمشتكى عليها دون مخصصة صاحب

الإعلان.<sup>175</sup> ولم يجد القضاء الهولندي صعوبة في القضية بين شركة (VNU)، وشركة

(Monsterboard)؛ في اعتبار الشركة المشتكى عليها (Monsterboard)، وهي آلية بحث

خاصة، تختص بتوفير فرص عمل للأشخاص، وعنوانهم على الشبكة هو

(<http://www.monster.com/geo/siteselection.asp>)، مسئولة بالتعدي على العلامة

التجارية للشركة المشتكية (VNU)؛ لأنه عندما يقوم مستخدمو الشبكة بالبحث عن موقع شركة

(VNU)، وهو موقع يقدم خدمات للباحثين عن العمل، يظهر على آلية البحث شريط إعلاني

للشركة المشتكى عليها، يظهر في أعلى صفحة النتائج التي تظهرها آلية البحث؛ ما اعتبرته

المحكمة تعدياً على علامة الشركة المشتكية؛ لان الشركة المشتكى عليها رتبت لحدوث ذلك،

وقصدته بسوء نية.<sup>176</sup>

وجدير بالذكر أن القضاء في الولايات المتحدة الأمريكية لم يستقر على مبدأ نهائي يتعلق بمسألة

الكلمات التلميحية، ومدى تعديها على العلامات التجارية؛ حيث إن معظم النزعات تم تسويتها

ودياً،<sup>177</sup> ويبدو أن المحاكم الأمريكية تميل إلى ترسيخ مبدأ، أن إعلانات الكلمات التلميحية

(Keywords) لا تشكل تعدياً على العلامات التجارية.

<sup>174</sup> <http://www.mgovg.com/ArticlesPublications/TM%20Infringement.htm> Visited on 17-4-2009

<sup>175</sup> [http://islandia.law.yale.edu/isp/search\\_papers/zieger.doc](http://islandia.law.yale.edu/isp/search_papers/zieger.doc) Visited on 19-4-2009

<sup>176</sup> Dawn Osbourne Willoughby&Partners , *Trademarks And The Internet, paper presented in the Trademark World Conference* , 13<sup>th</sup> March 2000, the Berners, London 23

<sup>177</sup> <http://tcattorney.typepad.com/ip/2008/06/use-of-trademar.html> visited on 2-3-2010

ففي حكم شهير صدر عن المحكمة الفدرالية في ولاية فيرجينيا عام (٢٠٠٤) بين شركة (Google) وشركة (Geico)، ادعت شركة (Geico) - وهي شركة تعمل في مجال التأمين - بأن استخدام اسمها ككلمة تلميحية، يؤدي إلى إطلاق مواقع مشابهة على شريط الكلمات التلميحية في قائمة النتائج التي يظهرها موقع شركة (Google)؛ مما يشكل انتهاكاً لعلامتها التجارية، ومخالفة لقواعد المنافسة المشروعة. وقضت المحكمة بأن استخدام العلامات التجارية في إعلانات الكلمات التلميحية هو تصرف قانوني، ولا يشكل تعدياً على العلامات التجارية، أو مخالفة لقواعد المنافسة المشروعة.<sup>١٧٨</sup>

ونرى أن ما ذهبت إليه المحاكم الأمريكية، باعتبار الكلمات التلميحية لا تشكل تعدياً على العلامات التجارية اجتهداً في غير محلة؛ لأن عنصر الاستغلال، والاستفادة المادية على حساب العلامة التجارية لطرف آخر قد توافر؛ حيث إن مستخدم الشبكة يبحث عن علامة تجارية معينة يرغب فيها، وإذ نتائج البحث تظهر معها إعلانات لعلامات أو مواقع منافسه؛ مما قد يحول المستخدم - من ناحية - عن وجهته الأصلية والاتجاه إلى غيرها، وهذا مخالف لقواعد المنافسة المشروعة، ومن ناحية أخرى؛ فإن آليات البحث تستخدم العلامات التجارية للآخرين ككلمات تلميحية لإطلاق إعلانات منافسيهم، فإذا كان هذا التصرف لا يشكل تعدياً على العلامات التجارية، فماذا يمكن أن يُسمى؟ و إذا افترضنا جدلاً أنه تصرف قانوني، فلماذا لا يتم ملاحقة صاحب الإعلان - خاصة سيئ النية - الذي ربح، وأثرى على حساب علامة المنافسة التجارية؟ وبالتالي نؤيد ما ذهبت إليه بعض المحاكم الأوروبية، بأن هذا الفعل يشكل تعدياً على العلامات التجارية ومخالفاً لقواعد المنافسة المشروعة.

<sup>178</sup> <http://www.zdnet.co.uk/news/business/legal/0,39020651,39181357,00.htm> Visited on 22-5-2009

بعد بيان ماهية اسم النطاق، وكيفيه تسجيله، و مظاهر التعدي على العلامات التجارية على شبكة الانترنت، عن طريق سوء تسجيل أو استعمال أسماء النطاق، ومدى تأثير هذه التعديات على مالكي العلامة التجارية، ومدى الأضرار التي قد تلحق بهم مادياً، أو التي تلحق بصورة علاماتهم التجارية لدى مستخدمي شبكه الانترنت؛ وجدنا من المناسب البحث في الفصل القادم عن آليات تسوية هذه المنازعات، والجهود المحلية والدولية، في إيجاد آليات موحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق والعلامات التجارية على شبكة الانترنت؛ ودور القضاء المحلي والدولي في إرساء مبادئ واجتهادات حول المسألة.

## الفصل الثاني

### تسوية منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق على شبكة

#### الانترنت

هناك العديد من الوسائل لتسوية منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق على شبكة الانترنت، فعلى مستوى النطاق الوطني للدول، يتم تسوية المنازعات وفق قواعد التسوية المعتمدة من قبل الهيئات التي أوكل إليها إدارة هذه النطاقات إن وجدت، أو اللجوء للقضاء الوطني، حيث تختلف قواعد تسوية المنازعات وإجراءاتها أمام القضاء من دولة لأخرى؛ إذ يعتمد القضاء في الدول القويّة اقتصادياً على تشريعات متخصصة تعالج هذا الموضوع، بينما لا توجد في الدول الفقيرة اقتصادياً تشريعات متخصصة يعتمد عليها لتسوية هذا النوع من المنازعات؛ ما دفع القضاء في هذه الدول، ومنها فلسطين للجوء إلى القواعد القانونية العامة المتعلقة بالموضوع.

من جهة أخرى، تعتمد سياسة تسوية منازعات أسماء النطاق والعلامات التجارية ضمن النطاق العالي (TLD)، التي تشرف عليه هيئة الإنترنت للأسماء والأرقام المخصصة (الايكان)، على إتباع الإجراءات الإدارية لتسوية المنازعات في ضوء قواعد السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق (UDRP)، وكذلك الحال بالنسبة للنطاقات الوطنية (ccTLD) التي تتبنى هذه القواعد بشكل طوعي، واعتباراً من تاريخ إقرار هذه السياسة من قبل هيئة (الايكان)؛ أصبح الخضوع لهذه السياسة إجبارياً.<sup>١٧٩</sup>

<sup>١٧٩</sup> لمزيد من المعلومات حول السياسة الموحدة، انظر:



فيما يتعلق بالنطاق الوطني الفلسطيني الذي تشرف على إدارته الهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت (بينينا)، يتم تسوية منازعات أسماء النطاق والعلامات التجارية على شبكة الانترنت في فلسطين، وفقاً لما يلي:

- (١) البحث فيما إذا كان هناك مخالفة لأحد بنود النظام الداخلي، واتفاقية التسجيل الخاصة بالنطاقات ضمن النطاق الوطني الفلسطيني للانترنت، الذي يلتزم بالمعايير الدولية لحقوق الملكية الفكرية والقواعد المعتمدة من المنظمة العالمية لحقوق الملكية الفكرية (WIPO).<sup>١٨٠</sup>
- (٢) إذا لم يتم حل النزاع اعتماداً على النظام الداخلي أو اتفاقية التسجيل الخاصة بالنطاق الفلسطيني، تطبق قواعد السياسة الموحدة لحل منازعات أسماء النطاق (UDRP).
- (٣) إذا لم يتم تسوية النزاع بموجب هذه القواعد، فبإمكان الأطراف المتنازعة اللجوء إلى القضاء الفلسطيني، أو عرض النزاع على أحد مراكز التحكيم.<sup>١٨١</sup> في جميع الحالات، وفي حال صدور قرار في النزاع من أحد الجهات – المذكورة أعلاه – ، فإن هيئة (بينينا) تلتزم بهذا القرار، وتقوم بتنفيذه ضمن النطاق الوطني الفلسطيني المسئولة عن إدارته.

<sup>١٨٠</sup> المنظمة العالمية للملكية الفكرية (wipo): هي وكالة متخصصة من وكالات الأمم المتحدة، مكرسة لتطوير نظام دولي متوازن وميسر بشأن الملكية الفكرية، ومن أهدافها:

- وضع القواعد والمعايير الدولية، وتطويرها بشأن الملكية الفكرية.
  - تقديم خدمات عالمية في مجال الملكية الفكرية؛ وتسهيل الانتفاع بالملكية الفكرية في سبيل التنمية.
  - تقديم خدمات عالية الجودة في إطار أنظمة حماية الملكية الفكرية العالمية.
  - رفع كفاءة أعمال الإدارة والدعم في (الويب).
  - تنسيق البنية التحتية العالمية للملكية الفكرية، وتطويرها.
- المصدر العالمي لمراجع المعلومات والدراسات المتعلقة بالملكية الفكرية؛ التعاون الدولي على إنكفاء الاحترام للملكية الفكرية. لمزيد من المعلومات عن منظمة (الويب) ، انظر الموقع التالي:

<http://www.wipo.int/portal/index.html.en> Visited on 15-4-2008

<sup>١٨١</sup> لمزيد من التفاصيل، يرجى زيارة الرابط التالي:  
<http://www.nic.ps/dispute/dispute.html> Visited on 22-9-2008

مما سبق؛ وجدنا أنه من المناسب تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث رئيسية؛ بناء على الترتيب الذي اعتمده سياسة حل المنازعات ضمن النطاق الوطني الفلسطيني. حيث يتناول المبحث الأول، البحث في سياسة تسوية المنازعات ضمن النطاق الوطني الفلسطيني. أما المبحث الثاني، فيتناول البحث في السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق (UDRP). بينما سيتناول المبحث الثالث، البحث في تسوية المنازعات أمام القضاء الفلسطيني وكذلك القضاء الأمريكي.

## المبحث الأول

### سياسة تسوية منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق ضمن النطاق

#### الوطني الفلسطيني (.PS)

تُعتبر الهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت (بينينا)، الجهة المختصة بتسوية منازعات أسماء النطاق المسجلة ضمن النطاق الوطني الفلسطيني. وبالاطلاع على نصوص النظام الداخلي لهذه الهيئة،<sup>١٨٢</sup> وجدنا مجموعة من الضوابط تحكم عملها فيما يتعلق بتسوية هذه المنازعات، والتي يمكن إجمالها كالآتي:

١- تتعامل الهيئة مع النزاع المعروض أمامها كجهة تسوية، إذا توافق الطرفان المتنازعان على ذلك فقط.

٢- تعتمد الهيئة الإجراءات الخاصة بتسوية المنازعات المتعلقة بأسماء النطاقات، وفق المعايير الدولية الخاصة بحقوق الملكية الفكرية، ووفقاً للقواعد المعتمدة من المؤسسة العالمية لحقوق الملكية الفكرية (WIPO)، وبما يتوافق مع النظام الداخلي المعتمد للهيئة، واتفاقية التسجيل الخاصة بالنطاقات ضمن النطاق الوطني الفلسطيني للإنترنت.

٣- استندت الهيئة - بشكل غير رسمي - على قواعد السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء

النطاق

<sup>١٨٢</sup> تم اعتماد النظام الداخلي للهيئة من قبل وزير الاتصالات، وتكنولوجيا المعلومات، بتاريخ ٢٨/١٠/٢٠٠٤ وتم اعتماد النظام و تشكيل مجلس الإدارة، بقرار مجلس الوزراء في جلسته الخمسين بتاريخ ٨/١١/٢٠٠٤؛ إذ أصبحت الهيئة مرتبطة بالكامل مع مجلس الوزراء، من خلال وزير الاتصالات، وتكنولوجيا المعلومات.

(UDRP)، المعتمد من (الايكان) ضمن نطاقها الوطني.<sup>١٨٣</sup>

٤- أخيراً، فيما يتعلق بحجية القرار الصادر عن الهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت، يلاحظ أن قرارات الهيئة غير ملزمة للأطراف المتنازعة؛ حيث يحق لهم إذا لم يرتضوا قرارها اللجوء للقضاء الفلسطيني للطعن بهذا القرار، بالتالي فإن قرارات الهيئة ليس لها صفة إلزامية، رغم أن الأطراف قد ارتضوا اللجوء إليها لتسوية النزاع، كما هو الحال بالنسبة لقرارات مراكز التسوية المعتمدة من هيئة (الايكان) التي ليس لها صغها إلزامية أيضاً كما سنرى لاحقاً.<sup>١٨٤</sup> وعلية سنتحدث في هذا المبحث من الدراسة، عن سياسة تسوية المنازعات ضمن النطاق الفلسطيني، في مطلب أول، ثم سنتحدث عن إجراءات تسوية المنازعات أمام هيئة (بينينا) في مطلب ثانٍ.

## المطلب الأول

### تسوية منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق ضمن النطاق الوطني الفلسطيني

كما أوضحنا أعلاه، تعتمد آلية تسوية المنازعات لدى هيئة (بينينا) في الأساس، في البحث فيما إذا كان هناك مخالفة لأحد بنود النظام الداخلي، واتفاقية التسجيل الخاصة بالنطاقات ضمن النطاق الوطني الفلسطيني للإنترنت، فإذا لم يتم تسوية النزاع اعتماداً على النظام الداخلي، تطبق قواعد السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق (UDRP)، ويجوز لطرفي النزاع اللجوء

<sup>١٨٣</sup> لمزيد من المعلومات حول هيئة (بينينا)، يرجى زيارة موقعها الإلكتروني على الرابط التالي:

<http://www.pnina.ps/> visited on 2-6-2008

<sup>١٨٤</sup> لمزيد من التفاصيل حول مدى إلزامية قرارات هيئة (بينينا)، يرجى زيارة الرابط التالي:

<http://www.pnina.ps/dispute/dispute.html> Visited on 22-11-2008

إلى القضاء الفلسطيني، أو عرض النزاع على أحد مراكز التحكيم لفض النزاع.<sup>١٨٥</sup>  
 و في جميع الحالات، تلتزم الهيئة بأي قرار يصدر وفقاً لهذه الآليات، وتقوم بتنفيذه ضمن النطاق  
 الوطني الفلسطيني المسئولة عن إدارته.<sup>١٨٦</sup>  
 واعتمدت هيئة (بينينا) بعض القواعد العامة، التي تستند إليها في حال نشوء نزاع ضمن النطاق  
 الوطني الفلسطيني، وهي كالآتي:

- ١- الهيئة غير مسئولة في حالة النزاع على اسم نطاق بين طرفين أو أكثر، فيما يتعلق بأحقية ملكية الاسم.
- ٢- يمكن أن تكون الهيئة هي الحكم في حالة نشوء نزاع على اسم نطاق، بموافقة كلا الطرفين المتنازعين.
- ٣- تمثل الهيئة لأي أوامر تصدر من المحاكم الفلسطينية دون أن تكون طرفاً في الدعوى القضائية.<sup>١٨٧</sup>
- ٤- لن تكون الهيئة مسئولة عن أي أضرار، أو إي عطل، سواء أكان مباشراً أو غير مباشر (شاملاً الخسارة المالية)، ينتج عن حالة النزاع على اسم نطاق.<sup>١٨٨</sup>
- ٥- ستوقف الهيئة تسجيل اسم نطاق متنازع عليه، في حالة النزاع مع طلب تسجيل موقوف، أو مع اسم مسجل بالفعل، حتى يفض الطرفان النزاع بشكل مكتوب، أو حتى صدور أمر المحكمة.
- ٦- إن الموافقة على طلب تسجيل، وتسجيل اسم النطاق لدى الهيئة، لا يعني أن الهيئة توافق

<sup>١٨٥</sup> لمزيد من التفاصيل، يرجى زيارة الرابط التالي:

<sup>186</sup> <http://www.nic.ps/dispute/dispute.html> Visited on 22-9-2008

<sup>187</sup> <http://www.pnina.ps/dispute/dispute.html> Visited on 18-10-2008

<sup>187</sup> المادة (٣٣) من النظام الداخلي للهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت.

<sup>188</sup> المادة (٣٤) من النظام الداخلي للهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت.

الاسم المسجل أو تدعّمه، أو محتوى النطاق، أو الأسماء، أو العلامات التجارية التي يشير

إليها هذا الاسم.<sup>١٨٩</sup>

٧- ستقوم الهيئة بإعلام المسجل في حالة وجود نزاع واضح على الاسم، أو في حالة احتمال

وجود نزاع على اسم، أو خدمة، أو علامة مسجلة تجارية.

٨- للهيئة الحق في إلغاء اسم النطاق، أو مسحه، أو وقفه، في حالات اللجوء إلى القضاء، إذا

رأت الهيئة ضرورة ذلك.

٩- وفقاً للقانون الفلسطيني، وقوانين الهيئة ونظمها، فإنه يمكن نقل أسماء النطاق من جهة

إلى أخرى.<sup>١٩٠</sup>

في هذا المجال ننوه إلى أن اللجوء إلى هيئة (بنينا) لتسوية المنازعات المتعلقة باسم نطاق

مسجل ضمن النطاق الوطني الفلسطيني اختياري للأطراف، حيث بإمكانهم اللجوء إلى القضاء

الفلسطيني مباشرة، إذا ما رغبوا في ذلك.

ولدى تقييم عمل الهيئة على صعيد الفصل في المنازعات المعروضة أمامها؛ نجد أنها قد نجحت

في الفصل في النزاعين الوحيدين اللذين وقعا ضمن النطاق الوطني الفلسطيني بالطرق الودية،

اعتماداً على النظام الداخلي، وعقد التسجيل الخاص بالنطاق الفلسطيني، و قواعد السياسة

الموحدة (udrp). هذان النزاعان يمكن عرضهما كالتالي:

<sup>189</sup> المادة (٢٥) من النظام الداخلي للهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت.

<sup>190</sup> تم الاستفسار عن هذه القاعدة من قبل الباحث عن طريق مكالمة هاتفية، وعبر البريد الإلكتروني مع المدير التنفيذي لهيئة (بنينا) بتاريخ ٢٠-٩-٢٠٠٩، الذي أفاد بأن النطاق الفلسطيني مفتوح للجميع، ولا يتم التحقق من ملكية العلامة عند التسجيل. وأفاد أيضاً: بأن الهيئة قد منحت مالكي العلامات التجارية من خلال إعلان على النطاق الفلسطيني فترة حماية، تمتد سنة واحدة من تاريخ الإعلان عن بدء التسجيل ضمن النطاق الفلسطيني لتسجيل علاماتهم التجارية، وإنها عبر مسنولة عن أي تعدد على أي منها، إذا لم يتم تسجيلها.

أولاً: النزاع بين شركة (IKEA) العالمية للمفروشات ومقرها السويد، وبين السيد (جون جونز) من مدينة (بوسطن) في الولايات المتحدة الأمريكية،<sup>191</sup> وتتلخص وقائع هذا النزاع؛ بقيام السيد (جون جونز) بتسجيل اسم النطاق (IKEA.PS)، ضمن النطاق الوطني الفلسطيني؛ ما دعا شركة (IKEA) لدى علمها بوقوع هذا التسجيل، بتقديم شكوى أمام الهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت، مدعية بأنها هي المالكة لهذه العلامة، وأن هذا التسجيل يعد تعدياً على علامتها التجارية (IKEA)، مدعمة هذا الادعاء بالعديد من الأدلة، حيث تقدمت بقائمة تفيد تسجيلها ما يزيد على (١٥٠) اسم نطاق ضمن النطاق العالي، يتضمن علامتها التجارية (IKEA)، كما أن علامة (IKEA) تم تسجيلها في أكثر من (٤٥) دولة حول العالم، بما فيها العديد من دول الشرق الأوسط كالأردن وإسرائيل، وأن المشتكى عليه ليس له مصلحة مشروعة في اسم النطاق، وأن استخدامه اسم النطاق الذي يتضمن علامتها التجارية يشكل انتهاكاً لحقوق الملكية الفكرية التي تملكها الشركة على هذه العلامة، وفي المجمل، طالبت الشركة المدعية بتحويل اسم النطاق محل النزاع إليها.

رد المسجل المشتكى عليه على هذا الادعاء، بأنه استخدم هذا الاسم (IKEA)، عند تأسيس شركته التي تقدم خدمات إدارة المعلومات، وأن استخدامه لهذا الاسم لا يشكل انتهاكاً لحقوق الملكية الفكرية للشركة المشتكية، وأنه لم يخالف سياسة التسجيل المتبعة لدى هيئة (بينينا)، كما ادعت المشتكية.

في البداية، حاولت مؤسسة (بينينا) حل النزاع ودياً، إلا أن مسجل اسم النطاق المشتكى عليه رفض الحل الودي، وطالب بمبلغ من المال مقابل التنازل عن اسم النطاق، إلا أن الشركة

<sup>191</sup> لمزيد من التفصيل حول هذا للنزاع، يرجى زيارة موقع هيئة (بينينا) على الرابط التالي:

المدعية رفضت طلب المشتكى عليه، وأصررت على نقل اسم النطاق الذي يحوي علامتها التجارية إليها؛ لمطابقته لعلامتها التجارية.<sup>١٩٢</sup> وقد وجدت هيئة تسوية النزاع التابعة لهيئة (بنينا) أن الشركة المشتكية قدمت إثباتات ووثائق تؤكد ملكيتها للعلامة التجارية (IKEA) في معظم أنحاء العالم، بما فيها منطقة الشرق الأوسط وعلى مدى أكثر من (٣٠) عاماً، إضافة إلى تسجيلها اسم النطاق الخاص بها في أكثر من (٤٥) بلداً، بينما لم يقدم المشتكى عليه أي مستندات ثبوتية لطبيعة عمله، أو شركته، أو ما يثبت أحقيته في اسم النطاق المتنازع عليه.<sup>١٩٣</sup> وقررت الهيئة في النتيجة نقل اسم النطاق إلى المشتكية شركة (IKEA)، وبررت ذلك، بأنها وجدت تطابقاً بين العلامة التجارية للمشتكي (IKEA)، واسم النطاق المسجل (IKEA.PS) من قبل المشتكى عليه؛ مما أدى إلى التباس المستخدم، كما وجدت أنه لا توجد مصلحة مشروعة للمشتكى عليه في تسجيل هذا الاسم، وتوافر سوء النية لديه.<sup>١٩٤</sup>

ثانياً: أما النزاع الثاني، فقد وقع بين شركة (الوطنية موبايل تلوكمينكاشن فلسطين)، ضد السيد (إياد أسعد) من بلدة بير زيت في رام الله، حيث ادعت شركة (الوطنية موبايل) بموجب شكوى تم تقديمها إلى هيئة (بنينا) بأن السيد (إياد أسعد) مسجل اسم النطاق (AL-WATANIYA.PS)،

<sup>١٩٢</sup> تعتبر هذه الحالة هي الأولى من نوعها التي تواجه المجال الفلسطيني منذ انطلاقه في أوائل عام ٢٠٠٤.

<sup>١٩٣</sup> <http://www.pnina.ps/pscasing/arabic.html> Visited on 21-9-2008

<sup>١٩٤</sup> أصدرت الهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الإنترنت في ١٠-١٠-٢٠٠٥ قرارها في أول نزاع يخص حقوق الملكية الفكرية لأسم نطاق تم تسجيله ضمن المجال الفلسطيني على شبكة الإنترنت والمعروف ب.ps. جاء ذلك بعد تقديم شركة IKEA العالمية للمفروشات والأثاث المنزلي ومقرها السويد؛ وذلك عبر وكيلها القانوني: مكتب عزيز ورجا وفؤاد شحادة في رام الله، طلباً لدى الهيئة بتسجيل النطاق IKEA.PS لهذه الشركة بدل المسجل الحالي للنطاق ، وهو شخص يدعى (جون جونز) من مدينة بوسطن بالولايات المتحدة الأمريكية، والذي قام بتسجيل النطاق لموقع على شبكة الإنترنت، يحمل الاسم (معلومات لعلم مزاملة) بدعوى أنها شركة تعمل في إدارة المعلومات والمعرفة. لمزيد من التفاصيل حول هذا النزاع، انظر: موقع هيئة (بنينا) الرسمي:

<http://www.pnina.ps/pscasing/IKEA-PS.pdf>



لا يملك الحق بتسجيله، لأنه يطابق اسم الشركة، وعلامتها التجارية المسجلة في فلسطين. وضمنت الشركة المشتكية ادعائها بالعديد من الأسباب التي تؤيد هذا الادعاء، منها بان المشتكى عليه ليس له مصلحة مشروعة في تسجيل اسم النطاق المتنازع عليه، وأن اسم النطاق المسجل غير مرتبط بأي منتجات أو بضائع يقدمها المشتكى عليه، وبتوافر سوء النية لديه لمطالبته الشركة بمبلغ (15000 \$) أمريكي؛ من أجل تنازله عن اسم النطاق المذكور. ودعمت الشركة المشتكية ادعائها بإرفاق العديد من المستندات الخطية، منها عدة شهادات تسجيل لعلامات تجارية تتضمن كلمة (وطنية)، ومشتقاتها في فلسطين والدول العربية والعالم، مسجلة باسمها.

ورد المشتكى عليه على هذه الادعاءات، بأن الشركة المشتكية لا تملك أي حقوق مسجلة للعلامة التجارية (AL-WATANIYA)، وأن اسم النطاق (الوطنية) إذا ترجم ترجمة صحيحة للعربية، لا يطابق علامتها التجارية أو يشابهها، حيث إن هناك معاني أخرى يحتملها المصطلح بالعربية غير الوطنية، وإن العلامة التجارية (AL-WATANIYA) لم يتم تسجيلها من قبل الشركة في فلسطين أو أي دولة أخرى، وإنه له مصلحة مشروعة في تسجيل اسم النطاق المذكور؛ لأنه يستخدم هذا الاسم في عرض صور وملصقات؛ لدعم المنتجات الوطنية وحث المستخدمين على شرائها، وأنه سجل هذا الاسم لأهداف غير ربحية وكان ينوي عمل صفحة الكترونية لهذه الغايات تحت اسم النطاق هذا، وأنه لم يخالف سياسة التسجيل المتبعة لدى هيئة (بينينا)، كما ادعت الشركة المشتكية.

وقررت هيئة تسوية المنازعات التابعة لهيئة (بينينا) نقل اسم النطاق إلى المشتكية ( شركة الوطنية موبايل تلوكونكاشن فلسطين)؛ وبررت ذلك: بأنها وجدت تطابقاً بين العلامة التجارية للمشتكية (WATANIYA)، واسم النطاق المسجل (ALWATANIYA.PS) من قبل المشتكى عليه لدرجة تؤدي إلى التباس مستخدمى الشبكة، كما وجدت بأنه لا يوجد مصلحة

مشروعه للمشتكى عليه في تسجيل اسم النطاق المتنازع عليه، لأنه لا يستعمل اسم النطاق المتنازع عليه على شبكة الانترنت، كما وجدت الهيئة توافر سوء النية لدى المشتكى عليه لمطالبته الشركة بمبلغ (١٥٠٠٠ \$) أمريكي؛ من أجل تنازله عن اسم النطاق.<sup>١٩٥</sup>

### المطلب الثاني

#### إجراءات تسوية منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق أمام هيئة (بينينا)

تتبع الهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت (بينينا) في إجراءات تقديم الشكوى أمامها ، نفس إجراءات تقديم الشكوى المتبعة وفقاً لقواعد السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق (UDRP)، المعتمدة من هيئة (الايكان)<sup>١٩٦</sup> مع بعض الاختلافات البسيطة،<sup>١٩٧</sup> وتتلخص هذه الإجراءات وفق الآتي:

أولاً: يتم التقدم بالشكوى إلى الهيئة من قبل الجهة المشتكية، التي تدعي أحقيتها باسم النطاق المسجل المتنازع عليه، مستوفية كافة الشروط الشكلية، مع إرفاق كافة المستندات التي تدعم ادعاءات الجهة المشتكية بأحقيتها باسم النطاق الذي يحوي علامتها التجارية، فإذا لم تكن الشكوى مستوفية لهذه الشروط أو غير مدعومة بالمستندات المطلوبة، يتم منح الجهة المشتكية مدة (7)

<sup>١٩٥</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذا النزاع، انظر: موقع هيئة (بينينا) على الرابط التالي:

<http://www.pnina.ps/pscasing/d2007-001.pdf>

<sup>١٩٦</sup> تم إجراء مقابلة عبر الهاتف من قبل الباحث مع السيد مروان رضوان - المدير العام لهيئة بينينا - المقيم في قطاع غزة، بتاريخ ٩-٥-٢٠١٠، للاستفسار عن الإجراءات المتبعة في تقديم الشكوى أمام هيئة (بينينا)، حيث أشار إلى أن الهيئة تعتمد الإجراءات المنصوص عليها في القواعد الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق المعتمدة من قبل (الايكان)، مع بعض الاختلافات البسيطة خاصة فيما يتعلق بالمدد.

<sup>١٩٧</sup> لمزيد من التفاصيل عن إجراءات تقديم الشكوى وفق قواعد تسوية المنازعات المعتمدة من قبل (الايكان)، انظر: المطلب الثاني المبحث الثاني من الفصل الثاني ص ٨٥.

أيام لتصويب شكاواها حسب الأصول.

ثانيا: بعد التأكد من استيفاء الشكوى للشروط المطلوبة، يتم قبول الشكوى بشكل رسمي من قبل الهيئة مع إعطائها رقماً ضمن جدول الشكاوى، و يتم تبليغ نسخة عنها لكل من المسجل المعتمد الذي تم تسجيل اسم النطاق من خلاله، ويتم تبليغ الجهة المشتكى عليها مسجلة اسم النطاق نسخة عن هذه الشكوى، ويتم منح الجهة المشتكى عليها مسجلة اسم النطاق مدة (7) أيام، للرد بلائحة جوابية على الأسباب الواردة في الشكوى المقدمة للهيئة.

ثالثا: إذا تقدمت الجهة المشتكى عليها بلائحة جوابية خلال المدة المحددة، يتم تبليغ الجهة المشتكية هذه اللائحة خلال مدة (3) أيام، ويتم منح الجهة المشتكية مدة (7) أيام للرد على اللائحة الجوابية مع إمكانية إضافة أسباب جديدة على الشكوى الأصلية، ويتم تبليغ الجهة المشتكى عليها الرد على لائحتها الجوابية، والأسباب الإضافية خلال (3) أيام من تاريخ ورودها للهيئة.

رابعا: بعد تبادل اللوائح من قبل الخصوم، يتم عرض تسوية النزاع بشكل ودي بين الأطراف، قبل نظره من قبل هيئة التسوية، ويتم تلقي الرد على مساعي التسوية الودية من قبل الأطراف خلال مدة أقصاها (7) أيام من تاريخ عرض المصالحة.

خامسا: إذا لم يتفق أطراف النزاع على تسوية النزاع ودياً، يتم تكليف الجهة المشتكية بدفع الرسم المقرر لتسوية المنازعات أمام الهيئة. بعد دفع الرسم تدقق الهيئة في الشكوى المقدمة إليها، وتمحص الأسباب والمستندات المرفقة معها، فإذا وجدت أنها أسباب جدية ومقبولة، يتم تبليغ مجلس إدارة هيئة (بينينا) بقبول الشكوى، وإذا رأت الهيئة بأن الشكوى لا تستند إلى أسباب جدية أو حقيقية، يتم حفظ الشكوى.

سادسا: بعد قبول الشكوى يتم تعيين هيئة تسوية خلال مدة (14) يوما بعد موافقة الإطراف عليها، حيث يمكن اختيار هيئة مكونة من عضو واحد أو هيئة ثلاثية، بعد ذلك تقوم هيئة التسوية

بالاطلاع على الشكوى والمستندات المرفقة معها، واللائحة الجوابية مع المرفقات إن وجدت، وتتخذ قرارها في ضوء ما هو متوافر لديها من الأدلة.

سابعاً: بعد دراسة الأوراق تصدر هيئة التسوية قرارها بعد (14) يوماً من تاريخ رفع جلسة نظر الشكوى، ويصدر قرارها بالأغلبية إذا كانت الهيئة ثلاثية، ويتم تبليغ الأطراف، والمسجل المعتمد بقرارها المتعلق باسم النطاق محل النزاع.<sup>198</sup>

ثامناً: إذا ارتضى طرفا النزاع الحكم الصادر عن هيئة التسوية – كون الحكم الصادر عن هيئة التسوية غير ملزم للأطراف ويمكن الطعن به أمام القضاء الوطني – ، يتم تنفيذ الحكم من قبل الهيئة الذي لا يخرج عن حالتين وهما: إما نقل اسم النطاق إلى الجهة المشتكية، أو إلغاء اسم النطاق المتنازع عليه، ويتم تنفيذ الحكم من قبل الهيئة خلال مدة (21) يوماً من تاريخ تبليغه للأطراف، ويتم نقل اسم النطاق بالاتفاق مع المسجل المعتمد إلى الجهة المشتكية.<sup>199</sup>

ويلاحظ بعد استعراض النزاعين السابقين وإجراءات تقديم الشكوى أمام هيئة (بينينا)، أن القرار الصادر عن هيئة تسوية المنازعات التابعة لهيئة (بينينا) غير ملزم لأطراف النزاع، مما يثير تساؤلاً عن أهمية القرار الصادر عنها، إذا كان لا يحوز على صفة الإلزامية هذا من ناحية أما من الناحية الأخرى، اعتمدت هيئة التسوية التابعة لهيئة (بينينا) في إصدار قراراتها المتعلقة بالمنازعات المعروضة أمامها، على قواعد السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق المعتمدة من قبل (الايكان)؛ لتقرير تحقق التعدي على العلامة التجارية عن طريق تسجيل اسم

<sup>198</sup> اعتمد الباحث في استخلاص إجراءات تقديم الشكوى لدى الهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت (بينينا)، من خلال الرسم الهرمي التوضيحي الموجود على موقع الهيئة الإلكتروني، حيث لم يورد الموقع الرسمي لهيئة بينينا تفاصيل مكتوبة عن هذه الإجراءات، إنما أحال إلى قواعد السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق المعتمدة من قبل هيئة (الايكان)، الاطلاع على الرسم التوضيحي لإجراءات تقديم الشكوى أمام هيئة (بينينا) انظر الموقع التالي:

<http://www.pnina.ps/pics/DRP-Chart.jpg>

<sup>199</sup> لمزيد من التفاصيل عن آلية تنفيذ الحكم الصادر عن هيئة التحكيم التابعة لهيئة (بينينا)، انظر: الموقع الرسمي للهيئة: <http://www.pnina.ps/pics/DRP-Chart2.jpg>

النطاق، وهي ثبوت التطابق أو التشابه بشكل يؤدي إلى التباس لدى المستخدم، وثبوت أن مسجل اسم النطاق لا يملك الحق فيه، وليس له أي مصلحة مشروعة من تسجيله، وثبوت أن اسم النطاق تم تسجيله بسوء نية؛<sup>٢٠٠</sup> ما يثير تساؤلاً مهماً لماذا لم يتم تبني قواعد السياسة الموحدة بشكل رسمي من قبل هيئة (بينينا)؟ ما دام أن هذه القواعد هي المعتمدة لتسوية منازعات أسماء النطاق في التطبيق العملي! ونقترح أن تتبنى الهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت، نظاماً خاص لتسوية منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق ضمن النطاق الفلسطيني، يركز على قواعد السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق المعتمدة من قبل (الايكان)، ويراعي الخصوصية التشريعية في الأراضي الفلسطينية. وبناء على ما ذكر أعلاه، وجدنا من المناسب التطرق في المبحث التالي، للحديث عن قواعد السياسة الموحدة، باعتبارها تمثل آلية عالمية فاعلة لتسوية منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق على شبكة الانترنت، ولتبني العديد من النطاقات الوطنية حول العالم هذه السياسة ضمن نطاقاتها لتسوية هذه المنازعات.

---

<sup>٢٠٠</sup> هذه القواعد مشار إليها أدناه، عند الحديث عن قواعد السياسة الموحدة في المطلب الثاني المبحث الثاني من الفصل الثاني ص ٧٨ من هذه الدراسة.

## المبحث الثاني

### السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق (UDRP)

بناء على التوصيات التي جاء بها تقرير منظمة (الويبو)، وكذلك الاقتراحات التي تقدمت بها بعض مكاتب التسجيل المعتمدة من قبل هيئة (الآيكان)، تم تبني هذه السياسة من قبل هيئة (الآيكان) بتاريخ ٢٦-٨-١٩٩٩، وبدأ العمل بها بتاريخ ٢٤-١٠-١٩٩٩. واعتباراً من هذا التاريخ، أصبح الخضوع لهذه السياسة إجبارياً للأشخاص، والكيانات المسجلة في النطاقات العالية (TLD)، والنطاقات العالية الوطنية (ccTLD)، التي تتبنى هذه القواعد بشكل طوعي. ٢٠٢.

يمكن تعريف الإجراءات الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق بأنها: عبارة عن إجراءات قانونية تهدف لتسوية المنازعات بين مسجلي أسماء النطاق التي تسجل لأهداف غير مشروعة، وبين أصحاب العلامات التجارية المعتدى عليها، ضمن النطاقات العالية، إضافة إلى النطاقات الوطنية التي تبنت هذه السياسة بشكل طوعي. ٢٠٣ بالتالي، يلتزم كل شخص أو كيان عند توقيع الاتفاق الخاص بتسجيل اسم نطاق عالي، أو التسجيل في أحد النطاقات الوطنية التي تتبنى هذه السياسة، بالخضوع لقواعد السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق المعتمدة من قبل (الآيكان) عند وقوع نزاع حول اسم النطاق المسجل.

<sup>201</sup> Robert v. Danahoe, *Beyond.com: What risk does the explosive growth of top level domains post to your trademark: Can you get any relief?* (2002) 4 Tulane journal of technology and intellectual property 70

<sup>202</sup> Jay Kesan & Andres Gallo, *The market for private dispute resolution services—an empirical re-assessment of Icanndr performance* (2005) 11 Michigan telecommunication law review 299-300

<sup>203</sup> Sarah Silbert, *Using a udrp action to prevent infringing uses of domain names* (2008) 30 Los Angeles lawyer 10

وتتسم السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق بالعديد من المميزات؛ حيث إنها إجراءات أسرع وأرخص لتسوية منازعات أسماء النطاق من المحاكم العادية،<sup>٢٠٤</sup> كما أن لجنة التسوية مكونة من محكمين خبراء في هذا المجال، إضافة إلى ميزة مهمة، وهي أن مجال اختصاصها لا يقيد مكان مكتب التسجيل، أو مسجل اسم النطاق، أو مالك العلامة التجارية المشتكى، حيث إنها تتسم بالعالمية؛ لأنها تقدم آلية موحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق حول العالم.<sup>٢٠٥</sup>

وقبل الحديث عن قواعد السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق، وجدنا أنه من المناسب التعريف بمنظمتي (الويبو) و (الايكان)، باعتبارهما المنظمتين القائمتين على تنظيم قواعد هذه السياسة، وتنفيذها، وهذا ما سنعمل عليه من خلال تنظيم كل موضوع، بمطلب مستقل في هذا المبحث من الدراسة.

## المطلب الأول

### المؤسسات العالمية القائمة على تنظيم قواعد السياسة الموحدة وتنفيذها

أولاً: المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو): وهي وكالة متخصصة من وكالات الأمم المتحدة، مكرسة لتطوير نظام دولي متوازن وميسر بشأن الملكية الفكرية، وهذا النظام يكافئ الإبداع، ويحفز الابتكار، ويساهم في التنمية الاقتصادية، ويصون المصلحة العامة.<sup>٢٠٦</sup>

تأسست منظمة (الويبو) في عام (١٩٦٧)، بموجب اتفاقية (الويبو)، وتفويض من الدول

<sup>204</sup>Jacqueline Lipton, A winning solution for you tube and utube? Corresponding trademarks and domain name sharing(2008)21-2 Harvard Journal of Law & Technology 529

<sup>205</sup><http://arbiter.wipo.int/domains/guide/index.html#a>

<sup>٢٠٦</sup>لمزيد من التفاصيل حول منظمة (الويبو)، يرجى زيارة الرابط التالي:

[http://www.wipo.int/about-wipo/ar/what\\_is\\_wipo.html](http://www.wipo.int/about-wipo/ar/what_is_wipo.html) Visited on 17-3-2009

الأعضاء فيها؛ لتعزيز حماية الملكية الفكرية عبر العالم على سبيل التعاون بين الدول، ومع سائر المنظمات الدولية.

يقع مقر (الويبو) في مدينة جنيف السويسرية، ويبلغ عدد الدول الأعضاء حتى الآن (١٨٤) دولة؛ أي: ما يزيد على (٩٠٪) من بلدان العالم، ويقع مقر أمانة (الويبو)، أو المكتب الدولي، في مدينة جنيف أيضاً، ويعمل بها موظفون من ما يزيد على (٩٠) بلداً، ومنهم خبراء في مختلف مجالات قانون الملكية الفكرية وممارساتها، ومختصون في ميادين السياسة العامة، والاقتصاد، والإدارة، وتكنولوجيا المعلومات.<sup>٢٠٧</sup> وتأخذ كل شعبة من شعب الأمانة المختلفة على عاتقها مسؤولية تنسيق اجتماعات الدول الأعضاء وتطبيق قراراتها، وتتولى إدارة أنظمة التسجيل الدولي للملكية الفكرية، وتطوير البرامج المصممة لبلوغ أهداف (الويبو) وتنفيذها، وتوفير قاعدة من خبراء الملكية الفكرية في خدمة أعضائها.<sup>٢٠٨</sup>

ساهمت هذه المنظمة بشكل مباشر وفعال في حماية العلامات التجارية على شبكة الانترنت من تعديات قرصنة العلامات التجارية؛ وذلك بنشر تقارير ونشرات عامة، يسترشد بها مسجلو أسماء النطاق المعتمدون، سواء أكان في تسجيل هذه الأسماء، أو طريقة تسوية المنازعات، كما أنها أنشأت مركز تحكيم ووساطة؛ للفصل في منازعات العلامات التجارية بشكل فعال وسريع.<sup>٢٠٩</sup>

وحددت المنظمة الأهداف الإستراتيجية التي تسعى لتحقيقها، وهي كالآتي:

١- وضع القواعد والمعايير الدولية، وتطويرها بشأن الملكية الفكرية؛ تقديم خدمات عالمية في

<sup>207</sup> [http://www.aspip.org/page.aspx?page\\_key=wipo&lang=ar](http://www.aspip.org/page.aspx?page_key=wipo&lang=ar) Visited on 17-3-2009

<sup>208</sup> [http://www.wipo.int/about-wipo/ar/how\\_wipo\\_works.html](http://www.wipo.int/about-wipo/ar/how_wipo_works.html) Visited on 19-3-2009

<sup>٢٠٩</sup> شريف محمد غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني (دار النهضة: القاهرة ٢٠٠٣)



مجال الملكية الفكرية؛ تسهيل الانتفاع بالملكية الفكرية في سبيل التنمية؛ تقديم خدمات

عالية الجودة في إطار أنظمة حماية الملكية الفكرية العالمية.

٢- رفع كفاءة أعمال الإدارة، والدعم في (الويبو).

٣- تنسيق البنية التحتية العالمية للملكية الفكرية وتطويرها.

٤- المصدر العالمي لمراجع المعلومات، والدراسات المتعلقة بالملكية الفكرية.

٥- التعاون الدولي على إنكفاء الاحترام للملكية الفكرية.

٦- الملكية الفكرية، وقضايا السياسات العامة العالمية.

٧- آلية تواصل متجاوب بين (الويبو)، والدول الأعضاء، وجميع أصحاب المصالح.

٨- بنية دعم إداري ومالي فعالة؛ لتمكين (الويبو) من تنفيذ برامجها.<sup>٢١٠</sup>

ثانياً: هيئة الإنترنت للأسماء والأرقام المخصصة (الآيكان): تعتبر هيئة الإنترنت للأسماء

والأرقام المخصصة (الآيكان)، منظمة غير ربحية، ويوجد مقرها العام حالياً في ولاية كاليفورنيا

الأمريكية.<sup>٢١١</sup> تم تأسيسها بجهود دوليه لتتولى مسؤولية توزيع أسماء النطاق في بروتوكول

الإنترنت، وتخصيص معرفات البروتوكول، وإدارة نظام أسماء النطاق العامة العالية (gTLD)،

وسجلات المواقع العالية الوطنية (ccTLD)، كما أنها تضطلع بمسؤولية وظائف إدارة نظام

الحوادم المركزية.<sup>٢١٢</sup> وقد كانت هذه الخدمات تقدم - أصلاً - بموجب عقد حكومي أمريكي،

من قبل سلطة تخصيص أسماء الإنترنت (IANA) وغيرها من الهيئات، أما الآن فنقوم

<sup>٢١٠</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذه الأهداف، يرجى زيارة الرابط التالي:

[http://www.wipo.int/about-wipo/ar/what\\_is\\_wipo.html](http://www.wipo.int/about-wipo/ar/what_is_wipo.html) Visited in 14-6-2009

<sup>٢١١</sup> Bernadette Dino, *Passive warehousing under icann's uniform dispute resolution policy: A utilitarian perspective* (2002) 10 *CommLaw conspectus* 305

<sup>٢١٢</sup> لمزيد من التفاصيل، يرجى زيارة الرابط التالي:

<http://www.icann.org/tr/arabic.html> Visited on 16-10-200

(الأيكان) بالمهام التي كانت تؤديها هذه السلطة، ونظراً لكونها شراكة بين القطاعين العام والخاص، تلتزم (الأيكان) بالمحافظة على الاستقرار التشغيلي لشبكة الإنترنت وتعزيز روح المنافسة، وتحقيق تمثيل واسع النطاق لمجتمعات الإنترنت العالمية، إضافة إلى سعيها لصياغة سياسات تلائم رسالتها من خلال عمليات تعتمد على استطلاع الآراء من القاعدة إلى القمة، مروراً بجميع المستويات.<sup>٢١٣</sup>

يشرف على إدارة (الأيكان) مجلس إدارة يضم جنسيات مختلفة، ويتولى الإشراف على عملية وضع السياسات، ويضطلع رئيس (الأيكان) بإدارة كادر دولي من الموظفين، الذين ينتمون إلى ثلاث قارات يعملون على أن تلبى (الأيكان) التزامها التشغيلي تجاه مجتمع الإنترنت، حيث إن الهيئة مصممة للاستجابة إلى حاجات التقنيات والاقتصاديات المتغيرة، بشكل مطرد، وهناك ثلاث منظمات استشارية مساندة، منبثقة من منظمات مختلفة تستخدم الإنترنت والتجمعات الفنية، تقوم بعملية وضع سياسة مرنة وجاهزة وتطويرها للتنفيذ لهذا الغرض، حيث تعمل هذه اللجان الاستشارية بالتعاون مع المنظمات المساندة على وضع سياسات مناسبة وفعالة. ويوجد حالياً ثلاث من المنظمات الداعمة، وهي:

- ١- منظمة دعم النطاق العالي (GNSO)،<sup>٢١٤</sup> التي تتناول وضع السياسات على النطاق العالي.
- ٢- منظمة دعم أسماء النطاق العالية الوطنية (ccNSO)،<sup>٢١٥</sup> التي تتناول وضع السياسات على أسماء النطاق الوطنية للدول (ccTLDs).

<sup>213</sup> Julie Mcmurry, *The udrp v. traditional: policy consideration from a practitioner's perspective* (2001)20 Saint Louis university public law review 381

<sup>٢١٤</sup> لمزيد من التفاصيل حول منظمة (GNSO) ، يرجى زيارة الرابط التالي:

<http://www.marefa.org/index.php/%D8%A2%D9%8A%D9%83%D8%A7%D9%86> Visited on 18-10-2009

<sup>٢١٥</sup> لمزيد من التفاصيل حول منظمة (ccNSO) يرجى، زيارة الرابط التالي:

<http://ccnso.icann.org/> Visited on 18-10-2009

٣- منظمة (آسو)، التي تتناول وضع السياسات على عناوين بروتوكول الإنترنت.<sup>٢١٦</sup>

## المطلب الثاني

### تسوية المنازعات وفق السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق (UDRP)

بتاريخ (1) كانون أول عام (١٩٩٩)، تم اعتماد السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق كمرجعية إلزامية لتسوية المنازعات المتعلقة بأسماء النطاق العالية، والنطاقات العالية الوطنية التي تعتمد هذه القواعد بشكل طوعي، حيث تم إدراج بند في عقد تسجيل اسم النطاق يتضمن قبول المسجل الخضوع لهذه القواعد في حالة نشوب نزاع يتعلق باسم نطاق.<sup>٢١٧</sup>

وتبين هذه القواعد، العناصر والإجراءات الواجب توافرها وإتباعها من قبل المتخاصمين عند تقديم الشكوى<sup>٢١٨</sup> هذه العناصر والإجراءات ستكون محل البحث في هذا المطلب من الدراسة.

**أولاً: العناصر المطلوب توافرها في إثبات الشكوى:** أوجبت المادة الرابعة الفقرة (أ) من السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق، توافر ثلاثة عناصر يجب أن تتضمنها الشكوى كشرط لتطبيق الإجراء الإداري على النزاع، ويقع على عاتق المشتكي (مقدم الشكوى) عبء إثبات كافة العناصر التي وردت في هذه المادة<sup>٢١٩</sup> وتتحصر هذه العناصر في الآتي:

<sup>216</sup> <http://www.marefa.org/index.php/%D8%A2%D9%8A%D9%83%D8%A7%D9%86> Visited on 18-10-2009

<sup>٢١٧</sup> شريف غنام، حماية العلامات التجارية عبر الإنترنت في علاقتها بالعنوان الإلكتروني (١ القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٣) ٢١٦-٢١٥

<sup>218</sup> Donna L. Howard, *Trademarks and service marks and internet domain names: Giving Ican deference* (2001) 33 Arizona state law journal 657

<sup>٢١٩</sup> نصت المادة الرابعة فقرة (أ) من السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق تحت عنوان الإجراء الإداري

(أ) على المشتكي أن يثبت بان اسم النطاق المسجل يطابق أو يشابه علامته التجارية أو علامة الخدمة الخاصة به، ما يؤدي إلى الالتباس لدى المستخدم؛ (ب) إثبات بان مسجل اسم النطاق المعتدي لا يملك الحق فيه أو أي مصلحة مشروعة من تسجيله.<sup>٢٢٠</sup> (ج) أن يثبت بان اسم النطاق تم تسجيله أو استعماله بسوء نية؛ و سنقوم بعرض كل من هذه العناصر وفق الآتي:

١- إثبات التطابق أو التشابه بشكل يؤدي للالتباس بين المستخدمين: لا يشترط لتوافر هذا العنصر أن يكون اسم النطاق مطابقاً تماماً للعلامة التجارية محل الشكوى؛ بل يكفي أن يكون مشابهة لدرجة تؤدي إلى التباس جمهور المستخدمين،<sup>٢٢١</sup> إضافة نطاق عالي (TLD)، مثل: (.com، .net، الخ)، إلى العلامة التجارية، أو علامة الخدمة، يجعل الاختلاف ليس جوهرياً أو أساسياً؛ لكنه يجعل عنصر التطابق أو التشابه متوافراً،<sup>٢٢٢</sup> وهذا ما قضت به لجنة تسوية المنازعات التابعة لمنظمة (الويبو) في النزاع بين شركة (Shirmax RetailLtd)، وشركة (CES Marketing Group Inc)؛ حيث قررت بأن إضافة حرف إلى العلامة التجارية، أو وضع

---

الإلزامي = على ما يلي: أ. النزاعات القابلة للتطبيق. مطلوب منك الخضوع لإجراء إداري إلزامي في حالة قيام طرف ثالث ("مقدم الشكوى") بالتأكد للموفر القابل للتطبيق، وفقاً لقواعد الإجراء، أن يكون (1) اسم نطاقك مطابق أو مشابه بصورة مشوشة لعلامة تجارية أو علامة الخدمة التي يكون لمقدم الشكوى حقوق فيها؛ (2) لا يوجد لديك حقوق أو مصالح مشروعة فيما يتعلق باسم النطاق، (3) قد تم تسجيل اسم نطاقك واستغلاله بسوء نية. خلال الإجراء الإداري، يجب أن يثبت مقدم الشكوى وجود كل عنصر من هذه العناصر الثلاثة. للاطلاع على كامل نصوص السياسة الموحدة انظر الموقع التالي:  
<http://www.icann.org/ar/dndr/udrp/policy-ar.htm>

<sup>220</sup> Jacqueline Lipton, *A winning solution for youtube and utube? orresponding trademarks and domain name sharing* (2008) 21-2 Harvard Journal of Law & Technology 530

<sup>221</sup> Michael Froomkin, *Icann "uniform dispute resolution policy"- causes and (partial) cures* (2002) 67 Brooklyn law review 639

<sup>222</sup> Stacey H. King *Trademarks, Domain Names, and the Uniform Dispute Resolution Policy* "in Lisa E. Criatal & Neal S. Greenfield, *Trademark Law & The Internet*, (2 INTA : New York 2001) 285-286

فراغ، أو علامة ترقيم قبلها، أو إضافة مصطلح عام إليها، يجعل عنصر التشابه متوافراً،<sup>٢٢٣</sup> كما قررت – أيضا – في النزاع بين شركة (LLC)، وشركة (Brownwell) بتوافر عنصر التشابه بين العلامتين التجاريتين؛ معلة ذلك بأن اسم نطاق الشركة المشتكى عليها، يشابه إلى حد كبير العلامة التجارية للشركة المشتكية.<sup>٢٢٤</sup>

و يلاحظ من الأمثلة السابقة، أن تقدير توافر هذا العنصر يعود إلى لجنة تسوية المنازعات التي تنظر الشكوى، والسؤال الذي قد يثار في هذا المجال، هو: هل يقتصر نطاق تطبيق عنصر التطابق أو التشابه في السياسة الموحدة على العلامات التجارية وحدها؟ أم أن هذا العنصر يمكن تطبيقه على عناصر الملكية الفكرية الأخرى، كالأسماء والألقاب والعناوين التجارية؟

اختلف الفقهاء في الإجابة على هذا السؤال، حيث ذهب بعضهم إلى القول بأن هذا الشرط يطبق على العلامات التجارية فقط، دون عناصر الملكية الفكرية الأخرى؛ لأن نص المادة الرابعة الفقرة (ا) جاء واضحاً، بحيث لم يذكر سوى العلامات التجارية، كما أن الهدف من النص هو حماية العلامات التجارية فقط من القرصنة الالكترونية (Cybersquatting) دون غيرها من عناصر الملكية الفكرية.

في حين يرى فريق آخر من الفقهاء أن القرارات التي صدرت من لجان تسوية المنازعات المعتمدة تبنت تفسير موسعاً لتطبيق هذا العنصر، بحيث يشمل النزاعات بين أسماء النطاق، وعناصر الملكية الفكرية كأسماء المشاهير، أو الأسماء التجارية، وغيرها.<sup>٢٢٥</sup>

وتأيداً للرأي الأخير؛ قامت لجنة تسوية المنازعات التابع لمنظمة (الويبو) بتحويل اسم النطاق

<sup>٢٢٣</sup> لمزيد من المعلومات حول هذا النزاع، انظروا الموقع التالي:

<http://www.disputes.org/decisions/0104.htm> Visited on 22-9-2008

<sup>٢٢٤</sup> <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2009/d2009-0911.html> Visited on 18-10-2008

<sup>٢٢٥</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذا الرأي الفقهي، انظر: شريف غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها

بالعنوان الالكتروني (1 دار النهضة العربية: القاهرة ٢٠٠٣) ٢١٨

الذي استخدم اسم الممثلة الأمريكية المشهورة (جوليا روبرتس) (juliaroberts.com) إليها، حيث اعتبرت الاسم الشخصي للممثلة بمثابة علامة تجارية تمثلها، و استخدامه يشكل تعدياً عليه.<sup>٢٢٦</sup>

ويثير هذا العنصر تساؤلاً آخر، هو: هل يشترط أن تكون العلامة التجارية مسجلة كشرط للخضوع للسياسة الموحدة؟ أم لا؟

توافقت آراء الفقهاء، وأيدتهم في ذلك قرارات صدرت عن لجان تسوية المنازعات، مفادها، بأنه لا يشترط أن تكون العلامة التجارية مسجلة كشرط للخضوع لقواعد السياسة الموحدة، حيث إن استخدام المشتكي للعلامة فترة طويلة ومستقرة من الزمن، تكسبه الحقوق عليها حتى لو لم تكن مسجلة.<sup>٢٢٧</sup>

وتأيداً لذلك؛ قامت لجنة تسوية المنازعات التابع لمنظمة (الويبو) بتحويل اسم النطاق (jeannettewinterson.com)، الذي استخدم اسم الكاتبة البريطانية (JeannetteWinterson) لصاحبته، حيث أشارت أن المادة الرابعة من السياسة الموحدة لا تتطلب في العلامة التجارية أن تكون مسجلة.<sup>٢٢٨</sup>

ب- إثبات بأن مسجل اسم النطاق لا يملك الحق فيه، أو أي مصلحة مشروعة من تسجيله: مفاد هذا العنصر، أن على المشتكي إثبات أن مسجل اسم النطاق ليس له حق، أو مصلحة شرعية في استخدام اسم النطاق محل النزاع؛ لذا تتطلب قواعد السياسة الموحدة من المشتكي بيان لماذا يجب

<sup>٢٢٦</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذا الرأي الفقهي، يرجى زيارة الرابط التالي:

<http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2000/d2000-0210.html> Visited on 14-11-2008

<sup>٢٢٧</sup> Stacey H. King *Trademarks, Domain Names, and the Uniform Dispute Resolution Policy* " in Lisa E. Criatal & Neal S. Greenfield, *Trademark Law & The Internet*, (2 INTA : New York 2001) 286

<sup>٢٢٨</sup> عدنان سرحان، أسماء النطاق على الشبكة العالمية للمعلوماتية (الانترنت) ، المفهوم والنظام القانوني (٢٠٠٦) ٢٥

مجلة الشريعة والقانون ، جامعة الإمارات العربية المتحدة ٤١

اعتبار مسجل اسم النطاق ليس له حق أو مصلحة مشروعة في هذا الاسم، وتتمتع هيئة التسوية بحرية تقدير مدى توافر هذا الحق أو المصلحة المشروعة، فمجرد عرض اسم النطاق للبيع أو التحويل، يعتبر دليلاً جوهرياً على عدم وجود حق، أو مصلحة مشروعة في استخدام اسم النطاق المتنازع عليه، وهذا ما توافقت عليه العديد من لجان تسوية المنازعات المعتمدة من (الايكان).<sup>٢٢٩</sup>

ففي النزاع بين شركة (Vaper Blast Manufacturing)، وشركة (R&S technologies) الذي نظرتة لجنة تسوية منازعات تابعة لمركز (NAF)،<sup>٢٣٠</sup> اعتبرت الهيئة أن قيام المشتكى عليه بإعلام المشتكى نيته تحويل اسم النطاق إليه، مقابل مبلغ من المال دليل بأن المسجل لم يكن له حق، أو مصلحة مشروعة في اسم النطاق،<sup>٢٣١</sup> كما أن اغلب لجان تسوية المنازعات وجدت أن تسجيل اسم النطاق باسم مجهول أو عدم استعماله، هو دليل على عدم توافر الحق، أو المصلحة المشروعة لدى المسجل.<sup>٢٣٢</sup>

ففي نزاع بين شركة (Ziegenfelder. Co)، وشركة (VMH Enterprises, Inc)، الذي نظرتة لجنة تسوية المنازعات التابعة لمنظمة (الويبو)، وجدت الهيئة أن المسجل فشل في تقديم دليل على ارتباط اسم النطاق المسجل بأي منتجات أو خدمات تتعلق به، وبالتالي لم يكن له حق أو مصلحة مشروعة في اسم النطاق المسجل،<sup>٢٣٣</sup> هذا بالإضافة إلى أن لجان تسوية المنازعات

<sup>229</sup> Michael Froomkin, *Icann "uniform dispute resolution policy"- causes and (partial) cures* (2002) 67 Brooklyn law review 641

<sup>٢٢٠</sup> تشير إلى منتدى التحكيم الوطني الخاص بحل النزاعات، والمعتمد من قبل منظمة (الايكان) بتاريخ ١-١٢-١٩٩٩. مشار إليه أدناه عند الحديث عن إجراءات تقديم الشكوى في هذا المبحث من الدراسة ص ٨٥.

<sup>٢٣١</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذا النزاع، يرجى زيارة الرابط التالي:

<http://www.arbforum.com/domains/decisions/96577.htm> Visited on 16-1-2009

<sup>232</sup> Stacey H. King *Trademarks, Domain Names, and the Uniform Dispute Resolution Policy* " in Lisa E. Criatal & Neal S. Greenfield, *Trademark Law & The Internet*, (2 INTA : New York 2001) 287

<sup>٢٣٣</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذا النزاع، يرجى زيارة الرابط التالي: =

تأخذ بعين الاعتبار بعض المؤشرات التي تؤيد توافر هذا العنصر، كتاريخ المسجل السيئ (سوابقه)، فإذا كانت قد رفعت ضده العديد من الشكاوى من مشتكين مختلفين، فهي قرينة على عدم شرعية التسجيل المتعلق باسم النطاق.<sup>٢٣٤</sup> هذا فيما يتعلق بالمشتكى مالك العلامة التجارية، أما المشتكى عليه المسجل فإنه يستطيع دحض هذه القرينة بإثبات أن له حق ومصلة مشروعة في تسجيل اسم النطاق، حيث حددت المادة الرابعة الفقرة (ج) من السياسة الموحدة<sup>٢٣٥</sup> أن على المسجل، إثبات توافر إحدى الحالات المذكورة في هذه الفقرة، وبدون حصر؛ لإقناع الهيئة بأن له حق، وأن استعماله للاسم شرعي. والحالات التي نصت عليها الفقرة (ج) من السياسة الموحدة هي: (١) أن يثبت مسجل اسم النطاق (المشتكى عليه)، أنه وقيل إقامة أي نزاع حول اسم النطاق، قد استخدمه بالفعل أو برهن على أنه قام بإجراءات تدل على التجهيز لهذا الاستخدام؛ وذلك لعرض منتجاته وخدماته على موقعه الإلكتروني؛ (٢) أن يثبت مسجل اسم النطاق أنه معروف من قبل المستخدمين باسم النطاق المتنازع عليه. (٣) أن يثبت مسجل اسم النطاق، بأن له مصلحة مشروعة عن طريق استغلال اسم النطاق استغلالاً مشروعاً، والذي لا يهدف لتحقيق الربح عن طريق تحويل العملاء لموقعه بإحدى وسائل الربط، وليس لديه النية للإضرار بسمعة

= <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0039.html> Visited on 26-2-2009

<sup>234</sup> Stacey H. King *Trademarks, Domain Names, and the Uniform Dispute Resolution Policy* " in Lisa E. Criatal & Neal S. Greenfield, *Trademark Law & The Internet*, (2 INTA : New York 2001) 288

<sup>٢٣٥</sup> نصت المادة الرابعة الفقرة (ج) من السياسة الموحدة لسوية منازعات أسماء النطاق على ما يلي: **كيفية إثبات الحقوق أو المصالح المشروعة الخاصة بك في اسم النطاق رداً على إحدى الشكاوى.** عند تلقي شكوى، يجب أن تشير إلى **الفقرة هـ** من قواعد لائحة الإجراءات فيما يخص تحديد الطريقة التي ينبغي بها إعداد الرد الخاص بك. أي ظرف من الظروف التالية، على وجه الخصوص ولكن بلا حصر، إذا وُجد من قبل اللجنة أنها تستند على أساس تقييم جميع الأدلة المقدمة، سنتبت الحقوق أو المصالح المشروعة الخاصة بك لاسم النطاق لأغراض **الفقرة ٤ (أ) (ii): (1)** قبل تقديم أي إشعار لك بشأن النزاع، استخدامك، أو التحضير لاستخدام اسم النطاق أو اسم مماثل لاسم النطاق فيما يتعلق بحسن نية تقديم السلع أو الخدمات؛ أو (2) أنك تعتبر (بصفتك الفردية، أو التجارية، أو بكونك أي منظمة أخرى) معروفاً لاسم النطاق، وحتى لو لم تحصل على أي حقوق في علامة تجارية أو علامة خدمة؛ أو (3) أنك تقوم باستخدام مشروع غير تجاري أو عادل لاسم النطاق، بدون نية تحقيق مكاسب تجارية لتضليل المستهلكين أو لتسويه العلامة التجارية أو علامة الخدمة موضع النقاش.



العلامة التجارية، أو علامة الخدمة ذات العلاقة.<sup>٢٣٦</sup>

ج- إثبات أن اسم النطاق تم تسجيله، أو استعماله بسوء نية: يعتبر هذا العنصر من أصعب العناصر إثباتاً، حيث يطلب من المشتكي أن يثبت لهيئة تسوية النزاع بأن اسم النطاق قد سجل، وتم استعماله بسوء نية، وهذا أمر صعب إثباته على أرض الواقع،<sup>٢٣٧</sup> وللتخفيف من صعوبة إثبات هذا العنصر، أوردت المادة الرابعة الفقرة (ب) من السياسة الموحدة<sup>٢٣٨</sup> أربع حالات، إذا توافرت إحداها تعتبر دليل على سوء النية في تسجيل اسم النطاق. هذه الحالات جاءت على سبيل المثال - لا الحصر -، و بالتالي تتمتع لجنة التسوية بسلطة تقديرية في تقدير توافر حالات أخرى تدل على سوء نية مسجل اسم النطاق، ويقع على عاتق المشتكي إثبات توافر إحدى هذه الحالات، فلا يشترط توافر هذه الحالات مجتمعة،<sup>٢٣٩</sup> هذه الحالات هي:<sup>٢٤٠</sup>

(١) إذا كانت الظروف تدل على أن اسم النطاق تم تسجيله بغرض البيع، أو الإيجار، أو التحويل

<sup>٢٣٦</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذه الشروط يرجى زيارة الرابط التالي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/guide/index.html#> Visited on 18-3-2008

<sup>٢٣٧</sup> Dykas Shaver&Nipper.LLP, Make room for trademark: what you should know about the new global domain names (2010) 53 FEB Advocate Journal 29

<sup>٢٣٨</sup> نصت المادة الرابعة الفقرة (ب) من السياسة الموحدة لسوية منازعات أسماء النطاق على ما يلي: (ب) دليل التسجيل والاستعمال عن سوء نية. استناداً إلى الفقرة ٤(أ)(iii)، ستعتبر الظروف التالية، على وجه الخصوص ولكن بلا حصر، إذا وجدت من قبل اللجنة، دليلاً للتسجيل واستعمال اسم نطاق عن سوء نية: (1) الظروف التي تشير إلى أنك قد قمت بتسجيل أو اكتساب اسم النطاق أساساً لغرض البيع والتأجير، أو نقل تسجيل اسم النطاق إلى مقدم الشكوى الذي يعد صاحب العلامة التجارية أو علامة الخدمة أو إلى أحد منافسي مقدم الشكوى هذا مقابل تعويض مالي ذي قيمة كبيرة زيادة عن التكاليف الموثقة الخاصة بك والتي ترتبط مباشرة باسم النطاق؛ أو (2) أنك قد سجلت اسم النطاق لمنع مالك العلامة التجارية أو علامة الخدمة من استخدام العلامة في اسم نطاق مماثل، شريطة تورطك في مثل هذا النمط من السلوك، أو (3) أنك قد سجلت اسم النطاق أساساً بغرض تعطيل أعمال أحد المنافسين؛ أو (4) عن طريق استخدام اسم النطاق، قد حاولت عمداً جذب مستخدمي الإنترنت لموقع الويب الخاص بك أو غيرها من المواقع على الإنترنت، لتحقيق مكاسب تجارية، عن طريق خلق احتمال الخلط مع علامة مقدم الشكوى فيما يخص المصدر، أو الرعاية، أو الارتباط، أو تأييد من موقعك على الويب أو عنوانك أو الموافقة من قبل منتج خاص بك أو خدمة على موقع الويب أو عنوانك.

<sup>٢٣٩</sup> - شريف غنام، حماية العلامات التجارية عبر الإنترنت في علاقتها بالعنوان الإلكتروني ( القاهرة: دار النهضة العربية،

٢٠٠٣) ٢٢٩

<sup>٢٤٠</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذه الحالات، يرجى زيارة الرابط التالي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/guide/index.html#> Visited on 18-4-2009

إلى المشتكي مالك العلامة التجارية، مقابل ثمن مرتفع يتجاوز نفقات التسجيل.

(٢) إذا تم تسجيل اسم النطاق لمنع مالك العلامة التجارية، أو علامة الخدمة من تسجيلها، واستعمالها كاسم نطاق على الانترنت.

(٣) إذا كان الهدف الرئيسي من تسجيل اسم النطاق، هو تعطيل عمل المنافس.

(٤) إذا كان الهدف من تسجيل اسم النطاق هو تحويل مستخدمي الشبكة من أجل الربح لموقع المسجل أو إلى أي موقع آخر على الشبكة؛ ما يؤدي إلى احتمالية الالتباس لدى جمهور المستخدمين مع علامة المنافس، بحيث يعتقدون أن المشتكي راعياً لهذا الموقع، أو أن هناك شراكة أو علاقة تربط بين المسجل ومالك العلامة التجارية.

وتطبيقاً لهذه الحالات ؛ وجدت لجنة تسوية المنازعات التابعة لمنظمة (الويبو)، في نزاع عرض عليها بين شركة (World Wrestling Federation Entertainment Inc.)، والسيد (Michael Bosman)، بان طلب المسجل (Michael Bosman) من الشركة المشتكية (World Wrestling) مبلغاً من المال يزيد على نفقات تسجيل اسم النطاق، مقابل تنازل المشتكى عليه، عن اسم النطاق يعتبر دليلاً كافياً على استعمال اسم النطاق بسوء نية.<sup>٢٤١</sup> وفي نزاع آخر نظرت لجنة تسوية منازعات تابعة لهيئة (NAF)، بين شركة (Quantum Instruments, Inc)، والسيد (Tim Dodge)، وجدت اللجنة أن قيام المسجل (Tim Dodge)، بتسجيل اسم نطاق يشابه العلامة التجارية للمشتكية، مستغلاً عملة لديها، أدى إلى حدوث التباس لدى المستخدمين؛ و إلحاق أضراراً مالية بالشركة المشتكية، وبصورة وسمعة

<sup>٢٤١</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذا النزاع ، يرجى زيارة الرابط التالي:

علامتها التجارية، بالتالي توافر سوء النية لدية.<sup>٢٤٢</sup>

في مجمل الأمر، تتطلب السياسة الموحدة إثبات سوء النية بشكل لا لبس فيه، وعلى نحو واضح وصارم، ولا يكفي الشك، حيث أن الشك يفسر لمصلحة المسجل (المشتكى عليه)، كون السياسة الموحدة جاءت لتسوية حالات التسجيل غير المشروع لأسماء النطاق.

أما بخصوص العلامات التجارية المشهورة،<sup>٢٤٣</sup> فقد اعتبرت قواعد السياسة الموحدة الالتباس في مثل هذه الحالة مفترضاً،<sup>٢٤٤</sup> حيث إن شهرة العلامة التجارية تدخل ضمن حسابات لجنة تسوية المنازعات عند التحري عن سوء النية.

**ثانياً: إجراءات تقديم الشكوى:** بينت السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق الإجراءات التي يتوجب على المشتكى إتباعها في تقديم شكواه، إذ على المشتكى بدايتاً اختيار أحد مراكز تسوية المنازعات المعتمدة من قبل هيئة (الايكان) لتقديم شكواه إليها، وهناك أربعة مراكز معتمدة حالياً تنظر في هذه الشكاوى، حيث تطبق هذه المراكز قواعد السياسة الموحدة المعتمدة من قبل (الايكان) على النزاع المعروض أمامها، كما أن هذه المراكز تطبق قواعد تكميلية خاصة بكل مركز على حدة، دون أن يكون هناك تعارض بين هذه القواعد التكميلية، وقواعد السياسة

<sup>٢٤٢</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذا النزاع ، يرجى زيارة الرابط التالي:

= <http://www.adrforum.com/domains/decisions/96499.htm> Visited on 19-2-2009

<sup>٢٤٣</sup> العلامة التجارية المشهورة هي تصميم مميز أو إشارة أو رمز أو كلمات أو مزيج مما ذكر، تعمل على خلق صورته في ذهن المستهلك لتعريف منتج أو خدمة وتمييزها عن مثيلاتها. ومع مرور الزمن، هذه الصورة للعلامة تحصل على مصداقية ورضى المستهلك من حيث الجودة أو مستوى الخدمة العالي. لمزيد من التفاصيل حول العلامات التجارية المشهورة انظر الموقع الإلكتروني الآتي: <http://www.businessdictionary.com/definition/brand.html>

<sup>٢٤٤</sup> عدنان سرحان، أسماء النطاق على الشبكة العالمية للمعلوماتية ( الانترنت ) ، المفهوم والنظام القانوني ، مجلة الشريعة والقانون ، جامعة الإمارات العربية المتحدة ، العدد الخامس والعشرون ، ٢٠٠٦ ، ص ٤٤

الموحدة.<sup>٢٤٥</sup> هذه المراكز هي:

(١) مركز الوساطة والتحكيم التابع للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO)،<sup>٢٤٦</sup> وتم اعتماده

بتاريخ ١-١٢-١٩٩٩.

(٢) منتدى التحكيم الوطني (NAF)،<sup>٢٤٧</sup> وتم اعتماده بتاريخ ١-١٢-١٩٩٩.

(٣) المعهد الدولي لتسوية المنازعات (CPR)،<sup>٢٤٨</sup> وتم اعتماده بتاريخ ٢٢-٥-٢٠٠٠.

(٤) المركز الآسيوي لتسوية منازعات أسماء النطاق (ADNDRC)،<sup>٢٤٩</sup> وتم اعتماده

بتاريخ ٣-١٢-٢٠٠١.

والغاية من تعدد مراكز تسوية منازعات أسماء النطاق حول العالم، هي:

- تسهياً للمتنازعين، وترك الأمر لهم لإختيار المركز الذي يناسبهم، وغالباً يكون الاختيار بناءً على سمعة المركز.

- سرعة تسوية المنازعات، واحترافية هيئة التسوية، وانخفاض رسوم إجراءات التسوية.

ويعد مركز الوساطة والتحكيم التابع للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) أكثر المراكز

تسوية للمنازعات، يليه منتدى التحكيم الوطني (NAF).<sup>٢٥٠</sup>

بعد اختيار المشتكي مركز التحكيم، يجب تضمين الشكوى عدة بيانات تتطلبها السياسة الموحدة،

<sup>٢٤٥</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذا المركز، يرجى زيارة الرابط التالي:

<http://www.internic.net/faqs/udrp.html> Visited on 22-8-2008

<sup>٢٤٦</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذا المركز، يرجى زيارة الرابط التالي:

<http://www.wipo.int/amc/en/index.html> Visited on 21-2-2010

<sup>٢٤٧</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذا المركز، يرجى زيارة الرابط التالي:

<http://www.adrforum.com/main.aspx?itemID=5&hideBar=False&navID=55&news=3> Visited on 22-8-2009

<sup>٢٤٨</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذا المركز، يرجى زيارة الرابط التالي:

<http://www.cpradr.org/> Visited on 21-2-2010

<sup>٢٤٩</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذا المركز، يرجى زيارة الرابط التالي:

<http://www.adndrc.org/index.html> Visited on 21-2-2010

<sup>٢٥٠</sup> لمزيد من التفاصيل، يرجى زيارة الرابط التالي:

[http://www.inta.org/downloads/tap\\_udrp\\_1paper2002.pdf](http://www.inta.org/downloads/tap_udrp_1paper2002.pdf) , Visited on 18-10-2008

حيث يجب أن تتضمن الشكوى البيانات التالية:

١- بيانات شخصية عن المشتكى (اسمه الشخصي، وعنوانه، وعنوان بريده الإلكتروني)، وغيرها من الأمور.

٢- أدلة تدعم ملكية المشتكى للعلامة التجارية، أو علامة الخدمة المعتدى عليها حسب إدعائه.

٣- بيان رغبة المشتكى في تعيين لجنة لتسوية المنازعات، مكونة من: محكم واحد، أو لجنة تسوية ثلاثية التشكيل.

٤- البيانات الشخصية المتعلقة بالمشتكى عليه المسجل لاسم النطاق (اسمه، وعنوانه، وعنوان بريده الإلكتروني) إن أمكن.

٥- تحديد اسم النطاق محل النزاع.

٦- بيان العلامة التجارية أو علامة الخدمة المعتدى عليها، مع بيان البضائع أو الخدمات التي تمثلها العلامة.

٧- بيان الأسس التي بنيت عليها الشكوى، من حيث خضوع النزاع لقواعد السياسة الموحدة، بإثبات المشتكى أن اسم النطاق المعتدى يطابق علامته التجارية الخاصة به أو يشابهها، وإثبات أن مسجل اسم النطاق لا يملك الحق فيه، أو أية مصلحة مشروعة من تسجيله، وأن اسم النطاق تم تسجيله أو استعماله بسوء نية.<sup>٢٥١</sup>

**ثالثاً: أخطار المشتكى عليه:** بعد تقديم الشكوى، تقوم لجنة تسوية المنازعات التي وقع عليها الاختيار بفحص الشكوى والتأكد من موافقتها لقواعد السياسة الموحدة (UDRP)، حيث يتم إرسال تبليغ يتضمن نسخة عن الشكوى إلى المشتكى عليه، وذلك خلال ثلاثة أيام بعد تسديد

<sup>٢٥١</sup> للمزيد من التفاصيل حول هذه البيانات، يرجى زيارة الرابط التالي:

الرسوم.

إذا كان هناك نقص في الشكوى، يقوم المركز بإبلاغ المشتكى والمشتكى عليه بطبيعة هذا النقص، حيث يتم منح المشتكى خمسة أيام؛ لتلافي النقص تحت طائلة اعتباره متنازلاً عن شكواه، في حال عدم إجراء التصحيح خلال المدة المذكورة، بعد ذلك يقوم المركز بتبليغ كل من المشتكى، والمشتكى عليه، ومكتب تسجيل أسماء النطاق المعتمد ذي العلاقة، وكذلك هيئة (الايكان).<sup>٢٥٢</sup>

رابعاً: اللائحة الجوابية: يلتزم المشتكى عليه بتقديم لائحة جوابية، مرفق معها جميع الوثائق والأدلة التي تدعم دفاعه، خلال مدة عشرين يوماً من تاريخ بدء الإجراء، ويجب أن تتضمن اللائحة الجوابية دفاع المشتكى عليه حول الادعاءات التي وردت في شكوى المشتكى، مع تضمين اللائحة جميع الحجج الداحضة والداعمة لشرعية تسجيل اسم النطاق واستعماله، كما يجب أن يبدي المشتكى عليه موقفه من تشكيل لجنة تسوية المنازعات (فردية، أو ثلاثية)، وإذا لم يتم المشتكى عليه بتقديم لائحة جوابية ولم يتقدم بعذر مقبول، فإن الهيئة تقضي في النزاع وفق ما ورد من طلبات في دعوى المشتكى.<sup>٢٥٣</sup>

خامساً: نظر النزاع وإصدار الحكم: بعد التأكد من صحة الإجراءات – المشار إليها أعلاه – ، تفصل لجنة التسوية في النزاع المعروض أمامها، اعتماداً على المستندات والأدلة المقدمة من قبل الخصوم، واستناداً لقواعد السياسة الموحدة، إضافة إلى أي من القواعد أو المبادئ القانونية التي يمكن تطبيقها على هذا النزاع. ويصدر قرار لجنة تسوية المنازعات خلال مدة أربعة عشر يوماً

<sup>٢٥٢</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذا الإخطار، يرجى زيارة الرابط التالي:

<http://www.icann.org/dndr/udrp/uniform-rules.htm#3bxiii> Visited on 13-2-2009

<sup>٢٥٣</sup> Elizabeth Woodard, *The Udrp, Adr, and arbitration: using proven solutions to address perceived problems with the udrp* (2009) 19 Fordham intellectual property, media and entertainment law journal 1189

من تاريخ بدء إجراءات النظر في الشكوى، في الأحوال العادية وغياب الظروف الاستثنائية، مع إرسال نسخة عن القرار إلى مكتب خدمة تسوية المنازعات التابع (للايكان)، الجهة المخولة والمسئولة عن تعيين اللجنة، وفي حالة صدور القرار عن هيئة ثلاثية التشكيل، يجب أن يكون بأغلبية أصوات أعضاء الهيئة، كما يجب صدور القرار مكتوباً ومسبباً مع بيان أسماء الهيئة الحاكمة.<sup>٢٥٤</sup>

والقرارات الصادرة عن هيئات تسوية المنازعات المعتمدة من (الايكان) تقتصر على ثلاثة أحكام، هي:

- الحكم لصالح المشتكي، وإصدار قرار بنقل اسم النطاق محل النزاع إليه.
- الحكم لصالح المشتكي، وإصدار قرار بإلغاء اسم النطاق محل النزاع وشطبه.
- أو الحكم لصالح المشتكى عليه مسجل اسم النطاق محل النزاع، إذا وجد أن المسجل له الحق في اسم النطاق، وكان استعماله للاسم شرعياً،<sup>٢٥٥</sup> وإذا وجدت الهيئة أن الشكوى كانت كيدية يجب التصريح بذلك في القرار ورد الشكوى.<sup>٢٥٦</sup> والجدير بالذكر، أن الهيئة لا تملك إلزام أحد الأطراف بالتعويض عن الأضرار التي لحقت بالطرف الآخر، حيث إن التعويض يدخل ضمن اختصاص المحاكم العادية المختصة، ولا يدخل ضمن اختصاص هذه الهيئات.<sup>٢٥٧</sup>

<sup>٢٥٤</sup> لمزيد من التفاصيل ، يرجى زيارة الرابط التالي:

<http://www.icann.org/dndr/udrp/uniform-rules.htm#3bxiii> Visited on 22-3-2008

<sup>٢٥٥</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذه الأحكام، يرجى زيارة الرابط التالي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/guide/index.html#a> Visited on 23-4-2008

<sup>٢٥٦</sup> <http://arbiter.wipo.int/domains/guide/index.html#a> Visited on 22-3-2009

<sup>٢٥٧</sup> شريف غنام، حماية العلامات التجارية عبر الإنترنت في علاقتها بالعنوان الإلكتروني (١ دار النهضة العربية: القاهرة

بعد استعراض إجراءات وآليات تسوية منازعات أسماء النطاق والعلامات التجارية وفق قواعد السياسة الموحدة، يجب التساؤل عن بعض الأمور التي قد تثار أثناء نظر النزاع أمام هيئة التسوية منها: هل يجوز نقل اسم النطاق أثناء نظر النزاع؟ وهل يجوز تغيير مكتب التسجيل المعتمد من قبل (الايكان)؟ هل يجوز لطرفي النزاع تسويته ودياً، قبل صدور قرار الهيئة، ووقف الإجراء الإداري؟. وأخيراً ما مدى إلزامية القرار الصادر عن هيئة التسوية؟

فيما يتعلق بالسؤال الأول، الأصل أنه لا يجوز للمشتكى عليه نقل اسم النطاق محل النزاع لشخص آخر في أثناء نظر النزاع، كما يجب عليه عدم نقل الاسم مدة خمسة عشر يوماً بعد انتهاء الإجراء الإداري. ولا يجوز للمشتكى عليه نقل اسم النطاق محل النزاع لشخص آخر، في حالة رفض أحد الأطراف القرار الصادر عن هيئة التسوية، وقام برفع دعوى أمام محكمة مختصة، أو هيئة تحكيم.<sup>٢٥٨</sup> وهناك استثناء على هذه القاعدة، حيث يمكن نقل اسم النطاق إلى شخص آخر في أثناء نظر النزاع في حال تعهد هذا الشخص (الذي تم نقل اسم النطاق إليه) خطياً، بالخضوع للقرار الذي سيصدر عن المحكمة، أو هيئة التسوية مهما كان ذلك القرار.<sup>٢٥٩</sup>

فيما يتعلق بالسؤال الثاني، لا يجوز للمشتكى عليه تغيير مكتب التسجيل المعتمد أثناء نظر النزاع، أو بعد انتهاء الإجراء الإداري لمدة خمسة عشر يوماً، إلا أنه يجوز تغيير مكتب التسجيل المعتمد أثناء نظر النزاع من قبل محكمة مختصة، أو هيئة تسوية؛ وذلك لأن تغيير مكتب التسجيل لن يؤثر في خضوع اسم النطاق لإجراءات المحاكمة؛ لأن المكاتب المعتمدة تلتزم بسياسة القواعد الموحدة المعتمدة من (الايكان)، وبالتالي الالتزام بتنفيذ القرار في حال صدوره من قبل المحكمة المختصة، أو هيئة التسوية.<sup>٢٦٠</sup>

<sup>258</sup> <http://www.chillingeffects.org/udrp/faq.cgi#QID72> Visited on 22-3-2008

<sup>259</sup> <http://www.auda.org.au/pdf/drwg-audrp-draft.pdf> Visited on 22-3-2008

<sup>٢٦٠</sup> لمزيد من التفاصيل ، انظر: =



فيما يتعلق بالسؤال الثالث، إذا توصل أطراف النزاع إلى تسوية قبل صدور قرار من هيئة التسوية التي تنتظر النزاع، فعلى الهيئة أن تقرر وقف الإجراءات الإداري، و إذا أصبح ليس من الضروري، أو هناك استحالة نظر النزاع لأي سبب من الأسباب قبل صدور قرار من الهيئة التي تنتظر النزاع، فعلى هذه الهيئة أن تقرر وقف الإجراءات الإداري.<sup>٢٦١</sup>

أخيراً، فيما يتعلق بالزامية القرار الصادر عن هيئة التسوية التي تنتظر النزاع وتنفيذه، فإن القرار الصادر عن الهيئة في النزاع، غير ملزم للأطراف، إذ يجوز لأحد الأطراف إقامة دعوى أمام أحد المحاكم المختصة، أما إذا ارتضى أطراف النزاع بقرار الهيئة، وهذا هو الغالب، يقوم مكتب التسجيل الذي قام بتسجيل اسم النطاق محل النزاع، بتنفيذ قرار الهيئة بعد عشرة أيام من تاريخ تبليغه نسخة عن القرار، مرسله من مكتب خدمات تسوية المنازعات التابع (للايكان)، أما إذا تلقى مكتب التسجيل المعني من أحد أطراف النزاع خلال مدة عشرة أيام – المذكورة – نسخ عن وثائق رسمية، مثل: لائحة دعوى موسومة بخاتم رسمي أو غيرها، تفيد بأن أحد الأطراف قام برفع دعوى قانونية أمام أحد المحاكم المختصة، عندها يقوم مكتب التسجيل بوقف جميع الإجراءات (النقل، الإلغاء أو الشطب) إلى حين البت بالنزاع أمام تلك المحكمة.<sup>٢٦٢</sup>

أما عن حجية قرار هيئة التسوية فإن سياسة (الايكان) لتسوية منازعات أسماء النطاق، وبالرغم من أنها جعلت من إجراءات التسوية الإدارية إلزامية، غير أنها في الوقت نفسه قد أنقصت من قيمتها عندما لم تعترف لها بقوة الشيء المقضي به، ولهذا فإن قرار التسوية لا يشكل على الإطلاق قراراً نهائياً، فهو قرار من طبيعة شبه قضائية قابل لإعادة النظر فيه من قبل

= <http://www.icann.org/dndr/udrp/policy.htm> Visited on 23-5-2009

<sup>٢٦١</sup> لمزيد من التفاصيل، انظر:

<http://arbiter.wipo.int/domains/guide/index.html#a> Visited on 22-3-2009

<sup>٢٦٢</sup> لمزيد من التفاصيل، يرجى زيارة الرابط التالي:

<http://arbiter.wipo.int/domains/guide/index.html#a> Visited on 26-3-2009

القضاء.<sup>٢٦٣</sup> حيث يستطيع مالك العلامة التجارية المسجلة رفع دعوى قضائية أمام المرجع القضائي الوطني<sup>٢٦٤</sup>

ويتبين لنا يعد بيان آلية تسوية المنازعات وفق السياسة الموحدة لتسوية المنازعات (UDRP)، أنها نجحت في تسوية العديد من المنازعات، وأثبتت فعالية كبيرة في هذا المجال، وتم تبنيتها من الهيئات الدولية وكثير من النطاقات الوطنية، إلا أنها – كما بينا أعلاه – لا تحمل صفة إلزامية، حيث يمكن للأفراد الطعن بقرارات هيئات التسوية أمام القضاء.

وحيث أن الطريق مفتوح أمام الخصوم لإقامة الدعاوى القانونية أمام القضاء، إذا لم يرتضوا قرار هيئة التسوية، بالتالي سنتحدث في المبحث القادم عن تسوية منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق عن طريق القضاء الوطني، وكذلك دور القضاء الأمريكي في هذا المجال؛ نظرا للدور الرائد لهذا القضاء في تطويع القواعد العامة المتاحة أمامه، عند ظهور هذا النوع من المنازعات، وإرساء مبادئ وقواعد تم تبنيتها لاحقا ضمن تشريع لمحاربة القرصنة الالكترونية على شبكة الانترنت.

<sup>٢٦٣</sup> عدنان سرحان، أسماء النطاق على الشبكة العالمية للمعلوماتية ( الانترنت ) ، المفهوم والنظام القانوني (٢٠٠٦) ٢٥ مجلة

الشريعة والقانون ، جامعة الإمارات العربية المتحدة ٤١

<sup>٢٦٤</sup> <http://arbiter.wipo.int/domains/guide/index.html#a> Visited on 22-3-2009

### المبحث الثالث

## تسوية منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق عن طريق القضاء الوطني

لمالك العلامة التجارية التي تم التعدي عليها على شبكة الانترنت في الأراضي الفلسطينية، اللجوء للقضاء الفلسطيني لإقامة دعاوى قضائية عامة لحمايتها، في ظل غياب قانون فلسطيني خاص يحمي العلامات التجارية من القرصنة الالكترونية على شبكة الانترنت. وهذه الدعاوى القضائية العامة، لا تستند إلى أساس قانوني واحد وإنما تستند إلى أسس قانونية مختلف، إذ يمكن الاستناد في إقامتها، على بعض القواعد القانونية التي وردت في القوانين الناطمة للمسؤولية التقصيرية، وقانون العلامات التجارية الأردني رقم (٣٣) لسنة (١٩٥٢) الساري في الضفة الغربية.<sup>٢٦٥</sup> ويجب الإشارة إلى أن هذه القوانين لم تعالج مسألة تسوية منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق على شبكة الانترنت بشكل مباشر، إنما يمكن تطويع وتكييف هذه القواعد لتسوية هذه المنازعات.

ويجب الإشارة إلى أن العلامات التجارية المشمولة بهذه الدعاوى هي العلامات التجارية غير المسجلة في فلسطين سواء أكانت بشكلها التقليدي، أو ضمن النطاق الوطني الفلسطيني، حيث إن العلامات التجارية المسجلة محمية بحكم القانون،<sup>٢٦٦</sup> وبإمكان مالكيها إقامة الدعاوى المدنية والجزائية لرد الاعتداء.

وبناءً على ذلك، يمكن لمالك العلامة التجارية المعتدى عليها عن طريق تسجيل اسم نطاق

<sup>٢٦٥</sup> قانون العلامات التجارية رقم ٣٣، منشور في الجريدة الرسمية، بتاريخ ١-٦-١٩٥٢، العدد ١١١٠، صفحة ٢٤٣

<sup>٢٦٦</sup> قانون العلامات التجارية رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢، وكذلك قانون العلامات التجارية الفلسطيني رقم ٣٥ لسنة ١٩٣٨.

يشابهها أو يطابقها في فلسطين إقامة عدة دعاوى، وهي: دعوى تقليد العلامة التجارية، ودعوى المنافسة غير المشروعة، وهذه الدعاوى تستند على بعض القواعد العامة في المسؤولية التصيرية.<sup>٢٦٧</sup> كما بإمكان مالك العلامة التجارية إقامة دعوى ترقين (شطب) اسم النطاق الذي يحوي علامة تجارية مسجلة في الخارج، استناداً إلى قانون العلامات التجارية الأردني رقم (٣٣) لسنة (١٩٥٢) الساري في الضفة الغربية.

ويشير الواقع العملي إلى أنه لم يتم عرض أي نزاع على القضاء الوطني، يتعلق بهذه الدعاوى حتى تاريخ هذا البحث، كما أن النظام القانوني الفلسطيني يفتقر إلى معايير واضحة، يمكن أن يسير عليها القضاء الفلسطيني لتوحيد وسائل حماية العلامات التجارية على شبكة الانترنت؛ لذا وجدنا أنه من المناسب دراسة تجربة القضاء الأمريكي في هذا المجال للاستفادة من القواعد العامة، والمعايير التي أساسها هذا القضاء؛ لحماية العلامات التجارية على شبكة الانترنت، وذلك قبل صدور تشريع أمريكي عالج مسألة القرصنة على شبكة الانترنت، الذي تبنى القواعد التي أساسها هذا القضاء.

استناداً إلى ذلك، وجدنا أنه من المناسب تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين: تناول المطلب الأول الدعاوى القضائية العامة التي تتعلق بحماية العلامات التجارية على شبكة الانترنت في النظام القانوني الفلسطيني، أما المطلب الثاني يتناول الحديث عن دور القضاء الأمريكي في حماية العلامات التجارية، وقانون حماية المستهلك ضد قرصنة أسماء النطاق الأمريكي.

<sup>٢٦٧</sup> تم إجراء مقابلة من قبل الباحث مع قاضي محكمة العدل العليا الفلسطينية في رام الله، وهما، سعادة القاضي: عبدالله غزلان، وسعادة القاضي: محمود حماد، بتاريخ ١٢/١٩/٢٠١٠ لإبداء رأيهما في اجتهاد الباحث في إمكانية إقامة مثل هذه الدعوى، في ظل غياب قانون خاص ينظمها وأبديا بأن الاجتهاد قد يكون مستساغاً مبدئياً من الناحية القانونية، في ظل واقع عدم إقامة أي نزاع أمام القضاء الفلسطيني يتعلق بموضوع البحث حتى الآن.

## المطلب الأول

الدعاوى القضائية العامة المتعلقة بحماية العلامات التجارية على شبكة الانترنت في

### النظام القانوني الفلسطيني

يمكن الاستنتاج بان النظام القانوني الفلسطيني يتضمن ثلاثة أنواع من الدعاوى القضائية، التي يمكن أن يستفيد منها مالك العلامة التجارية لحماية علاماته التجارية على شبكة الانترنت. هذه الدعاوى هي: دعوى تقليد العلامة التجارية، ودعوى المنافسة غير المشروعة، ودعوى ترقين (شطب العلامة التجارية).

### أولاً: دعوى تقليد العلامة التجارية

تعتبر هذه الدعوى من الدعاوى المدنية، التي يمكن لمالك العلامة التجارية المعتمد عليها الاستفادة منها، لرد الاعتداء الذي وقع على علامته التجارية؛ لإلغاء تسجيل اسم النطاق المقلد لهذه للعلامة. وهذه الدعوى هي إحدى صور المنافسة غير المشروعة.<sup>٢٦٨</sup> ويقصد بالتقليد (بالمفهوم التقليدي) " النقل الحرفي للعلامة التجارية"<sup>٢٦٩</sup>، أو على الأقل نسخ الجزء الأساسي المميز للعلامة،<sup>٢٧٠</sup> والأساس القانوني لإقامة هذه الدعوى، يستند إلى قواعد المسؤولية التقصيرية بشكل عام،<sup>٢٧١</sup> التي مناطها العمل غير المشروع الذي يقوم بالإخلال بالتزام قانوني لا يتغير

<sup>٢٦٨</sup> زينه الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية ( دار ومكتبة الحامد:عمان ٢٠٠٢ ) ٦٤

<sup>٢٦٩</sup> سميحة القليوبي، لموجز في القانون التجاري(مكتبة القاهرة الحديثة: القاهرة ١٩٧٢) ٣١٣

<sup>٢٧٠</sup> محمد أحمد، العلامات التجارية - جريمة الغش التجاري، ج١(بدون ناشر: القاهرة ١٩٥٥) ١١٢

<sup>٢٧١</sup> حماد عزب، المنافسة غير المشروعة في مجال الإعلانات التجارية ( دار النهضة العربية: القاهرة ٢٠٠٤ ) ١٣٣

دائماً، وهو الالتزام بتجنب العمل غير المشروع الذي يصيب الغير.<sup>٢٧٢</sup> ووردت أحكام المسؤولية التقصيرية المتعلقة بالتقليد ضمن قانون المخالفات المدنية الفلسطينية رقم (٣٦) لسنة (١٩٤٤)،<sup>٢٧٣</sup> حيث نصت المادة (٣٣) منه على أن: "كل من تسبب، أو حاول أن يتسبب، في جعل أية سلعة تؤخذ خطأ، على أنها من سلع شخص آخر، على وجه يحتمل أن يحمل المشتري العادي على الاعتقاد بأنه يشتري من سلع ذلك الرجل الآخر، وذلك عن طريق تقليد اسم السلعة، أو وصفها، أو علامتها، أو البطاقة الملحقة بها، يعتبر أنه ارتكب مخالفة مدنية بحق ذلك الشخص الآخر، ويشترط في ذلك أن لا يعتبر أحد أنه ارتكب مخالفة مدنية لمجرد استعمال اسمه الخاص فيما يتصل ببيع أية سلعة."

وبناء على ذلك، يحق لمالك العلامة التجارية منع المعتدي من استخدام علامته التجارية على الانترنت، إذا كان استخدامه سيؤدي إلى احتمالية كبيرة للالتباس بين جمهور المستهلكين، وأكثر حالات الالتباس وضوحاً هي حالة التقليد؛ لأن المعتدي يعتمد على الاحتمالية الكبيرة للالتباس، لتمرير بضائعه على أنها بضائع مالك العلامة الأصلي، أو الحقيقي.<sup>٢٧٤</sup>

ويجب توافر أربعة شروط لإقامة دعوى تقليد العلامة التجارية استناداً لهذا النص، منها شرطان يمكن استنتاجهما كون هذه الدعوى مكيفة لتتماشى مع مفهوم التعدي الناتج عن تسجيل أسماء النطاق على شبكة الانترنت. هذان الشرطان هما: إثبات ملكية العلامة التجارية المقلدة؛ والالتباس والخلط بين العلامة التجارية واسم النطاق في ذهن المستهلك، بالإضافة للشروط العامة لدعوى

<sup>٢٧٢</sup> عبد الحكم فودة، موسوعة التعويضات المدنية، ج(١) المكتب الدولي للموسوعات القانونية: الإسكندرية (٢٠٠٦) ٧

<sup>٢٧٣</sup> منشور في الوقائع الفلسطينية، العدد ١٣٨٠، بتاريخ ٢٨-١٢-١٩٤٤، ص ١٤٩

<sup>٢٧٤</sup> <http://www.goldbergkohn.com/CM/ArticleofInterest/ArticleofInterest174.asp> Visited on 23-11-2008

التقليد وهي: الخطأ؛ والضرر،<sup>٢٧٥</sup> وسنسلط الضوء على هذه الشروط وفق الآتي:

١- إثبات ملكية العلامة التجارية: يجب على مالك العلامة التجارية التي تم التعدي عليها إثبات ملكيته لهذه العلامة،<sup>٢٧٦</sup> وذلك بتقديم شهادة تسجيلها على النطاق الدولي - مسجلة في أكثر من دولة - أو في موطن مالك العلامة الأصلي؛ للثبوت من أنه يملك الحقوق المقررة قانوناً له على هذه العلامة، حيث لا يتصور أن يتقدم شخص لإقامة هذه الدعوى في فلسطين دون إثبات ملكيته لهذه العلامة، وذلك بإبراز شهادة تسجيلها في موطنه الأصلي، أو شهادات تسجيلها في أكثر من دولة في العالم، إذا كانت علامة تجارية عالمية.

٢- الالتباس والخلط بين العلامة التجارية واسم النطاق في ذهن المستهلك: يشترط لقبول دعوى التقليد أن يثبت مالك العلامة التجارية أن استخدام اسم النطاق من جانب المسجل على شبكة الانترنت أدى إلى الالتباس و الخلط في ذهن المستهلك، بين العلامة التجارية واسم النطاق المطابق أو المشابه لهذه العلامة، ما يلحق الضرر بمالك العلامة الحقيقي، وكلما كانت البضائع والخدمات متشابهة أو متماثلة كلما زادت الالتباس لدى المستهلك، ويعود تقدير توافر هذا الشرط لقاضي الموضوع استناداً على ظروف كل حالة على حدة.<sup>٢٧٧</sup>

٣- الخطأ: هو الإخلال بواجب قانوني مقترن بإدراك المُخل إياه.<sup>٢٧٨</sup> و يتمثل هذا الشرط بإرتكاب مسجل اسم النطاق فعل التقليد، وهو الركن المادي في فعل التعدي، كما يجب إدراك

<sup>275</sup> حلو عبد الرحمان أبو حلو ، دعوى المنافسة غير المشروعة في القانون الأردني (٢٠٠٤) ١ مجلة القانون و الاقتصاد،

جامعه القاهرة ٤٨

<sup>٢٧٦</sup> شريف غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني (١ دار النهضة العربية: القاهرة ٢٠٠٣) ١٦١.

<sup>٢٧٧</sup> شريف غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني (١ دار النهضة العربية: القاهرة ٢٠٠٣) ١٦١.

<sup>٢٧٨</sup> محمد الشامي، ركن الخطأ في المسؤولية المدنية(دار النهضة العربية:القاهرة ١٩٩٠) ٩٨.

المعتدي لنتائج فعله الركن المعنوي؛ أي: اتجاه نيته لارتكاب فعل التقليد.<sup>٢٧٩</sup> ويجب أن يكون التقليد مطابقاً أو مشابهاً للعلامة التجارية؛ أي: أن يكون اسم النطاق المكون للعنوان الإلكتروني مطابقاً تماماً للعلامة، أو أن جزء منه يشابهها؛ مما يؤدي إلى إرباك المستخدم المستهلك وتضليله؛ ما يحمله على الاعتقاد بأن هذا الموقع هو لمالك العلامة التجارية، أو أن مالكها راع لهذا الموقع، أو أن هناك شراكة بينه وبين مسجل الموقع المعتدي؛<sup>٢٨٠</sup> ما يلحق الضرر بصورة العلامة التجارية لدى مستخدمي شبكة الانترنت. وكلما كانت البضائع أو الخدمات متشابهة؛ كلما زاد التباس المستهلك بشكل أكبر، وقد استند القضاء الأمريكي في فكرة الخطأ في مثل هذه الدعاوى على فكرة (Dilution)،<sup>٢٨١</sup> وهي تعني: الضرر الذي يلحق بصورة العلامة التجارية، التي تم بذل الجهد والمال؛ لكسب ثقة المستهلك المستخدم بها.<sup>٢٨٢</sup>

والجدير بالذكر، أن تقليد العلامة التجارية، أو إحداث التشابه الذي قد يؤدي إلى غش المستهلكين لا يقاس بوجود بعض الاختلافات في التفاصيل بين العلامة التجارية واسم النطاق؛ بل يجب أن تؤخذ العلامة واسم النطاق بالمظهر العام ككل؛ لتحديد إذا كان هناك تشابه يؤدي إلى غش المستهلكين.<sup>٢٨٣</sup> وهذا ما أقرته محكمة العدل العليا الأردنية، حيث قضت بأن: "المسائل التي لها تأثير في تقرير مسألة التشابه في العلامة التجارية، هي الفكرة الأساسية التي تنطوي عليها

<sup>٢٧٩</sup> عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، ج١ (٤ منشورات الحلبي: بيروت ١٩٩٨) ٨٨٢.

<sup>٢٨٠</sup> شريف غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الإلكتروني (١ دار النهضة العربية: القاهرة ٢٠٠٣) ١٦١

<sup>٢٨١</sup> (Dilution) من المبادئ التي أرساها القضاء الأمريكي، وتم تبنيها على شكل تشريع لاحقاً ( Trademark Dilution Act of 1995)، و هو حق مالك العلامة التجارية المشهور بمنع الآخرين من استعمال علامته، لأن هذا الاستعمال غير المشروع يلحق الضرر بصورة العلامة لدى المستهلكين، دون حاجة لإثبات التباس المستهلكين التي كان يتطلبها القضاء لإثبات التعدي. لمزيد من المعلومات انظر الموقع الإلكتروني التالي:

<http://www.bitlaw.com/trademark/dilution.html> visited on 2-4-2009

<sup>٢٨٢</sup> Neal Slifkin, *Trademark protection and enforcement* (2009) Intellectual property practice group 2

<sup>٢٨٣</sup> سمير فرنان، قضايا القرصنة التجارية والصناعية والفكرية (منشورات الحلبي: بيروت ٢٠٠١) ٧٨



العلامة التجارية، ومظاهرها الرئيسية، ونوع البضاعة، والأشخاص المستهلكين للبضاعة، وعليه فلا يجوز تسجيل العلامة التجارية، إذا كان التشابه من شأنه غش الجمهور.<sup>٢٨٤</sup> فلو قام شخص بتسجيل اسم نطاق يطابق أو يشابه لعلامة تجارية، فإن المستخدم سيفاجأ بأن الموقع لا يخص مالك العلامة، أو أن الموقع غير مفعل على شبكة الانترنت، أو أن الموقع يعرض سلعاً مشابهة مقلدة لسلع مالك العلامة، وأقل جودة؛ مما يلحق الضرر الكبير بصورة العلامة التجارية لدى المستخدمين، وهذا هو الخطأ المتصور في هذه الدعوى.

٤- الضرر: يجب أن يؤدي تقليد العلامة التجارية على شبكة الانترنت إلى إلحاق ضرر بمالك العلامة التجارية، كتحقق الالتباس لدى المستهلك، وانصرافه عن بضائع أو خدمات مالك العلامة؛ ما يلحق خسائر مالية بمالك العلامة التجارية، وكذلك يلحق الأذى بسمعة وصورة العلامة لدى جمهور المستهلكين.<sup>٢٨٥</sup> فالضرر الذي يستتبع المسؤولية التقصيرية، هو الأذى الذي يصيب مالك العلامة من جراء المساس بحق من حقوقه، أو بمصلحة مشروعة له على علامته التجارية.<sup>٢٨٦</sup> ويجب التويه إلى أن نص المادة (٣٣) من قانون المخالفات المدنية، قد أعفت مالك العلامة المعتدى عليها من إثبات الضرر؛ بل أكثر من ذلك، تطلب القانون من مالك العلامة التجارية أن يثبت أن المدعى عليه (المعتدي)، حاول فقط أن يتسبب في تضليل الجمهور؛ للاعتقاد بأنه يستخدم موقع المدعى، أو أن السلع أو الخدمات المعروضة على الموقع، هي لمالك العلامة التجارية المعتدى عليها.<sup>٢٨٧</sup>

على سبيل المثال: لو قام أحد أصحاب مطاعم الدجاج المقلي في فلسطين بتسجيل اسم النطاق

<sup>٢٨٤</sup> عدل عليا قرار رقم ٩٤١٣٩١ منشور سنة ١٩٩٥، مجلة نقابة المحامين الأردنيين، ص ١٨٤٧

<sup>٢٨٥</sup> حسن الذنون، المبسوط في المسؤولية المدنية (دار وائل للنشر: عمان ٢٠٠٦) ٢٧٧

<sup>٢٨٦</sup> عبد العزيز اللصاص، المسؤولية المدنية التقصيرية الفعل الضار (دار الثقافة للنشر والتوزيع: عمان ٢٠٠٢) ٦٣

<sup>٢٨٧</sup> سعاد الصايغ، الوجيز في شرح قانون المخالفات المدنية (بدون ناشر: غزة ١٩٩٧) ٢٤٣

(www.kfc.ps)، وهي علامة مملوكة لسلسلة مطاعم دجاج مقلي عالمية، فإن من حق مالك هذه العلامة التجارية المشهورة (kfc)، إقامة دعوى أمام القضاء الفلسطيني لإلغاء تسجيل اسم النطاق المطابق لعلامته التجارية؛ لأن مسجله يقدم سلع تماثل السلع التي يقدمها مالك العلامة الأصلي؛ مما يؤدي إلى غش المستهلك الفلسطيني، أو يحمله على الاعتقاد بأن هذا الموقع يمثل المالك الحقيقي للعلامة، وبالتالي إلحاق الضرر بعلامة المالك الأصلي.

ولمالك العلامة التجارية إذا ما اثبت دعواه الطلب من المحكمة وقف استخدام اسم النطاق المشابه أو المطابق لعلامته التجارية المعتدى عليها، أو إلغاء، أو نقل اسم النطاق المطابق إلى مالك العلامة التجارية المعتدى عليها.

ويمكن القول : إن هذا النص جيد رغم قدمه، ويحمل فكرة تشبه ما ذهب إليه القضاء الأمريكي في قيام الخطأ على أساس فكرة (Dilution)، حيث وجد القضاء أن استخدام اسم النطاق المشابه، أو المطابق للعلامة التجارية المشهورة؛ سيؤدي حتماً إلى الاحتمالية الكبيرة للالتباس في مصدر السلعة، أو الخدمة، أو الراعي لها، في أذهان المستخدمين والمستهلكين.<sup>288</sup>

#### ثانياً: دعوى المنافسة غير المشروعة

يقصد بها في المفهوم التقليدي، استعمال وسيلة غير مشروعة، أو غير متوافقة مع الأعراف التجارية والأخلاقية، للسيطرة على السوق التجارية، أو الاستئثار بالمستهلكين؛ بغية إلحاق الضرر بفئة معينة من الناس بصورة مقصودة.<sup>289</sup> وتستند دعوى المنافسة غير المشروعة إلى

<sup>288</sup> Neal S. Greenfield, *Trademark Dilution* in Lisa E. Criatal & Neal S. Greenfield, *Trademark Law & The Internet*, (2 INTA : New York 2001) 233

<sup>289</sup> نعيم مغيب، الماركات التجارية و الصناعية (بدون ناشر: بيروت ٢٠٠٨) 199

قواعد المسؤولية التقصيرية بشكل عام،<sup>٢٩٠</sup> كما هو الحال في دعوى تقليد العلامة التجارية؛ كون التقليد شكلاً من أشكال المنافسة غير المشروعة،<sup>٢٩١</sup> فهناك العديد من أشكال المنافسة غير المشروعة بالمفهوم القانوني للمنافسة، والشكل المقصود في هذه الدعوى هو حصول الالتباس، أو احتمالية الالتباس لدى مستخدم شبكة الانترنت.<sup>٢٩٢</sup>

وتعتبر هذه الدعوى مساندة، ومكملة لدعوى التقليد؛ حيث يتم اللجوء لها في الحالات التي لا تتوفر فيها شروط تطبيق دعوى التقليد. ويجب توافر شروط دعوى المنافسة غير المشروعة بشكلها التقليدي، في الدعاوى التي ترفع ضد أي تعدٍ على شبكة الانترنت، مع مراعاة بعض الأمور المتعلقة بطبيعة العلامات التجارية على شبكة الانترنت، حيث يحق لمالك العلامة التجارية حماية علامته؛ بإقامة دعوى المنافسة غير المشروعة ضد أي من المعتدين من أصحاب المواقع الالكترونية، التي يشابه اسم النطاق فيها علامته التجارية أو يماثلها،<sup>٢٩٣</sup> و يمكن تحديد شروط دعوى المنافسة غير المشروعة على شبكة الانترنت بأربعة شروط، منها شرطان يتعلقان بطبيعة هذه الدعوى على شبكة الانترنت وهما: المنافسة؛ وإثبات ملكية العلامة التجارية،<sup>٢٩٤</sup> بالإضافة للشروط العامة لدعوى المنافسة غير المشروعة وهي: الخطأ؛ والضرر وسنسلط الضوء على هذه الشروط وفق الآتي:

١- إثبات ملكية العلامة التجارية: يجب على مالك العلامة التجارية التي تم التعدي عليها إثبات ملكيته لهذه العلامة، وذلك بتقديم شهادة تسجيلها على النطاق الدولي - مسجلة في أكثر من دولة

<sup>٢٩٠</sup> حماد عزب، دعوى المنافسة غير المشروعة في الإعلانات التجارية (دار النهضة العربية: القاهرة ٢٠٠٤) ١٣٣

<sup>٢٩١</sup> زينه الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية (دار ومكتبة الحامد: عمان ٢٠٠٢) ٦٤

<sup>٢٩٢</sup> نعيم مغيب، الماركات التجارية و الصناعية (بدون ناشر: بيروت ٢٠٠٨) ١٩٩

<sup>٢٩٣</sup> شريف غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني (١ دار النهضة العربية: القاهرة

(٢٠٠٣) ١٦٢ - ١٦٤

<sup>٢٩٤</sup> حلو أبو حلو، دعوى المنافسة غير المشروعة في القانون الأردني (٢٠٠٤) ٧١ مجلة القانون والاقتصاد، جامعة القاهرة

- أو في موطن مالك العلامة الأصلي؛<sup>٢٩٥</sup>

٢- المنافسة: يجب أن تكون هناك منافسة حقيقية بين العلامة التجارية واسم النطاق؛ من حيث تماثل السلع وتشابهها، أو الخدمات التي يتعامل معها لدرجة تؤدي لغش المستهلكين،<sup>٢٩٦</sup> فإذا كانت المنافسة على خدمات أو بضائع غير متشابهة، أو كان الهدف من استخدام العلامة التجارية لصالح أعمال خيرية مجانية، لا يتوافر عنصر المنافسة بين العلامة التجارية واسم النطاق،<sup>٢٩٧</sup> وللقاضي سلطة تقدير عنصر المنافسة، ومدى استفادة مسجل اسم النطاق من شهرة العلامة التجارية على شبكة الانترنت، بحيث يحدث التباس لدى مستخدمي الانترنت مع اسم النطاق المشابه، أو المطابق للعلامة.

٣- الخطأ: هناك العديد من أشكال الخطأ الذي تبني عليها دعوى المنافسة غير المشروعة بشكلها التقليدي.<sup>٢٩٨</sup> والخطأ المتصور في دعوى المنافسة غير المشروعة على شبكة الانترنت بين أسماء النطاق والعلامات التجارية، يتمثل في صورته ارتكاب عمل من شأنه تحقيق الالتباس أو إمكانية تحقيق الالتباس لدى مستخدمي شبكة الانترنت.<sup>٢٩٩</sup> ما يؤدي لإلحاق الضرر في صورته العلامة التجارية لدى مستخدمي شبكة الانترنت. وكلما كانت البضائع أو الخدمات متشابهة كلما زاد التباس المستخدم بشكل اكبر.

٤- الضرر: يجب أن يؤدي فعل المنافسة غير المشروعة الذي أدى إلى الالتباس في ذهن

<sup>٢٩٥</sup> شريف غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الإلكتروني ( دار النهضة العربية: القاهرة ٢٠٠٣ ) ١٦١

<sup>٢٩٦</sup> <http://www.gulfbpg.com/ar/index.php?action=faq&subaction=trademark> Visited on 17-2-2009

<sup>٢٩٧</sup> نعيم مغرب، الماركات التجارية و الصناعية ( بدون ناشر: بيروت ٢٠٠٨ ) ١٧٧

<sup>٢٩٨</sup> حلو أبو حلو، دعوى المنافسة غير المشروعة في القانون الأردني (٢٠٠٤) ٧١ مجلة القانون والاقتصاد، جامعة القاهرة

٥١

<sup>٢٩٩</sup> شريف غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الإلكتروني (١ دار النهضة العربية: القاهرة ٢٠٠٣ ) ١٦٠

المستهلك على شبكة الانترنت، إلى إلحاق ضرر بمالك العلامة التجارية، كانصراف المستهلك عن بضائع أو خدمات مالك العلامة؛ ما يلحق خسائر مالية بمالك العلامة التجارية، وكذلك يلحق الأذى بسمعة وصورة العلامة لدى جمهور المستهلكين.<sup>٣٠٠</sup> فالضرر الذي تستتبعه المسؤولية التقصيرية، هو الأذى الذي يصيب مالك العلامة من جراء المساس بحق من حقوقه، أو بمصلحة مشروعة له على علامته التجارية.<sup>٣٠١</sup> وقد منعت محكمة كولون الابتدائية في ألمانيا استخدام اسمي النطاق (rechtaanwalte-koln.de) (lawyers.cologne.de)، وهي أسماء نطاق لشركة محاماة، إذ اعتبرت أن استخدام اسمي النطاق المذكورة، يعتبر منافسة غير مشروع لشركات المحاماة الأخرى في مدينة كولون، حيث يحظر القانون الألماني استخدام أسماء نطاق وصفية أو التي تحتوي كلمات عمومية مثل اسم مدينة كولون.<sup>٣٠٢</sup>

ويحق لمالك العلامة التجارية، كما في دعوى التقليد إذا ما اثبت دعواه الطلب من المحكمة، وقف استخدام العنوان الالكتروني المعتدي على العلامة التجارية، أو إلغاء، أو نقل اسم النطاق المطابق أو المشابه إلى مالك العلامة التجارية المسجلة. وجدير بالذكر، أن المحكمة المختصة في نظر الدعاوى المستندة على قواعد المسؤولية التقصيرية، هي محكمة البداية باعتبارها صاحبة الولاية العامة.

### ثالثاً: دعوى ترفيق (شطب) العلامة التجارية

تستند هذه الدعوى إلى نص المادة (٣٤) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (٣٣)، لسنة

<sup>٣٠٠</sup> حسن الذنون، المبسوط في المسؤولية المدنية (دار وائل للنشر: عمان ٢٠٠٦) ٢٧٧

<sup>٣٠١</sup> عبد العزيز اللصاص، المسؤولية المدنية التقصيرية الفعل الضار (دار الثقافة للنشر والتوزيع: عمان ٢٠٠٢) ٦٣

<sup>302</sup> Dawn Osbourne Willoughby&Partners , Trademarks And The Internet, paper presented in the Trademark World Conference , 13<sup>th</sup> March 2000, the Berners, London 17

(١٩٥٢)، الساري في الضفة الغربية، واجتهادات محكمة العدل العليا الأردنية المختصة بنظر هذه الدعوى. حيث نصت المادة (٣٤)، من قانون العلامات التجارية الأردني، على أنه: " لا يحق لأحد أن يقيم دعوى بطلب تعويضات عن أي تعدّ على علامة تجارية غير مسجلة في المملكة الأردنية الهاشمية، إلا أنه يحق له أن يقيم الدعوى لإبطال علامة تجارية سجلت في المملكة الأردنية الهاشمية من قبل شخص لا يملكها، بعد أن كانت مسجلة في الخارج، إذا كانت الأسباب التي يدعيها هي الأسباب الواردة في الفقرات: (٦ و ٧ و ١٠)، من المادة (٨) من هذا القانون.

وبالرجوع إلى نص المادة (٦١٨) من ذات القانون، التي أحالت إليها المادة (٣٤)، نجدها أنها نصت على أنه " لا يجوز تسجيل ما يلي: العلامات المخلة بالنظام العام أو الآداب العامة، أو التي تؤدي إلى غش الجمهور، أو العلامات التي تشجع المنافسة التجارية غير المحققة، أو التي تدل على غير مصدرها الحقيقي." وقد بين قانون العلامات التجارية الأردني في المادة (٥١٢٥)، الأسباب التي يمكن بموجبها إبطال تسجيل العلامة، حيث جاءت تحت عنوان ( مع مراعاة أحكام هذا القانون): كل طلب يقدم لحذف علامة تجارية من السجل، بسبب عدم وجود ما يسوغ تسجيلها بمقتضى أحكام المواد: (٦ أو ٧ أو ٨) من هذا القانون، أو بسبب أن تسجيل تلك العلامة تنشأ عنه منافسة غير عادلة بالنسبة لحقوق الطالب في المملكة الأردنية الهاشمية؛ يجب أن يقدم خلال خمس سنوات من تسجيل تلك العلامة.

بتحليل هذه النصوص؛ يتبين للوهلة الأولى أنها تتحدث عن العلامات التجارية المسجلة وفق أحكام القانون، إلا أن محكمة العدل العليا الأردنية توسعت في تفسير هذه المادة؛ لتشمل مالكي العلامات التجارية المسجلة في الخارج، حيث ربطتها بنص المادة (٣٤)، التي تحدثت عن العلامات التجارية الأجنبية المسجلة خارج المملكة، ووضعت شروطاً لإقامة هذه الدعوى،

استقرت عليها أحكامها، إذ قضت بأحقية مالك العلامة التجارية المسجلة خارج المملكة إقامة دعوى لشطب العلامة المطابقة أو المشابهة "إذا كان بقاء تسجيلها في المملكة يخالف النظام العام والآداب العامة، أو يؤدي إلى غش الجمهور بسبب شيوع استعمال البضاعة التي تحملها...".<sup>٣٠٣</sup>

كما قضت محكمة العدل العليا الأردنية تواتراً، على أنه: "استقر الفقه والقضاء على أنه، وإن كان تسجيل العلامة التجارية قرينة على ملكية العلامة التجارية، إلا أنه يجوز هدم هذه القرينة بدليل عكسي، ولمستعمل العلامة التجارية السابق التي أصبحت العلامة مميزة لبضائعه، الحق في طلب ترقيين العلامة التجارية المسجلة باسم شخص آخر، إذا توافرت الشروط التالية: ١- إذا ثبت أن هناك تشابهاً بين العلامتين من شأنه أن يؤدي إلى غش الجمهور. ٢- إذا كان استعمال العلامة الأولى سابقاً لتاريخ استعمال وتسجيل العلامة المطلوب ترقيتها. ٣- إذا لم يمر على تسجيل العلامة المطلوب ترقيتها مدة خمس سنوات".<sup>٣٠٤</sup>

مما سبق أعلاه؛ يتضح وجوب توافر أربعة شروط لإقامة هذه الدعوى، وهي:

١- إثبات الملكية: يجب على مالك العلامة التجارية التي تم التعدي عليها إثبات ملكيته لهذه العلامة؛ وذلك بتقديم شهادة تسجيلها على النطاق الدولي - مسجلة في أكثر من دولة - أو في موطن مالك العلامة الأصلي؛ للتحقق من أنه يملك الحقوق المتعلقة بهذه العلامة، حتى ولو لم تكن مسجلة في فلسطين.<sup>٣٠٥</sup>

٢- إثبات التشابه بين العلامة واسم النطاق، من شأنه أن يؤدي إلى غش الجمهور والتباسهم:

<sup>٣٠٣</sup> عدل عليا قرار رقم ٥٣١٤ منشور سنة ١٩٥٣، مجلة نقابة المحامين الأردنيين صفحته، ١٥١ .

<sup>٣٠٤</sup> عدل عليا قرار رقم ٧١١٢٦ منشور سنة ١٩٧١، مجلة نقابة المحامين الأردنيين صفحته، ١١٧٢ .

<sup>٣٠٥</sup> شريف غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الإلكتروني (١ دار النهضة العربية: القاهرة

يجب على مالك العلامة الأجنبية غير المسجلة في فلسطين إثبات بأن هناك تطابقاً أو تشابهاً بين علامته التجارية، واسم النطاق المعتدي، والذي من شأنه أن يؤدي إلى التباس، أو احتمالية الالتباس لدى مستخدم شبكة الانترنت،<sup>306</sup> ويؤدي إلى غش الجمهور، وحملة على الاعتقاد بأن هذا الموقع هو لمالك العلامة الأصلي، أو أنه تحت رعاية مالك العلامة، بأن يعرض بضائع أو خدمات تشابه بضائع المالك الأصلي؛ مما يلحق الضرر الجسيم به، وبصورة علامة تجارية.<sup>307</sup>

٣- أن يكون استعمال العلامة الأصلية سابقاً لتاريخ تسجيل العلامة المطلوب حذفها: يجب على مالك العلامة التجارية غير المسجلة في فلسطين، إثبات أسبقيته في تسجيل العلامة التجارية من مسجل اسم النطاق المطلوب حذفه، ويمكن إثبات هذا الشرط ؛ بإبراز شهادة تسجيل العلامة الأجنبية في الخارج.

ويجب التنويه إلى أن أغلب حالات التعدي تقع على علامات تجارية مشهورة، والتي تكون قد سجلت منذ عشرات السنين، وتم صرف مبالغ طائلة لتمييزها عن غيرها.

٤- عدم مضي فترة خمس سنوات على تسجيل اسم النطاق المطلوب حذفه: حددت المادة (٥١٢٥) من قانون العلامات التجارية الأردني مدة زمنية لإقامة هذه الدعوى، وهي مدة سقوط؛ أي: لا تسمع الدعوى بعد مضي خمس سنوات من تسجيل اسم النطاق المشابه للعلامة الأصلية المسجلة في الخارج.

ويجب الإشارة إلى أنه لا يتصور إقامة هذه الدعوى بناء على قانون العلامات التجارية

<sup>306</sup> المقصود بالمستخدم: هو المستخدم العادي الذي لا يقوم بمقارنه تقريبية، بين تلك الموجودة أمامه، والتي علقت في ذاكرته بصورة مبسطة. انظر نعيم مغيب، الماركات التجارية و الصناعية (بدون ناشر: بيروت ٢٠٠٨) ٢١٤

<sup>307</sup> Neal S. Greenfield, *Trademark Dilution* in Lisa E. Criatal & Neal S. Greenfield, *Trademark Law & The Internet*, (2 INTA : New York 2001) 228



الفلسطيني رقم (٣٥)، لسنة (١٩٣٨)،<sup>٣٠٨</sup> الساري في قطاع غزة، إذ نصت المادة (٣٤) منه، تحت عنوان (التعدي على علامات تجارية غير مسجلة في فلسطين)، على أنه: "لا يحق لأحد أن يقيم دعوى للمطالبة بالتعويضات عن أي تعدٍ وقع على علامة تجارية غير مسجلة في فلسطين". والملاحظ أن هذا النص لم يعالج - كما فعل القانون الأردني - حالة العلامة الأجنبية التي سجلت في المملكة الأردنية الهاشمية من قبل شخص لا يملكها؛ وبالتالي لا يتصور إقامة هذه الدعوى في قطاع غزة؛ لعدم وجود نص قانوني تستند إليه، ونرى أنه بإمكان مالك العلامة التجارية الأجنبية، التي تم التعدي عليها عن طريق تسجيل اسم نطاق مشابه أو مطابق لها في غزة، إقامة دعوى إبطال التسجيل استناداً إلى قانون العلامات التجارية الأردني أمام محكمة العدل العليا المنعقدة في رام الله (المحافظات الشمالية في فلسطين)، على اعتبار وحدة التراب الفلسطيني، ووحدة النطاق الوطني الفلسطيني، وأحادية محكمة العدل العليا. ووجود محكمة عدل عليا في غزة، إنما يعود للظروف التي فرضها الاحتلال بعدم إمكانية التنقل من قطاع غزة وإليه. وقد درجت السلطات في رام الله وغزة على احترام القرارات الصادرة عن محكمة العدل العليا، سواء كانت قد صدرت في غزة أم في رام الله.

ويجب القول: بأن هذه الدعاوى لا يمكنها وحدها توفير حماية قانونية كافية للعلامات التجارية، إزاء قرصنة أسماء النطاق على شبكة الانترنت، إذ أنها تمثل الحل القانوني الممكنة في ظل النظام القانوني الفلسطيني، كما أن معايير تحقق الالتباس لدى المستخدم، متروك تحديدها لتقدير القاضي؛ ما يؤثر سلباً على توحيد التعامل مع قضايا التعدي؛ لعدم وجود مرجعيات ثابتة ومحددة للقاضي الوطني؛ بالتالي كل قاضي سيقدر الأمر بشكل مختلف. من هنا، تبرز أهمية إصدار قانون فلسطيني متخصص، لمعالجة قضايا قرصنة العلامات التجارية على شبكة الانترنت في

<sup>٣٠٨</sup> منشور في الوقائع الفلسطينية، العدد ٨٤٣ بتاريخ ٢٤-١١-١٩٣٨ صفحة ١٥٦.

فلسطين.

وفي ظل غياب تشريع متخصص في فلسطين يعالج مسألة القرصنة الالكترونية على شبكة الانترنت، وجدنا من المفيد، دراسة كيف تعامل القضاء الأمريكي مع هذه المسألة، في ظل غياب تشريع ينظم الأمر، إذ طبق القواعد العامة المتعلقة بالموضوع على منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق على شبكة الانترنت، ووضع مبادئ حدد فيها معايير الالتباس لدى المستخدم، وكذلك تسليط الضوء على قانون حماية المستهلك ضد قرصنة أسماء النطاق الأمريكي، الذي يعد ترجمتاً لاجتهادات القضاء الأمريكي في هذا المجال.

## المطلب الثاني

### دور القضاء والقانون الأمريكي في حماية العلامات التجارية على شبكة الانترنت

بعد ظهور شبكة الانترنت في الولايات المتحدة الأمريكية، رافقها بروز العديد من صور التعدي على عناصر الملكية الفكرية، وأهمها التعدي على العلامات التجارية، وكان من ضحايا هذه القرصنة مالكو العلامات التجارية – خاصة المشهورة – الذين عانوا كثيراً من التعدي على علاماتهم التجارية على شبكة الانترنت.

ولم يتوان القضاء الأمريكي في حماية العلامات التجارية على شبكة الانترنت، في ظل غياب قانون متخصص ينظم المسألة، مستنداً في ذلك على القواعد التي تضمنها قانون العلامات التجارية الأمريكي (Lanham Act)<sup>٣٠٩</sup>، إذ قام بتطوير وتكييف هذه القواعد لتتواءم مع هذا

<sup>٣٠٩</sup> تم إقرار هذا القانون من قبل المجلس التشريعي الفدرالي الأمريكي (الكونغرس)، تحت اسم قانون العلامات التجارية الأمريكي، رقم (١٥) لسنة (١٩٤٦) ويسمى أيضاً: (Lanham Act)، وينظم هذا القانون القواعد القانونية الفدرالية التي تحكم

التحدي الجديد.<sup>310</sup> ووضع معايير وأسس استند إليها في تسوية هذه المنازعات. وتم تبني هذه الاجتهادات التي أرساها القضاء، ضمن قانون حماية المستهلك ضد قرصنة أسماء النطاق الأمريكي الذي صدر في (٢٩) تشرين ثاني (١٩٩٩)؛ إذ أصبحت نصوص هذا القانون هي الأساس القانوني التي يستند إليها القضاء في إصدار أحكامه.

وبناء عليه؛ سنسلط الضوء في هذا المطلب أولاً على دور القضاء الأمريكي في حماية العلامات التجارية على شبكة الانترنت قبل صدور هذا القانون، ثانياً سنتعرض لوضع الحماية القانونية للعلامات التجارية بعد صدور قانون حماية المستهلك ضد قرصنة أسماء النطاق الأمريكي.

### أولاً: دور القضاء الأمريكي في حماية العلامات التجارية على شبكة الانترنت

واجه القضاء الأمريكي مسألة قرصنة العلامات التجارية على شبكة الانترنت المستجدة عليه، بالالتجاء إلى القواعد التي تضمنها قانون العلامات التجارية الأمريكي، في ظل غياب تشريع متخصص يعالج المسألة، إذ كُيف المركز القانوني لاسم النطاق، معتبراً إياه علامة تجارية، حيث طبق على نزاع بين علامة تجارية، واسم نطاق نفس القواعد التي تطبق بين علامتين تجاريتين،<sup>311</sup> وفتح المجال لمالك العلامة التجارية الحقيقي منع المعتدين من استخدام علامته

---

العلامات التجارية في الولايات المتحدة الأمريكية، ولا يغطي هذا القانون جميع الجوانب القانونية التي تتعلق بالعلامات التجارية، حيث تطبق قوانين العلامات التجارية الخاصة بالولايات في بعض الجوانب غير المشمولة في هذا القانون، إضافة إلى تطبيق قواعد القانون العام (common law) في بعض الحالات. لمزيد من المعلومات حول هذا القانون، انظر: الرابط التالي:

<http://www.bitlaw.com/source/15usc/> visited on 3-2-2010

<sup>310</sup>Kiran Gore, *Trademark battles in a Barbie-cyber world* (2009) 31Hastings communication and entertainment law journal 2

<sup>311</sup> شريف غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الإلكتروني (١ دار النهضة العربية: القاهرة

التجارية على شبكة الانترنت، شرط أن يؤدي استخدامه للعلامة، إلى احتمالية كبيرة للالتباس بين جمهور المستهلكين،<sup>312</sup> ويمكن القول بأن أكثر حالات الالتباس وضوحاً، هي حالة التقليد، حيث إن المعتدي يعتمد على الاحتمالية الكبيرة للالتباس؛ لتمرير بضائعه المقلدة على أنها بضائع مالك العلامة الحقيقي.<sup>313</sup>

وقد سمح القضاء الأمريكي لمالك العلامة التجارية، بإقامة دعوى تقليد العلامة التجارية ضد مسجلو أسماء النطاق المطابقة أو المشابهة لعلامتهم. واستند القضاء في تحديد مسؤولية مسجل أسم النطاق، إلى وجود خطأ من جانبه يتمثل باتجاه نيته عمداً لإحداث الالتباس لدى المستخدم بين العلامة التجارية واسم النطاق المطابق لها. ولتقرير وجود الالتباس من عدمه لدى المستخدم، وضع القضاء الأمريكي العديد من المؤشرات (Indicators)، التي تهدف إلى التأكد من توافر احتمالية الالتباس بين المستهلكين، وطبقها على النزعات التي تنشأ نتيجة قضايا التعدي المتعلقة بأنشطة تمارس على شبكة الانترنت.<sup>314</sup> وقد لجأ القضاء الأمريكي لتطبيق هذه القواعد لعدم وجود قانون ينظم المسألة. كما تجدر الإشارة، إلى أن هذه العوامل ليست حصرية،<sup>315</sup> وأدرجت على سبيل الاسترشاد والتوجيه، واعتمدت أسلوب القائمة التوجيهية (Indicative List).<sup>316</sup> وقد أدرجت هذه العوامل بقائمة، سميت بقائمة (بولورويد) (Polaroid list)<sup>317</sup> وهي كالآتي:

<sup>312</sup> Joshua Clowers , *on international trademark and the internet* (2003) 4 Richmond Journal of Law & Technology 3

<sup>313</sup> <http://www.goldbergkohn.com/CM/ArticleofInterest/ArticleofInterest174.asp> visited on 1-3-2009

<sup>314</sup> John Handy, *why the initially confused should get a clue: the battle between trademarks infringement and consumer choice online* (2006) 16 Fordham intellectual property, media and entertainment journal 577

<sup>315</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذه العوامل، يرجى زيارة الرابط التالي:

<http://gsulaw.gsu.edu/lawand/papers/fa00/isenberg/> Visited on 18-12-2008

<sup>316</sup> Joshua Clowers , *on international trademark and the internet* (2003) 4 Richmond Journal of Law & Technology 3

<sup>317</sup> تم وضع هذه القائمة، وفق اجتهاد محكمة الاستئناف الفدرالية الأمريكية الدائرة الثانية، في النزاع بين شركة (Polaroid Corp.) و شركة (Polorad Electronics Corp) في الولايات المتحدة الأمريكية سنة (1961)، حيث تم اعتمادها من =

(أ) تشابه العلامات التجارية (Similarity of the trademarks): إن المعيار الذي تُحدد به المحاكم احتمالية الالتباس بين المستهلكين (Likelihood Confusion)، عند تحريها عن حالة تشابه العلامات، هي المقارنة بين العلامات التجارية على أساس التشابه في: الشكل، والصوت، والمعنى،<sup>318</sup> إلا أن جانب من الفقه<sup>319</sup> يعتبر هذا المعيار أو التحليل غير موضوعي؛ لأنه يركز على مدى قدرة المستهلك على التمييز بين العلامات التجارية، وهذا قد يكون مجدياً في بعض القضايا السهلة حينما يكون التباس المستهلك مؤكداً، إلا أن الواقع العملي يشير إلى وجود بعض الحالات أكثر تعقيداً وصعوبة، كما أن المحاكم غير متجانسة في أحكامها، حيث قضت إحدى المحاكم بأن علامة (Tornado)، تشكل التباساً مع علامة (Cyclone)، وكلاهما علامتان تجاريتان لنوع من الشبك المستعمل في بناء السياج، بنما وفي حكم آخر، قضت محكمة أخرى بأن علامة (Tornado)، لا تشكل التباساً مع علامة (Typhoon) كعلامتين تجاريتين لنوع من الشبك المستعمل في بناء السياج.<sup>320</sup>

وفي نزاع بين شركة (Nissan Motor Co)، وشركة (Nissan Computer Corp)، الذي قامت بموجبه شركة (Nissan) للسيارات، بمقاضاة شركة (Nissan) للحاسوب؛ كون الأخيرة قامت بتسجيل اسمي النطاق: (Nissan.com)، و(Nissan.ne)، اللذان ينضمنان العلامة التجارية لشركة (Nissan) للسيارات واسمها التجاري، وادعت أيضاً بان موقع شركة

---

= معظم المحاكم الأمريكية بعد هذا التاريخ كمعيار لتحديد توافر الالتباس لدى المستهلك، وبالتالي توافر التعدي على العلامات التجارية. لمزيد من المعلومات حول هذه القائمة، انظر: الموقع التالي:

<http://www2.bc.edu/~herbeck/cyberlaw.polaroid.html> visited on 5-4-2009

<sup>318</sup> J. Steven Gardner, *trademark infringement, likelihood of confusion and trademark parody* (1993) 28 Wake forest law preview 721

<sup>319</sup> [http://www.mttl.org/volfive/abel\\_art.html](http://www.mttl.org/volfive/abel_art.html) visited on 3-1-2010

<sup>320</sup> <http://www.goldbergkohn.com/CM/ArticleofInterest/ArticleofInterest174.asp> Visited on 22-9-2208

(Nissan) للحاسوب، كان يحتوي على إعلان لبيع سيارات عن طريق موقع ربط (hyperlink) على موقعها الإلكتروني، متصل بمتاجر لبيع السيارات، مستغلة بذلك شعار شركة (Nissan) للسيارات؛ دون أخذ إذن أو موافقة منها، إضافة إلى أن الشركة المدعى عليها قامت باستخدام اسم المدعية وعلامتها التجارية؛ للترويج وبيع بضائعها، مستغلة شهرة الشركة المدعية. وفي ضوء هذه الوقائع وجدت المحكمة أن هناك احتمالية كبيرة للالتباس بين المستهلكين، وبالتالي وقوع تعدد على علامة شركة (Nissan) للسيارات، حيث قامت بإصدار أمر بوقف استعمال اسم الشركة المدعية وعلامتها، من قبل الشركة المدعى عليها على شبكة الانترنت؛ وذلك لمنع حدوث التباس بين المستهلكين.<sup>٣٢١</sup>

(ب) تشابه البضائع والخدمات (Similarity Of The Goods And Services): الواقع العملي يشير إلى أنه لا توجد مشكلة كبيرة بين العلامات التجارية المتشابهة، ما دام أن كل علامة تمثل بضائع أو خدمات مختلفة، حيث يمكنهما التعايش في ظل هذا الواقع، ولكن إذا كانت البضائع أو الخدمات متماثلة، وتتنافس بشكل مباشر مع بعضها، فإن التشابه المسموح به يصبح منعماً؛ لتضارب المصالح بشكل مباشر.<sup>٣٢٢</sup>

وكلما كانت البضائع أو الخدمات متشابهة، كلما زاد التباس المستهلك بشكل أكبر،<sup>٣٢٣</sup> حتى في بعض الأحيان قد يلتبس عليه الأمر مع البضائع غير المتشابهة، حيث إن المستهلك لن يلتبس عليه الأمر، بين علامة (Universal)، وهي علامة تجارية لشركة إنتاج سينمائي مشهورة، وبين

<sup>٣٢١</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذا النزاع ، يرجى زيارة الرابط التالي:

<http://www.linksandlaw.com/decisions-141-nissan.htm> visited on 18-4-2009

<sup>٣٢٢</sup> J. Steven Gardner, *trademark infringement, likelihood of confusion and trademark parody* (1993) 28 Wake forest law preview 722

<sup>٣٢٣</sup> Theodore Davis, *Likelihood of confusion determinations: A survey of eleventh circuit jurisprudence* (1994) 2 Journal of intellectual property law 114

علامة (Universal)، وهي العلامة التجارية لشركة مختصة بتصنيع الأجهزة الرياضية، والمطابقة تماماً للعلامة الأولى؛ وذلك لأن الخدمة المقدمة من الشركة الأولى غير متعلقة بالبضاعة التي تصنعها الشركة الثانية، ولا بشكل من الأشكال، بينما كان للقضاء الأمريكي رأي آخر، حيث قضى بأن المستهلك قد يلتبس عليه الأمر بين العلامة التجارية (Alpine Emperor)، والعلامة التجارية (King Mountain)، وهما علامتان تجاريتان تتعلقان بأشجار صناعية، تستعمل في احتفالات عيد ميلاد السيد المسيح، رغم أن العلامتين غير متشابهتين في الشكل والصوت، وقد اعتمدت المحكمة في قرارها على حجة أن هناك تشابهاً بين البضائع من الناحية الفعلية.<sup>٣٢٤</sup>

وفي نزاع بين شركتي (Network Network) و(CBS, Inc.) على اسم النطاق (tnn.com)، قضت المحكمة بعدم وقوع تعدد على العلامة التجارية لشركة (CBS) الإعلامية؛ وذلك لأن اسم النطاق المسجل لشركة (Network Network) للحاسوب، غير مرتبط بالعلامة التجارية الخاصة بشركة (CBS)، واعتبرت المحكمة أنه لا حاجة لإجراء تحليل الالتباس في هذا النزاع؛ لأن التحليل لا يطبق إلا في حالات البضائع، أو الخدمات المتشابهة.<sup>٣٢٥</sup>

**(ج) ثقافة المستهلك وحنكته (Consumer Sophistication):** يعتمد هذا العامل على ثقافة المستهلك، وإدراكه، وعقلانيته؛ حيث إن تحليل احتمالية الالتباس يرتكز — هنا — على عقلانية المستهلك وإدراكه، الذي يتوقع منه ممارسة الحرص، والحذر، وقوة الإدراك للعلامة

<sup>324</sup> <http://www.goldbergkohn.com/CM/ArticleofInterest/ArticleofInterest174.asp> 2 Visited on 22-7-2009

<sup>325</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذا النزاع، يرجى زيارة الرابط التالي:

<http://www.finnegan.com/NetworkNetworkvCBSInc/>

التجارية،<sup>326</sup> وبالتالي فإن القضاء لا يحمي المستهلك غير العقلاني. وهناك عوامل عديدة قد تؤثر في عقلانية المستهلك، أهمها: ثمن السلعة. فكلما كانت السلعة أو الخدمة باهظة الثمن، كلما زاد تمييز المستهلك وعقلانيته، والعكس صحيح؛ أي: كلما قل ثمن السلعة، كلما قلت عقلانية المستهلك واهتمامه،<sup>327</sup> وبالتالي: من يشتري سيارة، سيكون أكثر حرصاً، وقل التباساً ممن يشتري قلم حبر؛ لأنه كلما زادت عقلانية المستهلك وحرصه، كلما قلت احتمالية الالتباس.<sup>328</sup>

ففي نزاع بين شركة (Big star Entm,t,Inc)، وشركة (Next big star)، ادعت شركة (Big star Entm,t,Inc) بأن استخدام الشركة (Next big star) لاسم النطاق (nextbigstar.com)، أدى إلى الالتباس لدى المستخدمين؛ مما الحق الضرر بسمعة علامتها التجارية، ولم تقتنع المحكمة بحجج الشركة المدعية وقضت بعدم توافر احتمالية الالتباس لدى المستهلك، حيث توصلت المحكمة إلى نتيجة، مفادها أن السواد الأعظم من مستخدمي الانترنت هم مشتررون محنكون، بالتالي لابد أن يكون لهم — كحد أدنى — خلفية ثقافية وتقنية، كما أنهم يتمتعون بحرية التسوق على الشبكة، كما وجدت أن علامة المدعي (Big star) لم تكن مميزة، وأن الأطراف المتخاصمين لم يكونوا يتنافسون منافسة مباشرة؛ لعدم تشابه السلع أو الخدمات التي يتعاملون بها، وبالتالي فإن علامة (Big star)، غير جديرة بالحماية.<sup>329</sup>

#### (د) قوة العلامة التجارية للمدعي (The Strength Of The Plaintiff's Trademark):

يمكن تحديد قوة العلامة التجارية، عن طريق معرفة مدى تمييز البضائع، والخدمات المقدمة تحت

<sup>326</sup> Theodore Davis, *Likelihood of confusion determinations: A survey of eleventh circuit jurisprudence* (1994) 2 Journal of intellectual property law 133

<sup>327</sup> Shannon Moyer, *Frustrating the internet consumer and the purposes behind trademark law: the unauthorized use of trademarks as metatags* (1999) 27 Alpla quarterly journal 360

<sup>328</sup> Sally M. Abel, *Trademark Issues in Cyberspace, The Brave New Frontier* (1999) 5 Telecomm. Tech. Law Review 91

<sup>329</sup> <http://www.finnegan.com/publications/news-popup.cfm?id=37&type=trademark> Visited on 7-9-2008



اسم هذه العلامة، فكلما كانت العلامة مميزة، واستعمالها مستمر لمدة زمنية طويلة، وتم بذل المال والجهد عليها؛ كلما كانت العلامة أقوى،<sup>330</sup> وجديرة بالحماية بدرجة أكبر.<sup>331</sup>

وتختلف درجة الحماية للعلامة التجارية سواء كانت بالسوق التقليدية أو على شبكة الانترنت؛ وذلك اعتماداً على مدى قوة العلامة التجارية.<sup>332</sup> وأقوى العلامات التجارية حماية هي العلامة غير الوصفية " تستعمل اسم مستعار " (Fanciful Mark)، والتي تم تصميمها لتعمل كعلامة تجارية، وليس لها أي معنى آخر سوى العمل كعلامة تجارية؛ مثل: علامتي (Kodak) و (Exxon)، وكذلك العلامة التحكيمية (Arbitrary)، وهي العلامة التي تستخدم كلمات ليس لها أي علاقة بالبضاعة أو الخدمة المقدمة، مثل: علامة (Apple) للحواشيب.

وتولي المحاكم هذين النوعين من العلامات درجة عالية من الحماية على شبكة الانترنت؛ لأن الهدف

الوحيد للمنافس من استخدام اسم نطاق مماثل للعلامة على الشبكة، هو تشويه سمعة مالك العلامة التجارية الأصلي<sup>333</sup>

أما العلامة الإيحائية (Suggestive Mark)، وهي: العلامة التي تستخدم كلمات فيها إحاء عن صفات البضاعة أو الخدمة، مثل: علامتي (Microsoft) و (Netscape)، فإن هذه العلامة أقل قوة من العلامات السابقة، ومع ذلك فإن المحاكم تحمي هذه العلامة؛ لأنها تميز بضائع شركة تجارية وخدماتها عن مثيلاتها، ولكن هذه الحماية أضعف؛ لأنه يجوز بشكل عام لجميع المشاريع

<sup>330</sup>J. Steven Gardner, *trademark infringement, likelihood of confusion and trademark parody* (1993) 28 Wake forest law preview 720

<sup>331</sup> Sally M. Abel, *Trademark Issues in Cyberspace, The Brave New Frontier* (1999) 5 Telecomm. Tech. Law Review 93

<sup>332</sup> Philip Jones&Michele McCoy, *Trademark infringement primer* (2007) 904 Practicing law institute 214

<sup>333</sup>Theodore Davis, *Likelihood of confusion determinations: A survey of eleventh circuit jurisprudence* (1994) 2 Journal of intellectual property law 74

التجارية الإيحاء عن صفات بضائعهم.<sup>٣٣٤</sup>

أما أضعف العلامات التجارية حماية، هي العلامة الوصفية (Descriptive Mark)، وهي: التي تصف خصائص البضائع أو الخدمات بشكل مباشر، مثل: علامة (Fast Baud)، وهي علامة جهاز (موديم) (فاكس للاتصال بالانترنت)، حيث إن العلامة تصف سرعة (الموديم)، وهذا النوع من العلامات غير مؤهل للحماية، إلا إذا كان لها معنى ثانوي، مثل علامتي: (Sharp) للأجهزة الكهربائية، و (Windows) برنامج تشغيل أجهزة الحاسوب.

أما العلامة العامة (Generic)، التي تستخدم مصطلحات عامة، والتي تشكل اسم المنتج نفسه، مثل: عبارة (Modem)، فليس لها أية حماية على شبكة الانترنت أو غيرها؛ لأن من حق كل منافس بشكل معقول وصف بضائعه.<sup>٣٣٥</sup> ففي نزاع بين شركتي: (Am. Online, Inc.)، و(AT&T Corp)، وجدت المحكمة أن علامات شركة (America Online's) المزعومة (You have mail)، و (Im) كعلامة خدمة ترسل بريداً إلكترونياً تلقائياً، وعلامة (Buddy list) لخدمة غرف الدردشة على الانترنت، واستخدام شعار (لوغو) يمثل علماً احمر مع عبارة (U,S mailbox)، كلها علامات تستخدم كلمات عامة، وبالتالي فإن مطالبة شركة (America Online's) باستصدار أمر تحذيري ضد شركة (AT&T)، لاستعمالها عبارات مماثلة مرفوض؛ لأن علاماتها المزعومة ليست محلاً للحماية القانونية ضد أي منافس، يقدم خدمات البريد الإلكتروني؛ لأنها مصطلحات تحمل معنى عامًا (Generic)، وبالتالي ليست علامات تجارية محمية.<sup>٣٣٦</sup>

<sup>334</sup>David B. Himelstein, *Trademarks & serves marks*, from <http://www.himels-computer-law.com/trdmrks.htm> Visited on 22-2-2009

<sup>335</sup>Theodore Davis, *Likelihood of confusion determinations: A survey of eleventh circuit jurisprudence* (1994) 2 Journal of intellectual property law 77

<sup>336</sup> Roy J. Girasa, *Cyber law* (Prentice hall: New Jersey 2002) 216-217

#### (ه) قنوات التجارة المستخدمة في تسويق البضائع والخدمات (Channels of trade):

يتوافر هذا العامل في حال استعمال المستخدم الصغير للعلامة، نفس قنوات التسويق التي يستخدمها مالك العلامة الأصلي الكبير، أو في حال استعمالها ضمن النطاق الجغرافي نفسه، وكلما تشابهت هذه العوامل، كلما زادت فرصة التباس المستهلك، وبالتالي توافر احتمالية التعدي على العلامات التجارية. وبما أن شبكة الانترنت تتصف بالعالمية، فإن الإعلان الذي يضعه المتنافسون على الشبكة لترويج بضائعهم حول العالم، سيكون من خلال قناة توزيع واحدة، متشابهة على الأقل، ولصاحب العلامة الأصلي الكبير الادعاء بتوافر هذا العامل؛ عندما يعلن صاحب العلامة الأصلي، والمستخدم الصغير معاً، على الشبكة،<sup>337</sup> إذ تزداد فرص التعدي على العلامات، إذا استخدم المعتدي (المستخدم الصغير) قنوات تسويق مشابهة، أو مطابقة.<sup>338</sup>

فقد وجدت المحكمة في نزاع بين شركتي (Trans Union LLC)، و (Credit Research Inc)، ما يؤيد احتمالية الالتباس، عندما قام المدعى عليه باستعمال شعار (Logo)، (الرسم الخاص بمؤسسة التسليف الخاصة بالمدعي)، وكذلك استعماله لاسم نطاق يحوي الاسم التجاري للشركة المدعية، وكان طرفا النزاع يستخدمان الانترنت لتسويق خدماتهما، وأضافت المحكمة: أنه لا يوجد في الكشوف المرفقة دليل على كيفية تسويق الطرفين لخدماتهما في السوق التقليدي، ولكن تزامن تسويقهما لخدماتهما على الانترنت جعل الحكم يميل في صالح الشركة المدعية.<sup>339</sup>

#### (و) سوء النية (Bad Faith) : استقرت اجتهادات القضاء الأمريكي على أن توافر سوء النية

لاستغلال العلامة التجارية المدعي ليس سبباً كافياً، لتوافر احتمالية الالتباس؛ بل يجب على

<sup>337</sup> <http://www.goldbergkohn.com/CM/ArticleofInterest/ArticleofInterest174.asp> Visited on 3-4-2009

<sup>338</sup> <http://www.cafelaw.com/trademark.html#q3> Visited on 17-3-2009

<sup>339</sup> Sally M. Abel, *Likelihood Of Confusion* "in Lisa E. Criatal & Neal S. Greenfield, *Trademark Law & The Internet*, (2 INTA : New York 2001) 214

المدعي إثبات أن المدعى عليه سيحقق ربحاً عن طريق إرباك المستهلك والتباسه،<sup>340</sup> وقد يؤدي هذا إلى توسيع خطوط الإنتاج لدى المنتج الأصلي.<sup>341</sup> فلو افترضنا – مثلاً – أن شركة قامت بتسويق (ساندويتش) تحت اسم (McTurkey) مستغلة شهرة علامة (McDonald's)، فعلى الأغلب أنها ستخسر أمام شركة (McDonald's)؛ لأن هناك احتمالية كبيرة للالتباس بين جمهور المستهلكين؛ لأنهم سيربطون المنتج بشكل خاطئ مع منتجات شركة (McDonald's)، في الوقت نفسه؛ فإن شركة (McDonald's) للوجبات السريعة، ليس لديها (ساندويتش) بهذا الاسم؛ مما يجعل هناك احتمالية كبيرة بأن شركة (McDonald's) ستوسع خطوط إنتاجها؛ لتشمل مثل هذا النوع من (الساندويتشات).<sup>342</sup>

إذن، يعتمد هذا العامل على سوء النية، سواء كان ذلك في السوق التقليدية أو على شبكة الانترنت، فإذا أقدم شخص على تسجيل اسم نطاق مطابق أو مشابه لعلامة تجارية، ولم تكن له أي مصلحة شرعية في العلامة، أو أقدم على تسجيل اسم النطاق بسوء نية؛ فإنه يعتبر معتدياً على العلامة الأصلية، ويمكن لصاحب العلامة التجارية في هذه الحالة انتزاع اسم النطاق من المسجل سيئ النية.<sup>343</sup>

وفي نزاع بين شركة (Panavision International L.P)، وشركة (Toeppen) في الولايات المتحدة الأمريكية، قامت شركة (Toeppen) بتسجيل اسمي النطاق (panavision .com) و (panaflex.com)، بالإضافة إلى حوالي (٢٠٠) اسم نطاق آخر، وقامت بمطالبة شركة (Panavision International L.P) بدفع مبلغ مالي؛ لقاء توقفها عن استعمال اسمي النطاق

<sup>340</sup> J. Steven Gardner, *trademark infringement, likelihood of confusion and trademark parody* (1993) 28 Wake forest law review 725

<sup>341</sup> David B. Himelstein, *Trademarks & serves marks*, from <http://www.himels-computer-law.com/trdmrks.htm> Visited on 22-2-2009

<sup>342</sup> <http://www.cafelaw.com/trademark.html#q3> Visited on 15-4-2009

<sup>343</sup> MargaretSmith, *when is domain name considered a trademark*, from <http://www.gigalaw.com/articles/2001-all/kubiszyn-2001-01-all.html> Visited on 18-4-2009

المشار إليهما أعلاه. ولم ترضخ الشركة المدعية لهذا الابتزاز، وقامت بمقاضاة الشركة المدعى عليها، حيث نجحت في دعواها عندما اعتبرت المحكمة أن الشركة المدعى عليها قامت بالتسجيل بسوء نية، ولم تكن لها أي مصلحة مشروعة في استخدام علامة المدعية.<sup>344</sup>

### (ز) الالتباس الفعلي بين المستهلكين (Actual Confusion Among Consumers):

يميل القضاء دائماً إلى حماية العلامة التجارية على شبكة الانترنت، حتى في حال عدم إثبات وجود أي حالة من حالات الالتباس عند المستهلك.<sup>345</sup> حيث إن إثبات الالتباس الفعلي ليس أساسياً عند البحث عن احتمالية الالتباس بين المستهلكين.<sup>346</sup> في مجمل الأمر، فإن وجود دليل على أن المستهلك قد وقع فعلاً في الالتباس سيكون بالتأكيد مقنعاً وكافياً في إثبات أن علامة تجارية منافسة أحدثت الالتباس بين المستهلكين، ويمكن الاستفادة من حالات إرسال الرسائل، أو الفاكسات، أو البريد الإلكتروني إلى العنوان، أو الموقع الإلكتروني الخاطئ، كذلك يمكن الاستفادة من شكاوى المستهلكين لتقدير مستوى الالتباس بين المستهلكين.<sup>347</sup>

نعطي مثلاً على هذه الحالة ذات النزاع – المذكور أعلاه – بين شركة ( Network (Network، وشركة (CBS, Inc)، على اسم النطاق (tnn.com)، وفيها اعتبرت المحكمة أن هناك فرقاً بين الدخول العرضي من قبل المستخدم لأحد مواقع الانترنت، وبين احتمالية الالتباس لديه، حيث إن الدخول العرضي من قبل المستخدم قد يحدث آلاف المرات يومياً، معتقداً خطأ أنه دخل الموقع المطلوب، وهذا الأمر حتمياً فيما يتعلق بأسماء النطاق لأن المستخدم يستعمل

<sup>344</sup> Dawn Osbourne, trademarks and the internet, trademark world conference , 13<sup>th</sup> March 2000, the Berners, London 7

<sup>345</sup> <http://www.goldbergkohn.com/CM/ArticleofInterest/ArticleofInterest174.asp> Visited on 27-3-2009

<sup>346</sup> <http://www.cafelaw.com/trademark.html#q3> Visited on 16-5-2009

<sup>347</sup> Theodore Davis, *Likelihood of confusion determinations: A survey of eleventh circuit jurisprudence* (1994) 2 Journal of intellectual property law 125

اختصارات يغلب على ظنه أنها تؤدي إلى الموقع المطلوب؛ وبالتالي فإن طباعة المستخدم لاسم النطاق (tnn.com)، ظناً منه أنه يدخل أحد مواقع الشركة المدعية (CBS, Inc)، لا يكفي وحده لتوافر احتمالية الالتباس عند المستهلكين.<sup>348</sup>

**(ح) منطقة التوسع والامتداد الطبيعي للبضائع (Zone Of Natural Expansion):** يعتمد هذا العامل على وظائف البضائع والخدمات، وكيفية استعمالها. وفيما إذا كان مالك العلامة التجارية لديه الرغبة في توسيع الامتداد، سواء كان فيما يتعلق ببضائعه أو خدماته عن طريق إنتاج سلع جديدة، أو تقديم خدمات جديدة للمستهلكين، أو حتى التوسع الجغرافي في مناطق جديدة.<sup>349</sup> وتتنظر المحاكم في إمكانية الالتباس بين المستهلكين، سواء كان ذلك نتيجة تعلق مباشر بالبضائع والخدمات المقدمة، أو على اعتبار أنها امتداد طبيعي لبضائع مالك العلامة التجارية الأصلي، وقد قضت المحكمة بمنع مالك العلامة التجارية (Tinkertory)، التي تخص شركة لصنع ألعاب الأطفال تسجيل علامة (Lil Tinker)، التي تتعلق بكتب الأطفال؛ وذلك لأن المستهلك سيلتبس عليه الأمر فيما يتعلق بمصدر هذه الكتب، رغم أن البضائع ليست متطابقة، أو قد يلتبس عليه الأمر؛ معتقداً أن مالك العلامة الأصلي راعٍ لعلامة المستخدم الصغير (الأقل شهرة).<sup>350</sup>

ويتبين بعد استعراض هذه العوامل والسوابق القضائية، نجاح القضاء الأمريكي في توفير بعض الحماية للعلامات التجارية على شبكة الانترنت، مستنداً في ذلك على القواعد العامة المتعلقة بالموضوع. ونرى انه يمكن للقضاء الفلسطيني الاستفادة من تجربة القضاء الأمريكي في هذا

<sup>348</sup>Sally M. Abel, *Likelihood Of Confusion* " in Lisa E. Criatal & Neal S. Greenfield, *Trademark Law & The Internet*, (2 INTA : New York 2001) 215

<sup>349</sup> <http://www.maineandasmus.com/publications/trademark-articles/likely.htm> Visited on 23-4-2009

<sup>350</sup> <http://www.goldbergkohn.com/CM/ArticleofInterest/ArticleofInterest174.asp> Visited on 23-3-2009

المجال، وذلك بتطويع القواعد العامة المتعلقة بالموضوع المتاحة لدية، وخاصة فيما يتعلق بتحديد معايير الالتباس لدى المستهلك. إذ يمكن للقضاء الفلسطيني الاستفادة من هذه المعايير، كونها معايير أرسيت قواعد عامة تصلح للتطبيق في فلسطين، ولأن المعاملات التجارية على شبكة الانترنت تتسم بالعالمية، وتسوق عبر قناة واحدة، كما أن بعض هذه المعايير يتم التحقق منها فعلاً، أمام القضاء الفلسطيني في دعاوى العلامات التجارية بشكلها التقليدي، كتحقق الالتباس لدى المستهلك، ومخالفة قواعد المنافسة المشروعة، وتقليد العلامة التجارية، وقوة العلامة التجارية. بالتالي يمكن للقاضي الفلسطيني الاطلاع على هذه القواعد كنوع من الاستئناس، لاستفادة من تجربة القضاء الأمريكي لحماية العلامات التجارية على شبكة الانترنت في فلسطين. وان كان هناك اختلافاً بين النظامين؛ إذ يعطي النظام (الانجلوأمريكي) حرية أكبر للقاضي في ابتكار الحلول، التي في الأغلب يتم تبنيها كتشريعات مقننة، بعكس النظام القانوني الفلسطيني الذي يلتزم فيه القاضي بالنصوص القانونية، ويعطي دور أقل للقاضي في ابتكار الحلول، إلا أن الواقع العملي للمسألة محل البحث، في ظل غياب تشريع يعالج المسألة، تفرض على القضاء الفلسطيني إيجاد حلول لها، والتحرر من عقده التبعية للإجراءات الشكلية التي يفرضها نظامنا القانوني، واجتهادات قضاء الدول المجاورة، نظراً لخصوصية الوضع الفلسطيني، والسعي لابتكار الحلول العملية، مستنداً في ذلك على القواعد العامة المتعلقة بالموضوع التي يمكن تطويعها وتصلح للتطبيق كما رأينا.

ورغم هذا النجاح للقضاء الأمريكي في توفير بعض الحماية للعلامات التجارية على شبكة الانترنت، إلا أن تطبيق القواعد العامة المتعلقة بالموضوع على منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق على شبكة الانترنت يبقى حلاً غير كافياً، إذ هناك ثغرات قانونية لا يمكن تلافيها

أو حتى إثباتها عند تطبيق النص العام على أسماء النطاق على شبكة الانترنت.<sup>٣٥١</sup> لذلك كان من الضروري إصدار قانون متخصص يعالج مسألة قرصنة العلامات التجارية على شبكة الانترنت بشكل مباشر ويضع إحكام خاصة بها. بالتالي وجدنا من المناسب استعراض قانون حماية المستهلك ضد قرصنة أسماء النطاق الأمريكي، وبيان الأحكام التي جاء بها.

ثانياً: الحماية القانونية للعلامات التجارية بعد صدور قانون حماية المستهلك ضد قرصنة

### أسماء النطاق الأمريكي (Anti Cybersquatting Consumer Protection Act)

يعتبر هذا القانون تنويجاً للجهود الكبيرة التي بذلها القضاء الأمريكي، في سعيه لإيجاد حلول قانونية مبتكرة لقرصنة العلامات التجارية على شبكة الانترنت، حيث تم ترجمة القواعد والمعايير التي اجتهد القضاء في وضعها، بإصدار قانون حماية المستهلك ضد قرصنة أسماء النطاق الأمريكي، سنة (١٩٩٩)، من قبل المجلس التشريعي الفدرالي الأمريكي (الكونغرس)، وجرير بالذكر أن هذا القانون جاء على شكل إضافة، والحق بقانون العلامات التجارية الأمريكي لسنة (١٩٤٦) القسم (٤٣) منه.<sup>٣٥٢</sup> وسمى هذا القسم الملحق تحت عنوان "الوقاية من القرصنة الالكترونية" (Prevention of Cyberpiracy).<sup>٣٥٣</sup> وقد استفاد واضعو هذا القانون، من السوابق القضائية الكثيرة التي سبقت صدوره، وذلك لتلافي أوجه النقص و الثغرات والصعوبات

<sup>٣٥١</sup> شريف غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني (١ دار النهضة العربية: القاهرة

٢٠٠٣) ١٨٢

<sup>٣٥٢</sup> لمزيد من التفاصيل حول هذا القانون انظر تقرير المجلس التشريعي الفدرالي الأمريكي (الكونغرس) على الموقع التالي:

<http://www.uspto.gov/web/offices/dcom/olia/tmcybpiracy/repcongress.pdf> Visited on 8-8-2010

<sup>٣٥٣</sup> للاطلاع على نصوص هذا القانون انظر الموقع التالي:

<http://thomas.loc.gov/cgi-bin/query/z?c106:S.1255.IS>: Visited on 8-8-2010



التي واجهت القضاء عند تطبيق القواعد العامة المتعلقة بالمسألة.<sup>٣٥٤</sup>

ويهدف هذا القانون لحماية المستهلك الأمريكي، وتطوير ودعم الأعمال التجارية التي تتم عبر شبكة الانترنت، بالإضافة إلى حماية مالكو العلامات التجارية من المسجلين سيئي النية على الشبكة، إذ وضع هذا القانون في الأساس، لمكافحة والحد من ظاهرة القرصنة (Cybersquatting).<sup>٣٥٥</sup> وأصبح من الممكن بموجب هذا القانون لمالك العلامة التجارية إقامة دعوى مدنية، إذا كان الشخص (المعتدي) سيئ النية، يهدف إلى تحقيق أرباح نتيجة استغلال العلامة التجارية المملوكة للغير. و شمل كذلك الاسم الشخصي الذي تم حمايته كعلامة تجارية في هذا القانون.<sup>٣٥٦</sup>

واهم الحلول التي جاء بها هذا القانون، هو استحداث دعوى جديدة سماها الدعوى العينية ( In Rem Jurisdiction) وهي دعوى فعالة جداً، يمكن بموجبها لمالك العلامة التجارية المعتدى عليها طلب إلغاء أو نقل اسم النطاق المعتدي عليه. وذلك بمخاصمة أسماء النطاق المعتدية ذاتها بدلاً من مخاصمة مسجلوها، أي هي دعوى عينية وليست دعوى شخصية، كما كانت الدعاوى السابقة. ومن الأحكام التي جاءت بها هذه الدعوى، انه لا يجوز لمالك العلامة التجارية تضمين هذه الدعوى أي طلب تعويضات عن الأضرار التي لحقت به. وهذا لا يعني أنه لا يمكنه المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به بموجب دعوى أخرى، ولكن إذا اختار إقامة دعوى عينية (In Rem) فلا يحق له سوى المطالبة بإلغاء أو نقل اسم النطاق المعتدي إليه.<sup>٣٥٧</sup>

<sup>٣٥٤</sup> شريف غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني (١ دار النهضة العربية: القاهرة

١٨٥ (٢٠٠٣

<sup>٣٥٥</sup> Neal Greenfield & Sarah Deutsch E, *the U.S Anticybersquatting consumer protection Act*, in Lisa E. Criatal & Neal S. Greenfield, *Trademark Law & The Internet*, (2 INTA : New York 2001) 247

<sup>٣٥٦</sup> Amol Tembe, *Internet and trademark law*,

[http://www.asianlaws.org/projects/internet\\_trademark.htm#02](http://www.asianlaws.org/projects/internet_trademark.htm#02) Visited on 16-10-2009

<sup>٣٥٧</sup> Neal Greenfield & Sarah Deutsch E, *the U.S Anticybersquatting consumer protection Act*, in

وقد عدد القانون بعض الحالات التي يعتبر فيها مسجل اسم النطاق سيئ النية، أو لدية نية الكسب غير المشروع عن طريق استخدام العلامة التجارية المملوكة للغير، وجدير بالذكر أن هذه الحالات وردت على سبيل المثال وليس الحصر وهي كالآتي:<sup>358</sup>

(أ) إذا تم تسجيل اسم نطاق يطابق أو يشابه علامة تجارية مسجلة و مميزة وقت تسجيله ما يؤدي إلى تضليل جمهور المستهلكين.

(ب) إذا تم تسجيل اسم نطاق يطابق أو يشابه علامة تجارية مشهورة (Famous) وقت تسجيله ما يؤدي إلى تضليل جمهور المستهلكين.

(ج) إذا تم التعدي على علامة تجارية أو كلمة أو اسم محمية بموجب القوانين الأمريكية.

وقد أورد القانون في القسم (ب) منة معايير أوردها على سبيل المثال وليس الحصر لتحديد فيما إذا كان الشخص سيئ النية أم لا، حيث تم تعداد معظم الحالات المفترضة لسوء النية لدى مسجل اسم النطاق الذي يتعدى على أي حق من حقوق مالكي العلامات التجارية المسجلة، أو العلامات المحمية بموجب هذا القانون.

والجدير بالملاحظة أن هذا القانون غطى جانب كبير من حالات التعدي المفترضة التي تحدث على شبكة الانترنت.<sup>359</sup> وهي الحالات التي في الغالب يوجد فيها سوابق قضائية، إذ أبقى الباب مفتوحاً للاجتهاد القضائي لاستتباط حالات أخرى، حيث أوردها على سبيل المثال لا الحصر، سواء حالات التعدي على العلامات التجارية أو حالات التي تتوافر فيها سوء النية، لأنه من المؤكد مع التطور التكنولوجي المتسارع، سيكون هناك أساليب تعدي جديدة ومبتكرة من قبل

Lisa E. Criatal & Neal S. Greenfield, *Trademark Law & The Internet*, (2 INTA : New York 2001) 262

<sup>358</sup> Dawn Osbourne Willoughby & Partners, *Trademarks And The Internet*, paper presented in the *Trademark World Conference*, 13<sup>th</sup> March 2000, the Berners, London 9

<sup>359</sup> Amol Tembe, *Internet and trademark law*,

[http://www.asianlaws.org/projects/internet\\_trademark.htm#02](http://www.asianlaws.org/projects/internet_trademark.htm#02) Visited on 16-10-2009

المعتدين، ما يبقي المجال مفتوح إمام القضاء لتطبيق هذا القانون على الحالات الجديدة.

بعد استعراض قانون حماية المستهلك ضد قرصنة أسماء النطاق الأمريكي، يلاحظ الدور التكاملي بين القضاء الأمريكي والمشرع حيث أن القضاء يلعب دور مهما في تشريع القوانين في النظام (الانجلو أمريكي)، ما ساعد هذا القضاء على ابتكار الحلول لمسألة التعدي على العلامات التجارية على شبكة الانترنت، في ظل غياب تشريع متخصص يعالج المسألة. ورغم أن هذا القانون نموذجاً جيداً يحتذا به للعديد من الدول، إلا أن هناك خصوصية تشريعية تحكم كل بلد عن الآخر، ما يؤدي إلى ظهور قوانين محلية تتعارض في أحكامها، ما قد يتسبب في مشكلة مستقبلية تتمثل في تنازع هذه القوانين، وهذا يتعارض مع عالمية شبكة الانترنت وعالمية المشكلة، والأفضل هو وضع قانون دولي لمكافحة القرصنة يكون مقبول من كافة الدول وتساهم في وضعة المنظمات المعنية مثل (WIPO) و غيرها من المنظمات ذات العلاقة، كما هو الحال في السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق المعتمد من هيئة (الايكان). ولحين الوصول لهذه القواعد العالمية لمكافحة القرصنة الالكترونية على شبكة الانترنت، نري أن يضاف فصل على مشروع قانون حماية الملكية الصناعية الفلسطيني، لمعالجة مشكلة القرصنة على شبكة الانترنت، على غرار قانون حماية المستهلك ضد قرصنة أسماء النطاق الأمريكي، يكون متوافقاً مع سياسة تسوية منازعات أسماء النطاق المعتمدة من هيئة (الايكان) وبما لا يتعارض مع خصوصية النظام القانوني الفلسطيني.

## الخاتمة

بعد استعراض منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق على شبكة الانترنت في النظام القانوني الفلسطيني، وبيان أشكال التعديت التي تقع عليها عن طريق أسماء النطاق، يمكننا استخلاص بعض النتائج على النحو التالي:

أولاً: بالرغم من ثورة الاتصالات التي أطلقتها شبكة الانترنت عبر الفضاء الالكتروني، التي غدت أضخم سوق تجارية تحرص الشركات العالمية تسويق منتجاتها وخدماتها من خلالها، إلا أن هذا الازدهار التجاري على الشبكة، رافقه العديد من المشاكل التي لم يتداركها مالكو العلامات التجارية إلا بعد ظهور قرصنة أسماء النطاق (cybersquatters) الذين استغلوا السياسة المنتقدة في تسجيل أسماء النطاق على شبكة الانترنت، التي اعتمدت قاعدة (من يسجل أولاً - يخدم أولاً)، دون مراعاة حقوق الملكية الفكرية، إذ لم يتنازلوا عن أسماء النطاق التي تطابق أو تشابه علامة تجارية - غالباً مشهورة - ، إلا مقابل مبالغ مالية.

ثانياً: ونتيجة تعاظم دور أسماء النطاق على شبكة الانترنت، التي أصبح البعض منها يقوم بوظيفة العلامات التجارية على الشبكة، برزت العديد من الآراء في تكيف المركز القانوني لاسم النطاق. وتبين لنا من خلال استعراضها، انه لا يعتبر شكلاً من أشكال العلامات التجارية، وذلك لوجود فروقات بين العلامات التجارية وأسماء النطاق من الناحية الفنية التقنية، إلا أن هذا الرأي لا يؤخذ على إطلاقه، ففي الولايات المتحدة الأمريكية ونتيجة تعاظم دور أسماء النطاق على شبكة الانترنت، اعتمد مكتب العلامات التجارية وبراءات الاختراع الفدرالي الأمريكي، تسجيل بعض أسماء النطاق كعلامات تجارية، بحيث يملك مسجل اسم النطاق حقوق الملكية الفكرية عليه مثل العلامات التجارية.

**ثالثاً:** إزاء تفاقم قرصنة أسماء النطاق على شبكة الانترنت، كان لابد من حماية العلامات التجارية على شبكة الانترنت؛ لمواجهة هذا التحدي الجديد، حيث وجد مالكو العلامات التجارية ضالّتهم بالتوجه للقضاء، ونخص بالذكر القضاء الأمريكي الذي كان له السبق في التصدي لهذا التحدي الجديد، حيث نجح في توفير بعض الحماية للعلامات التجارية على شبكة الانترنت، مستنداً في ذلك على القواعد العامة المتعلقة بالموضوع. ورغم هذا النجاح للقضاء الأمريكي في توفير بعض الحماية للعلامات التجارية على شبكة الانترنت، إلا أن تطبيق القواعد العامة المتعلقة بالعلامات التجارية على منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق على شبكة الانترنت، يظل غير كافياً، إذ هناك ثغرات قانونية لا يمكن تلافيتها أو حتى إثباتها عند تطبيق نصوص قانون العلامات التجارية الأمريكي على أسماء النطاق على الانترنت، كون هذه القواعد لم توضع بالأصل لحماية العلامات التجارية من القرصنة الالكترونية على شبكة الانترنت.

**رابعاً:** على صعيد القضاء الوطني، يمكن توفير حماية جزئية للعلامات التجارية على شبكة الانترنت، بإقامة الدعاوى المدنية التي تستند على بعض القواعد العامة في المسؤولية التقصيرية وكذلك قواعد قانون العلامات التجارية الأردني الساري في الضفة الغربية؛ كدعوى التقليد، والمنافسة غير المشروعة، وشطب العلامة التجارية، إلا أن هذه الحلول غير كافية لتوفير حماية كاملة للعلامات التجارية على شبكة الانترنت في فلسطين، إذ أنها قواعد لم توضع بالأساس لحماية العلامة التجارية على شبكة الانترنت.

**خامساً:** اتبع النطاق الوطني الفلسطيني (.ps) الذي يدار من قبل الهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت (بينينا)، سياسة تسجيل مفتوحة إذ يمكن لأي شخص حول العالم التسجيل فيه. إلا أنه يعاب على سياسة التسجيل ضمن النطاق الوطني الفلسطيني، أنها لا تدقق في ملكية العلامات التجارية عند التسجيل، ولم تعتمد في تسوية المنازعات المتعلقة بأسماء النطاق لديها،

على نظام قانوني خاص، إنما اعتمدت في التسوية على للنظام الداخلي، واتفاقية التسجيل الخاصة بالنطاق الفلسطيني للإنترنت، و قواعد السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق (UDRP) التي لم تتبناها بشكل رسمي. ويؤخذ كذلك على سياسة تسوية المنازعات ضمن النطاق الوطني الفلسطيني، عدم إلزامية القرارات الصادرة عن الهيئة في النزعات المعروضة عليها بتوافق الأطراف. حيث بإمكان الأطراف اللجوء إلى القضاء، أو هيئات تحكيم مستقلة في حال لم يرتضوا بقرار الهيئة.

سادساً: نجحت الجهود الدولية بالتعاون مع بعض المنظمات والهيئات العالمية، وأهمها: المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)؛ بإيجاد حلول لمشكلة التعديات على العلامات التجارية على شبكة الإنترنت، حيث أثمرت هذه الجهود، إنشاء هيئة الإنترنت للأسماء والأرقام المخصصة (الأيكان)، التي أوكل لها تنظيم تسجيل أسماء النطاق، التي قامت بتعديل سياسة تسجيل أسماء النطاق لتواكب المعايير الدولية المتعلقة بحماية حقوق الملكية الفكرية، ووضعت آلية موحدة لحل منازعات أسماء النطاق على شبكة الإنترنت، وألزمت مسجلي أسماء النطاق الخضوع للسياسة الموحدة، لحل منازعات أسماء النطاق المعتمدة من قبلها، إلا أن هذه السياسة تفتقر إلى الإلزامية؛ لأن الأحكام التي تصدر عن هيئات التسوية المعتمدة من قبل (الأيكان) ليس لها صفة إلزامية.

## التوصيات:

- ١- نقترح إضافة فصل على مشروع قانون حماية الملكية الصناعية الفلسطيني لسنة (٢٠٠٠)، يتعلق بمكافحة القرصنة الالكترونية على شبكة الانترنت. يشمل جميع عناصر الملكية الفكرية، ويكون متجانساً مع المعايير العالمية للملكية الفكرية، والقواعد الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق المعتمدة من قبل (الايكان)، وبما يتناسب مع النظام القانوني الفلسطيني.
- ٢- تعديل النظام الداخلي للهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت (بينينا)، بإضافة فصل يتعلق بتسوية منازعات أسماء النطاق ضمن النطاق الوطني الفلسطيني، يكون متجانساً مع السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق، بحيث يكون الخضوع لهذه الآلية إجبارياً، واعتبار القرارات الصادرة بموجبها إلزامية، وتعديل سياسة التسجيل الخاصة بالنطاق الفلسطيني باشتراط إثبات ملكية الاسم أو العلامة التجارية التي يمثلها اسم النطاق عند التسجيل.
- ٣- تأهيل القضاة والمحامين في فلسطين، عن طرق منحهم دورات ومحاضرات تتعلق بقضايا القرصنة الالكترونية، وخاصة المتعلقة بأسماء النطاق، وصور وأشكال التعديلات عليها، وكيفية تحديد معايير الانتباس، وكيفية معالجة المشكلة على مستوى القضاء حول العالم؛ كي يسهل عليهم التعامل مع هذا النوع من القضايا، خاصة في ظل غياب تشريعات متخصصة بالموضوع.
- ٤- تبني السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق المعتمدة من قبل هيئته (الايكان) ضمن النطاقات الوطنية للدول؛ كي تتوحد قواعد تسوية المنازعات حول العالم لمكافحة ظاهرة القرصنة الالكترونية دولياً، وعقد المؤتمرات الدولية لتقريب وجهات النظر بين الدول حول هذه المسألة.
- ٥- تعديل بعض قواعد السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق المعتمدة من قبل هيئة (الايكان)، بحيث يصبح من الممكن للجان التسوية الحكم بالتعويض، عند إصدار الحكم بتحويل اسم النطاق المتخاصم عليه أو إلغائه، إذا تم إثبات الضرر، كذلك إصباغ صفة الإلزامية على

القرارات الصادرة عن هذه الهيئات.

٦- إصدار قانون نموذج عالمي لمكافحة القرصنة الإلكترونية، بالتعاون مع المنظمات والهيئات العالمية المعنية بالموضوع، كمرجعية للدول التي ترغب بإصدار قانون لمكافحة القرصنة على شبكة الإنترنت، لتلافي احتمالية تنازع قوانين هذه الدول مع بعضها.

٧- تأسيس محكمه دوليه لتسوية منازعات القرصنة الإلكترونية، بتوافق دول العالم والمنظمات الدولية المعنية بالموضوع، يكون اللجوء إليها اختيارياً، وتحمل قراراتها الصفة الإلزامية.



## المصادر والمراجع

### المصادر:

١. قانون العلامات التجارية الفلسطيني رقم (٣٥) لسنة (١٩٣٨).
٢. قانون المخالفات المدنية الفلسطيني رقم (٣٦) لسنة (١٩٤٤).
٣. قانون العلامات التجارية الأردني رقم (٣٣) لسنة (١٩٥٢).
٤. القرار الرئاسي الفلسطيني المتعلق بتأسيس هيئة (بينينا) رقم (٢٠) لسنة (٢٠٠١).
٥. القرار الرئاسي الفلسطيني المعدل، المتعلق بتأسيس هيئة (بينينا) رقم (٥٩) لسنة (٢٠٠١).
٦. النظام الداخلي للهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت (بينينا).

### ثانياً: الكتب العربية:

١. بهاء شاهين، شبكة الانترنت (كمبيو ساينس: القاهرة ١٩٩٦).
٢. حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية (بدون ناشر: القاهرة ١٩٩٣).
٣. حسن الذنون، المبسوط في المسؤولية المدنية (دار وائل للنشر: عمان ٢٠٠٦).
٤. حماد عزب، المنافسة غير المشروعة في مجال الإعلانات التجارية (دار النهضة العربية: القاهرة ٢٠٠٤).
٥. زينه الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية (دار ومكتبة الحامد: عمان ٢٠٠٢).
٦. سعاد الصابغ، الوجيز في شرح قانون المخالفات المدنية (بدون ناشر: غزة ١٩٩٧).
٧. سميحة القليوبي، لموجز في القانون التجاري (مكتبة القاهرة الحديثة: القاهرة ١٩٧٢).

٨. سمير فرنان، قضايا القرصنة التجارية والصناعية والفكرية (منشورات الحلبي: بيروت ٢٠٠١).
٩. شريف محمد غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني (١ دار النهضة العربية: القاهرة ٢٠٠٣).
١٠. صلاح الأسمر، دراسة تحليلية لقانون العلامات التجارية الأردني رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢، المؤتمر العربي الدولي الأول للملكية الفكرية (بدون ناشر: عمان ١٩٩٥).
١١. عبد الحكم فوده، موسوعة التعويضات المدنية، ج١ (١ المكتب الدولي للموسوعات القانونية: الإسكندرية ٢٠٠٦).
١٢. عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، ج١ (٤ منشورات الحلبي: بيروت ١٩٩٨).
١٣. عبد العزيز اللصاص، المسؤولية المدنية التقديرية الفعل الضار (دار الثقافة للنشر والتوزيع: عمان ٢٠٠٢).
١٤. عبد الله الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية (دار وائل للنشر: عمان ٢٠٠٥).
١٥. محمد احمد، العلامات التجارية - جريمة الغش التجاري، ج١ (القاهرة ١٩٥٥).
١٦. محمد الشامي، ركن الخطأ في المسؤولية المدنية (دار النهضة العربية: القاهرة ١٩٩٠).
١٧. محمد طلبه، الانترنت طريق المعلومات السريع (مجموعه دلتا: القاهرة ٢٠٠٠).
١٨. منير الجنبهي، ممدوح الجنبهي، بروتوكولات وقوانين الانترنت (دار الفكر الجامعي: الإسكندرية ٢٠٠٥).
١٩. نعيم مغبغب، الماركات التجارية و الصناعية (بدون ناشر: بيروت ٢٠٠٨).

٢٠. نوري خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية - الملكية الصناعية- (دار وائل للنشر: عمان

.(٢٠٠٥)

#### المقالات باللغة العربية:

١. حلو أبو حلو، دعوى المنافسة غير المشروعة في القانون الأردني (٢٠٠٤) ٧١ مجلة القانون والاقتصاد، جامعة القاهرة.
٢. خالد التلاحمة، النزاعات بين العلامات التجارية وأسماء النطاق على شبكة الانترنت (٢٠٠٥) ١٩-٢ مجلة جامعه النجاح.
٣. رامي علوان، المنازعات حول العلامات التجارية و أسماء مواقع الانترنت (٢٠٠٥) ٢٢ مجلة الشريعة والفنون.
٤. عدنان سرحان، أسماء النطاق على الشبكة العالمية للمعلوماتية ( الانترنت ) ، المفهوم والنظام القانوني (٢٠٠٦) ٢٥ مجلة الشريعة والقانون ، جامعة الإمارات العربية المتحدة.

#### مقابلات ميدانية:

١. عدد من المقابلات أجريت مع السيد/ مروان رضوان، المدير العام لهيئة مسميات الانترنت (بنينا) المقيم في قطاع غزة، وذلك عن طريق الهاتف والبريد الالكتروني بتاريخ ٢٠/٩/٢٠٠٩؛ ٢٥-٣-٢٠١٠؛ ١٠-٥-٢٠١٠
٢. مقابلة مع سعادة القاضي/ عبد الله غزلان- قاضي المحكمة العليا في رام الله- في مقر مجلس القضاء الأعلى بمحافظة رام الله ، بتاريخ ١٩/١٢/٢٠١٠ ؛

٣. مقابلة مع سعادة القاضي/ محمود حماد- قاضي المحكمة العليا في رام الله- في مقر مجلس

القضاء الأعلى بمحافظة رام الله، بتاريخ ٢٠١٠/١٢/١٩

#### الكتب باللغة الانجليزية:

- 1- Craig Standing, *Internet commerce development* (Artech house: London 2000).
- 2- Ed Krol, *The whole internet user's guide & catalog* (2<sup>nd</sup> O'reilly & Associates, Inc: Sebastopol Ca 1994).
- 3- Graham Smith, *Internet Law and Regulation* (3<sup>rd</sup> Sweet & Maxwell: London 2002).
- 4- Lionel Jospin, *The internet and digital networks (la documentation française: Paris 1998).*
- 5- Lisa E. Criatal&Neal S. Greenfield, *Trademark Law & the Internet* (2<sup>nd</sup> INTA: New York 2001).
- 6- Mary Pike, *Using the internet* (Que Corperation: Indianapolis 1995).
- 7- Roy J. Girasa: *cyberlaw national and international perspectives* (upper saddle rives: New Jersey 2002).

#### المقالات بالانجليزية:

- 1- Adam Greenfield, *reviving the distinction between inrem and in personam jurisdiction by way of the anticybersquatting consumer protection act* (2007) 35 Alpla quarterly journal.
- 2- Benjamin Silbert, *Trademark law, icann, and2whn domain name expiration* (2008) 36 Alpla Quarterly Journal.

- 3- Bernadette Dino, *Passive warehousing under icann's uniform dispute resolution policy: A utilitarian perspective* (2002) 10 *CommLaw Spectus*.
- 4- Chad Emerson, *Wasting time in cyberspace: The udrp's inefficient approach to ward arbitrating domain name disputes* (2004) 34 *University of Baltimore law review*.
- 5- Dara Gilwit, *The latest cybersquatting trend: typosquatters, their changing tactics, and how to prevent public deception and trademark infringement* (2003) 11 *Washington university journal of law and policy*.
- 6- Donna L. Howard, *Trademarks and service marks and internet domain names: Giving Icann deference* (2001) 33 *Arizona state law journal*.
- 7- Dykas Shaver&Nipper.LLP, *Make room for trademark: what you should know about the new global domain names* (2010) 53 *FEB Advocate Journal*.
- 8- Elizabeth Flanagan, *No free parking: obtaining relief from trademark-infringing domain name parking* (2008) 98 *the trademark reporter*.
- 9- Elizabeth Herbst, *Make room for trademark: what you should know about the new global domain names* (2010) 53 *FEB Advocate*.
- 10- Elizabeth Woodard, *the Udrp, Adr, and arbitration: using proven solutions to address perceived problems with the udrp* (2009) 19 *Fordham intellectual property, media and entertainment law journal*.
- 11- Ira Nathenson, *internet infoglut and invisible ink: spamdexing search engines with Meta tags* (1998) 12-1 *Harvard Journal of Law&Technology*.
- 12- J. Steven Gardner, *trademark infringement, likelihood of confusion and trademark parody* (1993) 28 *Wake forest law preview*.

- 13- Jacqueline Lipton, *A winning solution for you tube and utube? Corresponding trademarks and domain name sharing* (2008)21-2 *Harvard Journal of Law & Technology*.
- 14- Jay Kesan & Andres Gallo, *The market for private dispute resolution services—an empirical re-assessment of Icann udrp performance* (2005) 11 *Michigan telecommunication law review*.
- 15- John Brogan, *Much ado about squatting: the constitutionally precarious application of the anticybersquatting consumer protection act* (2002) 88 *Iowa law review*.
- 16- John Handy, *why the initially confused should get a clue: the battle between trademarks infringement and consumer choice online* (2006) 16 *Fordham intellectual property, media and entertainment journal*.
- 17- Jonathan Ward, *The rise and fall of internet fances: the overbroad protection of the anticybersquatting consumer protection act* (2001) 5 *Maraquette intellectual property law review*.
- 18- Joshua Clowers, *on international trademark and the internet* (2003) 4 *Richmond Journal of Law & Technology*.
- 19- Julie Mcmurry, *The udrp v. traditional: policy consideration from a practitioner's perspective* (2001)20 *Saint Louis university public law review*.
- 20- Kenneth dueker, *trademark law lost in cyberspace: trademark protection from internet addresses* (1996) 9-2 *Harvard journal of law & technology*.
- 21- Kim Von Arx, Gregory Hagan, *A declaration of independence of cctld from foreign control* (2002) 9 *Richmond journal and law technology*.
- 22- Kiran Gore, *Trademark battles in a Barbie-cyber world* (2009) 31 *Hastings communication and entertainment law journal*.

- 23- Lisa M. Sharrock, *The future of domain name dispute resolution: crafting practical international legal solutions from within the udrp framework* (2001) 51 Duke Law journal.
- 24- Mairead Moore, *cybersquatting: prevention better than cure?* (2009) 17internet journal of law and information technology.
- 25- Matthew Sandeson, *Candidates, squatters, and grippers: aprimer on political: cybersquatting and a proposal for reform* (2009) 8 Election law journal.
- 26- Michael Fromkin, *Icann "uniform dispute resolution policy"- causes and (partial) cures* (2002) 67 Brooklyn law review.
- 27- Neal Slifkin, *Trademark protection and enforcement* (2009) Intellectual property practice group.
- 28- Olivia Maria Baratta, *A global update on the domainname system and the law: Alternative dispute resolution for increasing internet competition—oh, the times they are a-changing!* (2000) 8 Tulane journal of international and comparative law.
- 29- Peter K. Yu, *The origins of cctld policymaking* (2004) 12 Cardzo journal of international and comparative law.
- 30- Philip Chung, *A Defence of plain HTML for law* (2000) 1 Electronic Law Journal.
- 31- Philip Jones&Michele McCoy, *Trademark infringement primer* (2007) 904 Practicing law institute.
- 32- Reece Roman, *What if Icann can't? Can the united natioos really save the internet* (2007) 15 Syracuse science & technology law reporter.
- 33- Robert v. Danahoe, *Beyond.com: What risk does the explosive growth of top level domains post to your trademark: Can you get any relief?* (2002) 4 Tulane journal of technology and intellectual property.
- 34- Roger Rosen, Charles Rosenberg, *Suing anonymous defendants for internet defamation* (2001) 19 Los Angeles lawyer.

- 35- Sally M. Abel, *Trademark Issues in Cyberspace, the Brave New Frontier* (1999) 5 Telecomm. Tech. Law Review.
- 36- Sarah Silbert, *Using a udrp action to prevent infringing uses of domain names* (2008) 30 Los Angeles lawyer.
- 37- Scot Wilson, *Corporate criticism on the internet: the fineline between anonymous speech and cybersmear* (2002) 29 Pepperdine law review.
- 38- Shannon Moyer, *Frustrating the internet consumer and the purposes behind trademark law: the unauthorized use of trademarks as meta-tags* (1999) 27 Alpla quarterly journal.
- 39- Theodore Davis, *Likelihood of confusion determinations: A survey of eleventh circuit jurisprudence* (1994) 2 Journal of intellectual property law.
- 40- Timothy Marsh, *Shield v. Zuccarini: The role of the anticybersquatting consumer protection act in fighting typosquatting* (2002) 33 University of Toledo law review.

#### مؤتمرات قانونية:

Dawn Osbourne Willoughby&Partners, *Trademarks And The Internet*, paper presented in the Trademark World Conference, 13<sup>th</sup> March 2000, the Berners, London.

#### مواقع على شبكة الانترنت:

- 1- Amol Tembe, *Internet and trademark law*, from [http://www.asianlaws.org/projects/internet\\_trademark.htm#02](http://www.asianlaws.org/projects/internet_trademark.htm#02)
- 2- Brad Bolin, *Linking and framing concerns*, from <http://www.bitlaw.com/internet/webpage.html>



- 3- David B. Himelstein, *Trademarks & serves marks*,  
<http://www.himels-computer-law.com/trdmrks.htm>
- 4- Lounds, *trademarks on the internet*, from:  
<http://www.loundy.com/JMLS-Trademark.html>
- 5- Margaret Smith, when is domain name considered a trademark,  
<http://www.gigalaw.com/articles/2001-all/kubiszyn-2001-01-all.html>
- 6- Neil brown, *The arbitration of celebrity domain name disputes*, from  
[http://www.adr.eu/inc/en/resource/arbitration\\_platform/article\\_en\\_1.pdf](http://www.adr.eu/inc/en/resource/arbitration_platform/article_en_1.pdf)
- 7- Stephan Ott, *Linking Cases Worldwide – A Comprehensive Overview*, from <http://www.linksandlaw.com/Version%201.1.pdf>
- 8- <http://www.businessdictionary.com/definition/brand.htm>
- 9- <http://www.icann.org/tr/arabic.html>
- 10- <http://www.uspto.gov/trademarks/resources/exam/guide299.jsp>
- 11- <http://www.gigalaw.com/articles/2001-all/kubiszyn-2001-01-all.htm>
- 12- [Www.absoluteastronomy.com\encyclopedia\t\t\trademark.htm](http://www.absoluteastronomy.com/encyclopedia/t/tr/trademark.htm)
- 13- [http://searchwebservices.techtarget.com/sDefinition/0,,sid26\\_gci213511,00.html](http://searchwebservices.techtarget.com/sDefinition/0,,sid26_gci213511,00.html)
- 14- <http://www.educause.edu/about>
- 15- <http://www.gsa.gov/Portal/gsa/ep/home.do?tabId=0>
- 16- <http://www.iana.org/domains/int/>
- 17- <http://www.nic.mil/>
- 18- <http://mtld.mobi/>
- 19- <http://www.nic.coop/>
- 20- <http://www.ttpc.travel/docs/PREXPOTUR.TRAVEL5.15.08.pdf>
- 21- <http://www.dotasia.org/>
- 22- <http://www.icann.org/tlds/>
- 23- <http://www.pir.org/node>
- 24- <http://www.sita.aero/>

- 25- <http://www.ttpc.travel/docs/PREXPOTUR.TRAVEL5.15.08.pdf>
- 26- <http://www.dotasia.org/>
- 27- <http://www.verisign.com/>
- 28- <http://www.afilias.info/>
- 29- <http://www.inc.com/>
- 30- <http://www.crunchbase.com/company/globalnameregistry>
- 31- <http://registry.pro/>
- 32- [http://www.iso.org/iso/country\\_codes/background\\_on\\_iso\\_3166.htm](http://www.iso.org/iso/country_codes/background_on_iso_3166.htm)
- 33- [http://www.iso.org/iso/english\\_country\\_names\\_and\\_code\\_elements](http://www.iso.org/iso/english_country_names_and_code_elements)
- 34- <http://www.pnina.ps/>
- 35- <http://www.icann.org/ar/topics/idn/idn-glossary-ar.htm>
- 36- <http://arabic-domains.org/?p=208>
- 37- <http://www.caslon.com.au/domainsprofile2.htm>
- 38- <http://www.cira.ca/>
- 39- <http://www.dot.fm/search.html>
- 40- <http://www.register.md/>
- 41- [https://www.godaddy.com/gdshop/faq/faq.asp?isc=gppg101204&se=%2B&app\\_hdr=&faq\\_id=87&topic\\_id=1&topic=Domains](https://www.godaddy.com/gdshop/faq/faq.asp?isc=gppg101204&se=%2B&app_hdr=&faq_id=87&topic_id=1&topic=Domains)
- 42- <http://www.nic.ps/registration/registration.html>
- 43- <http://www.afnic.fr/>
- 44- [http://www.dns.jo/about\\_us\\_a.aspx](http://www.dns.jo/about_us_a.aspx)
- 45- <http://www.eun.eg/wps/portal>
- 46- <http://www.aldea.com/cix/maher.html>
- 47- <http://domain.adrforum.com/domains/decisions/93676.htm>
- 48- <http://www.asil.org/ilib0308.cfm>
- 49- <http://www.ipit-update.com/passoff01.htm>
- 50- [http://www.mondaq.com/article.asp?articleid=21255&email\\_access=on](http://www.mondaq.com/article.asp?articleid=21255&email_access=on)
- 51- <http://www.adrforum.com/domains/decisions/474816.htm>

- 52- [http://news.cnet.com/2100-1002\\_3-1016447.html](http://news.cnet.com/2100-1002_3-1016447.html)
- 53- <http://www.valenciacc.edu/lrcwest/lis2004/glossary.htm#H>
- 54- <http://www.fwlaw.com/tradeint.html>
- 55- [http://cyber.law.harvard.edu/metaschool/fisher/linking/meta/META\\_C1.html](http://cyber.law.harvard.edu/metaschool/fisher/linking/meta/META_C1.html)
- 56- <http://www.nolo.com/article.cfm/ObjectID/A20673AB-676B-43D5-826517CBCE04A322/catID/D067F3DC-202E-4EF7-AAEEEFB60061533D/310/266/ART/>
- 57- [http://www.internetlibrary.com/cases/lib\\_case264.cfm](http://www.internetlibrary.com/cases/lib_case264.cfm)
- 58- [http://www.nprstations.org/prc/2001/virtual\\_prc/pdf/prc\\_2001\\_website\\_linking\\_and\\_framing\\_issues%20handout.pdf](http://www.nprstations.org/prc/2001/virtual_prc/pdf/prc_2001_website_linking_and_framing_issues%20handout.pdf)
- 59- <http://euro.ecom.cmu.edu/program/law/08-732/DomainNames/WashingtonPostVTotalNews.pdf>
- 60- [http://www.inta.org/downloads/tap\\_beyonddomains2003.pdf](http://www.inta.org/downloads/tap_beyonddomains2003.pdf)
- 61- <http://www.chillingeffects.org/linking/faq.cgi#QID165>
- 62- <http://www.paed.uscourts.gov/documents/opinions/99D0745P.pdf>
- 63- <http://www.mgovg.com/ArticlesPublications/TM%20Infringement.htm>
- 64- [http://islandia.law.yale.edu/isp/search\\_papers/zieger.doc](http://islandia.law.yale.edu/isp/search_papers/zieger.doc)
- 65- <http://tcattorney.typepad.com/ip/2008/06/use-of-trademar.html>
- 66- <http://www.zdnet.co.uk/news/business/legal/0,39020651,39181357,00.htm>
- 67- [http://www.aspip.org/page.aspx?page\\_key=wipo&lang=ar](http://www.aspip.org/page.aspx?page_key=wipo&lang=ar)
- 68- <http://www.marefa.org/index.php/%D8%A2%D9%8A%D9%83%D8%A7%D9%86>
- 69- <http://ccnso.icann.org/>
- 70- <http://www.marefa.org/index.php/%D8%A2%D9%8A%D9%83%D8%A7%D9%86>
- 71- <http://arbiter.wipo.int/domains/guide/index.html#a>

- 72- <http://www.disputes.org/decisions/0104.htm>
- 73- <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2009/d2009-0911.html>
- 74- <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2000/d2000-0210.html>
- 75- <http://www.arbforum.com/domains/decisions/96577.htm>
- 76- <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0039.html>
- 77- <http://www.jolt.unc.edu/vol1/wwf.htm>
- 78- <http://www.adrforum.com/domains/decisions/96499.htm>
- 79- <http://www.internic.net/faqs/udrp.html>
- 80- <http://www.wipo.int/amc/en/index.html>
- 81- <http://www.adrforum.com/main.aspx?itemID=5&hideBar=False&navID=55&news=3>
- 82- <http://www.cpradr.org/>
- 83- <http://www.adndrc.org/index.html>
- 84- [http://www.inta.org/downloads/tap\\_udrp\\_1paper2002.pdf](http://www.inta.org/downloads/tap_udrp_1paper2002.pdf)
- 85- <http://www.chillingeffects.org/udrp/faq.cgi#QID72>
- 86- <http://www.auda.org.au/pdf/drwg-audrp-draft.pdf>
- 87- <http://www.goldbergkohn.com/CM/ArticleofInterest/ArticleofInterest174.asp>
- 88- <http://www.bitlaw.com/trademark/dilution.html>
- 89- <http://www.gulfbpg.com/ar/index.php?action=faq&subaction=trade-mark>
- 90- <http://www.bitlaw.com/source/15usc/>
- 91- <http://gsulaw.gsu.edu/lawand/papers/fa00/isenberg/>
- 92- <http://www2.bc.edu/~herbeck/cyberlaw.polaroid.html>
- 93- [http://www.mttl.org/volfive/abel\\_art.html](http://www.mttl.org/volfive/abel_art.html)
- 94- <http://www.linksandlaw.com/decisions-141-nissan.htm>

- 95- <http://www.finnegan.com/NetworkNetworkvCBSInc/>
- 96- <http://www.finnegan.com/publications/news-pup.cfm?id=37&type=trademark>
- 97- <http://www.cafelaw.com/trademark.html#q3>
- 98- <http://thomas.loc.gov/cgi-bin/query/z?c106:S.1255.IS>
- 99- <http://www.uspto.gov/web/offices/dcom/olia/tmcybpiracy/repcongress.ss.pdf>

## ملحق رقم (١)

النظام الداخلي للهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الانترنت (بينينا)

## النظام الداخلي

### للهيئة الوطنية المستقلة لمسميات الإنترنت

#### الفصل الأول

#### تعريفات و أحكام عامة

#### مادة (١)

في تطبيق أحكام هذا النظام يكون للكلمات والعبارات التالية المعاني المخصصة لها أدناه ما لم تدل القرينة على خلاف ذلك:-

- ❖ **الوزارة:** وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.
- ❖ **الوزير:** وزير الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.
- ❖ **الهيئة:** الهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الإنترنت.
- ❖ **المجال:** المجال الفلسطيني للإنترنت و المعروف ب (PS Domain)
- ❖ **المركز:** مركز التسجيل الخاص بالنطاق الفلسطيني للإنترنت
- ❖ **مجلس الإدارة:** مجلس إدارة الهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الإنترنت
- ❖ **المسجل:** هو أي جهة أو فرد يتقدم بطلب تسجيل اسم نطاق أو أكثر ضمن المجال الفلسطيني للإنترنت
- ❖ **المسجل المعتمد:** هو الجهة المعتمدة و المرخص لها من قبل الهيئة لتقديم خدمات التسجيل ضمن المجال الفلسطيني للإنترنت وهي الجهة التي تقوم بتعبئة وإرسال و متابعة طلب التسجيل

- ❖ **قواعد التسجيل:** هي مجموعة اللوائح و القواعد التي يقرها مجلس إدارة الهيئة لتنظيم عملية التسجيل ضمن المجال الفلسطيني للإنترنت
- ❖ **النطاق:** هو الاسم المسجل في قاعدة البيانات الخاصة بالمجال لصالح مقدم الطلب
- ❖ **عضو مجلس الإدارة:** عضو مجلس إدارة الهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الإنترنت
- ❖ **مزودي خدمات الإنترنت:** هي الجهات التي تقوم بتقديم خدمات الإنترنت
- ❖ **مستخدم الانترنت:** هو أي جهة أو فرد يستخدم الانترنت لأي غرض كان.
- ❖ **نموذج التسجيل:** وهو النموذج المستخدم لطلب تسجيل اسم نطاق جديد أو لتعديل معلومات اسم نطاق مسجلاً مسبقاً.

## مادة (٢)

- أ- تنشأ في فلسطين بموجب القرار الرئاسي رقم (٢٠) لعام ٢٠٠١ و القرار الرئاسي رقم (٥٩) لعام ٢٠٠٣ وقرار مجلس الوزراء في جلسته إلـ(١٣) بتاريخ ٢٠٠٣/٨/٢ والذي يكلف الوزير المختص بإعادة تشكيل الهيئة ، هيئة تسمى الهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الإنترنت وتكون ذات شخصية اعتبارية ويكون لها استقلال مالي وإداري ولها أن تمارس المهام والصلاحيات المنصوص عليها في هذا النظام واللوائح والقرارات الصادرة بمقتضاه.
- ب- تتولى وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ممارسة صلاحيتها بالمراقبة و الإشراف الإداري للهيئة وفقاً لإحكام هذا النظام.
- ج- تقوم الجهات المشاركة في مجلس الإدارة إدارة الهيئة بتقديم ترشيحاتها لممثليها في المجلس إلى الوزارة ويتولى الوزير إصدار قرار تعيين رئيس و أعضاء مجلس الإدارة و يصادق عليه من قبل مجلس الوزراء.



### مادة (٣)

يكون مقر الهيئة الرئيسي في مدينة القدس وتحدد الهيئة مقراً مؤقتاً لها في أية مدينة فلسطينية ولها أن تنقل مركزها أو تنشئ فروعاً لها في أي مكان في فلسطين.

## الفصل الثاني

### أهداف و مهام الهيئة

### مادة (٤)

١- تهدف الهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الإنترنت إلى وضع الأسس و القواعد و اللوائح و القيام بكافة الأعمال المتعلقة بإدارة و تسجيل النطاقات ضمن المجال الفلسطيني للإنترنت و المساهمة في وضع القوانين و رسم السياسات التي تضبط و تطور و تشجع و تنمي استخدامات الإنترنت في فلسطين وفق ما يتماشى مع المصلحة العامة.

### ٢- مهام الهيئة

أ- وضع الأسس العامة و القواعد الخاصة بعملية التسجيل ضمن المجال الفلسطيني للإنترنت

ب- القيام بكافة الأعمال المتعلقة بإدارة و تسجيل النطاقات ضمن المجال الفلسطيني

ت- التعاقد مع المؤسسات المعنية لاعتمادها كمسجل معتمد لتسجيل النطاقات ضمن المجال الفلسطيني للإنترنت

ث- وضع و تطوير آليات لفض النزاعات و حل المشاكل المتعلقة بتسجيل النطاقات مما يساهم في تقليص النزاعات التي تتطلب تدخل المحاكم

ج- التعاون مع المؤسسات المحلية و الإقليمية و العالمية من أجل تطبيق أفضل السبل و

المعايير الدولية المتبعة في إدارة المجالات

ح- تمثيل فلسطين في المؤسسات الدولية ذات العلاقة بعمل الهيئة

خ-تنظيم وإدارة العمل الإداري وفق ما تتطلبه مصلحة العمل داخل الهيئة

٣. أهداف الهيئة

أ- دعم التعاون المثمر بين مختلف قطاعات الاقتصاد الفلسطيني و العمل في أجواء شراكة

حقيقية بين القطاعين العام و الخاص لخدمة قطاع المعلوماتية في فلسطين

ب- المساهمة في رسم السياسات الخاصة باستخدام و تطوير الإنترنت في فلسطين

ت- المساهمة في وضع القوانين و المعايير و المقاييس التي تضبط عمل المؤسسات العاملة

في مجال الانترنت الفلسطينية

ث- تقديم الدعم الفني و المشورة للمؤسسات الفلسطينية فيما يتعلق بالية التسجيل ضمن

المجال الفلسطيني وتكنولوجيات الإنترنت و آفاق استخدامها

ج- تشجيع الأبحاث الخاصة بتكنولوجيات المعلومات وتقنيات الإنترنت في الجامعات و

المؤسسات البحثية و التقنية الفلسطينية

### الفصل الثالث

#### مادة (٥)

#### مجلس الإدارة

يتكون مجلس إدارة الهيئة من اثني عشر عضواً يمثلون القطاعات الحكومية و غير

الحكومية وهم:-

رئيساً وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات

عضواً وزارة التخطيط

عضواً وزارة الاقتصاد الوطني

عضواً وزارة المالية

عضواً وزارة التربية و التعليم

ممثلاً عن إحدى مؤسسات التعليم العالي و يرشح دورياً من قبل وزارة التربية والتعليم

العالي عضواً

ممثلان عن إتحاد شركات أنظمة المعلومات الفلسطينية عضواً

ممثلان عن مجتمع الإنترنت المحلي في فلسطين عضواً

ممثلاً عن شركات الاتصالات الفلسطينية عضواً

ممثلاً عن نقابة المحامين عضواً

#### مادة (٦)

تكون مدة عضوية أعضاء مجلس الإدارة ( ثلاث سنوات) يجري بعدها إعادة تنصيب

الأعضاء خطياً من قبل الهيئات التي يمثلونها على أن يبقى عضو المجلس الذي انتهت

عضويته محتفظاً بعضويته في المجلس إلى أن يجري تنصيب آخر مكانه.

#### مادة (٧)

يشترط في عضو مجلس إدارة الهيئة ما يلي :

أن يكون فلسطينياً مقيماً في فلسطين

أن يكون على دراية بمجال تقنية المعلومات والإنترنت  
ألا يكون قد صدر في حقه أي حكم في قضية مخلة بالشرف أو الأمانة أو أية جناية  
أن يكون حسن السير والسلوك  
أن يلتزم باللوائح الداخلية للهيئة وكذلك بالأنظمة والقرارات واللوائح التنفيذية الصادرة  
ألا يكون له مصلحة مباشرة أو غير مباشرة ذات طبيعة ربحية في التسجيل في المجال  
الفلسطيني.

## مادة (٨)

### فقدان عضوية مجلس الإدارة

أ- يفقد عضو مجلس الإدارة عضويته من المجلس في أي من الحالات التالية:

- الاستقالة
- الوفاة
- صدور حكم محكمة بإدانته بجرم أخلاقي أو بأية جنحة أو جناية
- إلغاء تمثيله من قبل الجهة التي قامت بتنسيبه
- في حالة فقدان أحد الشروط المذكورة في المادة السابعة

ب- يقوم مجلس الإدارة بتوجيه طلب للجهة التي نسبت الشخص الذي فقد

عضويته وذلك حتى تقوم بتنسيب عضو آخر لعضوية مجلس الإدارة

خلال مدة أسبوعين من تاريخ التبليغ

ت- تقوم الجهة التي نسبت الشخص الذي فقد عضويته لأحد الأسباب المذكورة في

الفقرة (أ) من هذه المادة بتنسيب عضو جديد ليكون ممثلاً لها في مجلس الإدارة

خلال الفترة المتبقية لولاية المجلس

### مادة (٩)

على أعضاء مجلس الإدارة و العاملين بالهيئة المحافظة على سرية سير العمل بها لدى ممارستهم أعمالهم.

### مادة (١٠)

أ- يختص مجلس إدارة الهيئة بما يلي:

١. وضع خطة العمل التي تمارس بموجبها الهيئة أعمالها في إطار السياسة العامة المحددة لها

٢. اعتماد اللائحة الداخلية للهيئة واللوائح التنفيذية والأنظمة الصادرة بمقتضاها و أحالتها للوزارة للمصادقة عليها.

٣. اعتماد الخطط والبرامج اللازمة لتطوير عمل الهيئة ونشاطها

٤. إدارة أعمال الهيئة والعمل على تحقيق أهدافها

٥. تحديد الرسوم الخاصة بتسجيل النطاقات ضمن المجال الفلسطيني للإنترنت، وعرضها على الوزارة لاعتمادها

٦. تعيين مدير عام للهيئة وعدد آخر من الموظفين والمستخدمين الرئيسيين وتثبيتهم وترفيعهم طبقا لحاجة العمل وتحديد رواتبهم ومهامهم ومراقبة أعمالهم

٧. تمثيل الهيئة أمام كافة الهيئات الرسمية والأهلية وغيرها

٨. إعداد التقرير السنوي للهيئة

٩. مناقشة الميزانية والحسابات الختامية واعتماد الموازنة العامة للهيئة
١٠. العمل على توفير الموارد المالية للهيئة
١١. يختار لجنة تنفيذية من الرئيس ونائبه وأمين سر وأمين الصندوق
١٢. تسمية المنسق الفني للعمل مع المؤسسة العالمية للأسماء والأرقام (ICAAAN) والمؤسسات التابعة لها على أن تقوم الوزارة باتخاذ الإجراءات المناسبة لدى المؤسسات المذكورة و الجهات ذات الصلة.

#### مادة (١١)

تتولى اللجنة التنفيذية القيام بالمهام التالية:

١. متابعة جميع أعمال الهيئة.
٢. متابعة التقارير الخاصة بأعمال الهيئة و اعتمادها
٣. إعداد و تقديم و تعديل موازنة الهيئة للسنة التالية و تقديمها لمجلس الإدارة
٤. اعتماد النفقات الطارئة الغير مدرجة في الموازنة العامة
٥. النظر في كل ما يرى الوزير المختص أو رئيس مجلس الإدارة عرضه من مسائل تدخل في اختصاص الهيئة.

#### مادة (١٢)

١- يتولى رئيس مجلس الإدارة المهام التالية:

- أ- رئاسة مجلس الإدارة و اللجنة التنفيذية
- ب- توقيع الشيكات والتحويلات المالية الخاصة بالهيئة مع أمين الصندوق

- ت- متابعة تنفيذ اللجنة التنفيذية لمهامها
- ث- متابعة إعداد أجندة اجتماعات مجلس الإدارة مع أمين السر
- ج- متابعة الأعمال و الإشراف على عمل الهيئة
- ح- تقديم التقارير الدورية إلى الوزير المختص عن عمل الهيئة.
- ٢- يتولى نائب رئيس المجلس جميع اختصاصات الرئيس وصلاحياته أثناء غيابه
- ٣- يتولى أمين سر مجلس الإدارة المهام التالية:

- أ- ضبط محاضر جلسات مجلس الإدارة وإثباتها في سجل خاص
- ب- وضع أجندة اجتماعات مجلس الإدارة
- ت- تبليغ الدعوات لأعضاء مجلس الإدارة خطيا لحضور جلساته
- ث- حفظ وثائق وسجلات وأوراق المجلس في ملفات خاصة
- ج- متابعة تنفيذ قرارات المجلس وتقديم التقارير عن ذلك
- ح- تبليغ أعضاء مجلس الإدارة بقرارات وتوصيات الهيئة وكذلك تبليغ الأشخاص و الجهات المعنية بهذه التوصيات والقرارات
- خ- القيام بأية أعمال أخرى يكلفه المجلس أو رئيسه القيام بها

٤- يتولى أمين الصندوق المهام التالية:

- أ- تقييد الأموال التي ترصد باسم الهيئة وتوثيق قيودها
- ب- توقيع الشيكات والتحويلات المالية الخاصة بالهيئة مع رئيس الهيئة
- ت- تقديم تقرير سنوي للمجلس عن أوضاع الهيئة المالية

### مادة (١٣)

١- يكون للهيئة مدير تنفيذي يعين بقرار من مجلس الإدارة و يكون مسئولاً أمامه.

٢- يتولى المدير التنفيذي المهمات و المسئوليات التالية:

أ- تنظيم الأعمال اليومية للهيئة والإشراف عليها وإدارة شئون موظفيها

ومستخدميها وعمالها

ب- المشاركة في اجتماعات مجلس إدارة الهيئة متى يطلب منه ذلك دون أن يكون له

حق التصويت

ت- رفع تقارير شهرية لمجلس الإدارة حول عمل الهيئة و أدائها

ث- تنفيذ قرارات مجلس إدارة الهيئة

ج- الإدارة اليومية لأعمال مركز التسجيل المسئول عن كل ما يتعلق بعملية تسجيل

النطاقات ضمن المجال الفلسطيني للإنترنت

ح- يحدد بقرار من مجلس الإدارة الراتب و الحقوق المالية للمدير التنفيذي للهيئة

### مادة (١٤)

أ- يجتمع مجلس الإدارة مرة واحدة كل شهر وذلك بدعوة من رئيسه.

ب- في حالة تعذر وصول أعضاء لماكن الاجتماع المحدد فإنه يمكن إجراء الاجتماعات

باستخدام التقنيات الحديثة مثل التخاطب المرئي عن بعد و الاتصالات الهاتفية

ت- يجوز للمجلس عقد جلسات طارئة عند الحاجة

ث- لا يكون الاجتماع قانونياً إلا إذا حضره سبعة من أعضاء مجلس الإدارة



ج- تتخذ قرارات المجلس بأغلبية أصوات الحاضرين في أي اجتماع قانوني

ح- يجوز لثلث أعضاء مجلس الإدارة طلب عقد اجتماع للمجلس.

### مادة (١٥)

إذا كانت هناك أية مصلحة لرئيس الهيئة أو لأي عضو من أعضاء مجلس الإدارة سواء أكانت مباشرة أو غير مباشرة فيما يتعلق بأي عمل من أعمال الهيئة وجب عليه الإفصاح فوراً عن ذلك خطياً للمجلس ولا يجوز لأي منهم المشاركة في التصويت على أي قرار أو توصية صادرة عن الهيئة فيما يتعلق بذلك العمل

## الفصل الرابع

### الأمور المالية للهيئة

### مادة (١٦)

أ- تتكون الموارد المالية للهيئة من:

١. الرسوم المستوفاة المسجلين المرخصين و رسوم تسجيل النطاقات ضمن المجال

الفالسطيني للإنترنت

٢. الهبات والمنح غير المشروطة التي يتم الحصول عليها من أي مؤسسات أو جهات

مانحة

٣. الأموال الناتجة عن استثمارات الهيئة ونشاطاتها

٤. أية موارد أخرى يتم تحصيلها بما لا يتعارض والقوانين المطبقة في فلسطين

#### مادة (١٧)

يتم إنشاء حساب بنكي خاص للهيئة الوطنية الفلسطينية لمسميات الإنترنت.

#### مادة (١٨)

تحتفظ الهيئة بنظام محاسبي سليم طبقاً للأصول و المبادئ المحاسبية الدولية المعروفة و يعين مجلس الإدارة مدقق حسابات قانوني مرخص لمراقبة و تدقيق حسابات و سجلات الهيئة و تزويد ها بالتقارير المناسبة

#### مادة (١٩)

يصدر مجلس الإدارة تقريراً شهرياً و تقريراً سنوياً مقدماً للوزارة يبين فيه الإنجازات و النشاطات الخاصة بالهيئة و يتضمن التقرير المالي المفصل لموارد و مصاريف الهيئة ، و يتم تزويد جميع أعضاء مجلس الإدارة و كذلك الجهات المعنية التي يقوم مجلس الإدارة بتحديد ها بنسخة عن هذا التقرير في مدة لا تزيد عن (٦٠) يوماً من نهاية السنة المالية .

#### مادة (٢٠)

يكون للهيئة احتياطي قانوني يحدده مجلس الإدارة و يتصرف به بموافقة الوزير بما يلي الأهداف التي أنشأت من أجلها و بما يسهم في تطوير مجتمع الإنترنت و المعلوماتية

### الفصل الخامس

#### قواعد تسجيل النطاقات ضمن المجال الفلسطيني للإنترنت

#### مادة (٢١)

يقوم مجلس الإدارة بإصدار اللوائح و الأنظمة الخاصة بعملية التسجيل و إدارة النطاقات ضمن المجال الفلسطيني للإنترنت.

#### مادة (٢٢)

يعتبر المجال الفلسطيني للإنترنت و الأسماء المتفرعة عنه ثروة وطنية ،ويشكل بالإضافة الى المحتويات التي تشير إليها هذه الأسماء امتدادا لسيادة القانون الفلسطيني وينطبق عليها كافة أحكامه .

#### مادة (٢٣)

تعتبر القواعد و اللوائح الخاصة بعملية التسجيل و التي يتم إقرارها من قبل مجلس إدارة الهيئة نافذة المفعول بعد ٣٠ يوماً من تاريخ نشرها على موقع الهيئة على شبكة الإنترنت إلا إذا قرر مجلس الإدارة خلاف ذلك

#### مادة (٢٤)

أي تعديل جديد على اللوائح أو قواعد التسجيل لن يؤثر بأي حال من الأحوال على أسماء النطاقات المسجلة سابقاً لدى الهيئة سوى من ناحية شروط التجديد و الرسوم المالية المترتبة على ذلك إلا إذا أقر مجلس الإدارة خلاف ذلك

#### مادة (٢٥)

لا تتم عملية تسجيل نطاق جديد ضمن المجال الفلسطيني للإنترنت إلا بعد دفع رسوم التسجيل كاملة من قبل المتقدم بطلب التسجيل.

#### مادة (٢٦)

تسجيل اسم النطاق لا يعطي أية حقوق قانونية أو ملكية لهذا الاسم بل هو عبارة عن عنوان

رمزي يستخدم على الإنترنت.

#### مادة (٢٧)

لا يسمح بتسجيل الأسماء ذات الطبيعة الخاصة مثل أسماء الدول، المدن، الديانات أو ما شابهها من الأسماء المحمية أو المستثناة و الموجودة في قاعدة البيانات الخاصة بذلك لدى الهيئة أو الأسماء التي تحتوي على كلمات غير لائقة أو تتنافى مع الآداب و القوانين و الأعراف المعمول بها في فلسطين

#### مادة (٢٨)

تقوم الهيئة بتسجيل أسماء النطاقات حسب أسبقية وصولها إليها بعد استيفائها لجميع شروط و قواعد التسجيل

#### مادة (٢٩)

تقوم الهيئة بتبليغ المسجل عن قبول أو رفض أو تعديل الطلب المقدم خلال فترة لا تتجاوز ١٤ يوماً من تاريخ استلام الطلب.

#### مادة (٣٠)

للهيئة الحق في إيقاف أو إلغاء تسجيل نطاق معين في أي وقت في إحدى الحالات التالية:

أ- إذا اكتشفت أن أيّاً من المعلومات المزودة للهيئة غير كاملة أو غير صحيحة أو غير دقيقة.

ب- عند وجود أي تجاوز أو خرق من قبل مقدم الطلب لأي من المواد الموجودة في هذا النظام أو ما يصدر عنه من قواعد و أنظمة.

ت- عند حدوث نزاع على تسجيل اسم نطاق معين و البت به حسب الإجراءات.

ث- إذا تم التثبت من أن الغرض من تسجيل اسم النطاق المتاجرة به لاحقاً (بيعا أو تأجيراً) أو الاستفادة المادية أو المعنوية من اسم النطاق لغير الجهة المسجل باسمها.

ج- إذا كانت المحتويات التي يشير لها الموقع مخالفة للقانون المعمول به في فلسطين

ح- عند تلقي طلب من جهة قضائية بحذف أو إيقاف نطاق معين.

### مادة (٣١)

تسري رسوم التسجيل السنوية و التجديد لسنة ميلادية كاملة من تاريخ تسجيل الطلب في قاعدة البيانات الخاصة بالمجال و يبلغ مسجل النطاق بهذا التاريخ بأي من وسائل الاتصال المتاحة

## الفصل السادس

### قوانين التحكيم

### مادة (٣٢)

في حالة نشوب أية خلافات أو نزاعات بين الهيئة وأية جهة أخرى فيما يتعلق بأعمال الهيئة يتم حلها بالطرق الودية وإذا تعذر ذلك يتم اللجوء إلى التحكيم وفق قوانين التحكيم المعمول بها في فلسطين.

### مادة (٣٣)

أي اختلاف بين عدة أطراف على الحق في تسجيل اسم نطاق معين ينبغي حله بين الأطراف

المعنية باستخدام الطرق القانونية المتبعة، وإن الهيئة ليست طرفاً في هذا النزاع ولا تتحمل مسؤولية التحقق من استحقاق مقدم الطلب للاسم المطلوب.

#### مادة (٣٤)

لا تتحمل الهيئة مسؤولية انقطاع العمل أو أية أضرار مهما كانت بما في ذلك الأضرار التي قد تنتج عن النزاعات المتعلقة بأسماء النطاقات وذلك بشكل مباشر أو غير مباشر.

#### مادة (٣٥)

إن قبول الهيئة لطلب تسجيل اسم نطاق معين لا يعني مصادقة أو دعم للمستندات الرسمية المقدمة مع الطلب أو المعلومات و المحتوى الذي يشير إليه هذا النطاق

#### مادة (٣٦)

إن القانون الفلسطيني هو القانون الواجب التطبيق في كل ما يتعلق بمواد هذا النظام و ما يتفرع عنه من لوائح و قواعد وتكون المحاكم الفلسطينية هي المحاكم المخولة بفض النزاع طبقاً لقواعد الاختصاص

### الفصل السابع

#### قوانين انتقالية و إجرائية

#### مادة (٣٧)

اللغة العربية هي لغة التفسير والتنفيذ والمراسلات لهذا النظام وما يتعلق به ولجميع متطلبات و إجراءات التسجيل، ومع ذلك يمكن استخدام اللغة الإنجليزية للتخاطب والمراسلة و إجراءات

التسجيل. وإذا وجد أي تعارض بين اللغتين حول نقطة معينة فإن اللغة العربية هي المصدر الأساسي المعمول به

### مادة (٣٨)

يُعدّل هذا النظام و اللوائح و القواعد التنفيذية الصادرة بمقتضاه بموافقة ثلثي أعضاء مجلس إدارة الهيئة ومصادقة الوزارة على ذلك و يتم نشر التعديلات الجديدة على موقع الهيئة على الإنترنت

## ملحق رقم (٢)

نصوص السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق المعتمدة من قبل  
هيئة (الايكان) مترجمة للعربية<sup>١</sup>

---

<sup>١</sup> تم الحصول على الترجمة الرسمية بالعربية لنصوص السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق من الموقع الرسمي لهيئة (الايكان):

<http://www.icann.org/ar/dndr/udrp/policy-ar.htm> visited on 12-9-2010.



## تقرير سياسات أسماء النطاقات المتنازع عليها الرسمي

١. **الغرض.** تقرير سياسات أسماء النطاقات المتنازع عليها الرسمي ("السياسة") تم تبنيها من قبل هيئة الإنترنت للأسماء والأرقام المخصصة ("ICANN")، متحد بالإشارة إلى اتفاقية تسجيلك، ويبيّن الشروط والمواصفات مع ربطها بالخلاف بينك وبين أي جماعة أخرى بخلافنا (المسجل) حول التسجيل واستخدام اسم النطاق الذي تم تسجيله من خلالك. الإجراءات تحت [الفقرة ٤](#) ضمن هذه السياسة سيحتكم فيها وفق تقرير سياسات أسماء النطاقات المتنازع عليها الرسمي ("قواعد لائحة الإجراءات")، والمتاحة على <http://www.icann.org/dndr/udrp/uniform-rules.htm>، والقواعد الإضافية المحددة لخدمة إدارة حل المنازعات.

٢. **اعتراضاتك.** بالتقدم لتسجيل اسم نطاق جديد، أو بسؤالنا للإبقاء أو تجديد تسجيل اسم نطاق، فحينها أنت تمثل وتضمن لنا (أ) أن بيانات اتفاقية تسجيلك كاملة ودقيقة؛ (ب) لمعلوماتك، تسجيل اسم النطاق لن يتم انتهاكه أو اختراقه من أي طرف ثالث؛ (ج) إنك لا تقوم بتسجيل اسم النطاق لأغراض غير قانونية؛ وأيضاً، (د) لن تستعمل اسم النطاق عن قصد في انتهاك أية قوانين أو تعليمات نافذة. إنها مسؤوليتك لتقرير إذا ما كان اسم النطاق الخاص بك يخالف أو ينتهك حقوق شخص آخر.

٣. **الإلغاءات، الانتقالات، والتغييرات.** سوف نلغي، نقل أو نقوم بأي تغييرات لتسجيل اسم النطاق تحت الظروف التالية:

أ. بناءً على بنود [الفقرة ٨](#)، استلامنا للأوامر الإلكترونية المكتوبة أو الملائمة منك أو من وكيلك المخول لاتخاذ مثل هذا الإجراء؛

b. استلامنا لطلب من محكمة أو محكمة تحكيمية، في كل دعوى تخص السلطة القضائية المؤهلة، يتطلّب مثل هذا العمل؛ و/ أو

c. استلامنا لقرار لجنة إدارية تتطلّب مثل هذا العمل في أي إجراء إداري الذي كنت تعد طرفاً فيه والذي أُجرى تحت هذه السياسة أو تحت نسخة لاحقة لهذه السياسة تبنت من قبل ICANN. (انظر الفقرة ٤ (i) و (k) في الأسفل.)

من الممكن أيضاً أن نلغي، ننقل أو نقوم بأي تغييرات لتسجيل اسم النطاق بموجب شروط اتفاقية تسجيلك أو أي متطلبات قانونية أخرى.

#### ٤. الإجراء الإداري الإلزامي.

تُبين هذه الفقرة نوع النزاعات التي تتطلّب منك الإذعان لإجراء إداري إلزامي. هذه الإجراءات ستجري قبل حل خدمة قرار النزاع الإداري يتم ترتيبها في قائمة

<http://www.icann.org/dndr/udrp/approved-providers.htm> (كل، "المجهز").

أ. النزاعات القابلة للتطبيق. مطلوب منك الخضوع لإجراء إداري إلزامي في حالة قيام طرف ثالث ( "مقدم الشكوى") بالتأكد للموفر القابل للتطبيق، وفقاً لقواعد الإجراء، أن يكون

(i) اسم نطاقك مطابق أو مشابه بصورة مشوشة لعلامة تجارية أو علامة الخدمة التي يكون لمقدم الشكوى حقوق فيها؛ و

(ii) لا يوجد لديك حقوق أو مصالح مشروعة فيما يتعلق باسم النطاق، و

(iii) قد تم تسجيل اسم نطاقك واستغلاله بسوء نية.

خلال الإجراء الإداري، يجب أن يثبت مقدم الشكوى وجود كل عنصر من هذه العناصر الثلاثة.

ب. دليل التسجيل والاستعمال عن سوء نية. استنادًا إلى [الفقرة ٤\(أ\)\(iii\)](#)، ستعتبر الظروف

التالية، على وجه الخصوص ولكن بلا حصر، إذا وُجدت من قبل اللجنة، دليلاً للتسجيل

واستعمال اسم نطاق عن سوء نية:

(i) الظروف التي تشير إلى أنك قد قمت بتسجيل أو اكتساب اسم النطاق أساسًا لغرض البيع

والتأجير، أو نقل تسجيل اسم النطاق إلى مقدم الشكوى الذي يعد صاحب العلامة التجارية أو

علامة الخدمة أو إلى أحد منافسي مقدم الشكوى هذا مقابل تعويض مالي ذي قيمة كبيرة زيادة

عن التكاليف الموثقة الخاصة بك والتي ترتبط مباشرةً باسم النطاق؛ أو

(ii) أنك قد سجلت اسم النطاق لمنع مالك العلامة التجارية أو علامة الخدمة من استخدام العلامة

في اسم نطاق مماثل، شريطة تورطك في مثل هذا النمط من السلوك، أو

(iii) أنك قد سجلت اسم النطاق أساسًا بغرض تعطيل أعمال أحد المنافسين؛ أو

(iv) عن طريق استخدام اسم النطاق، قد حاولت عمدًا جذب مستخدمي الإنترنت لموقع الويب

الخاص بك أو غيرها من المواقع على الإنترنت، لتحقيق مكاسب تجارية، عن طريق خلق

احتمال الخلط مع علامة مقدم الشكوى فيما يخص المصدر، أو الرعاية، أو الارتباط، أو تأييد من

موقعك على الويب أو عنوانك أو الموافقة من قبل منتج خاص بك أو خدمة على موقع الويب أو

عنوانك.

ج. كيفية إثبات الحقوق أو المصالح المشروعة الخاصة بك في اسم النطاق رداً على إحدى الشكاوى. عند تلقي شكوى، يجب أن تشير إلى [الفقرة ٥](#) من قواعد لائحة الإجراءات فيما يخص تحديد الطريقة التي ينبغي بها إعداد الرد الخاص بك. أي ظرف من الظروف التالية، على وجه الخصوص ولكن بلا حصر، إذا وُجد من قبل اللجنة أنها تستند على أساس تقييم جميع الأدلة المقدمة، ستثبت الحقوق أو المصالح المشروعة الخاصة بك لاسم النطاق لأغراض [الفقرة ٤\(أ\)\(ii\)](#):

(i) قبل تقديم أي إشعار لك بشأن النزاع، استخدامك، أو التحضير لاستخدام اسم النطاق أو اسم مماثل لاسم النطاق فيما يتعلق بحسن نية تقديم السلع أو الخدمات؛ أو

(ii) أنك تعتبر (بصفتك الفردية، أو التجارية، أو بكونك أي منظمة أخرى) معروفاً لاسم النطاق، وحتى لو لم تحصل على أي حقوق في علامة تجارية أو علامة خدمة؛ أو

(iii) أنك تقوم باستخدام مشروع غير تجاري أو عادل لاسم النطاق، بدون نية تحقيق مكاسب تجارية لتضليل المستهلكين أو لتشويه العلامة التجارية أو علامة الخدمة موضع النقاش.

د. تحديد الموفر. ينبغي على مقدم الشكوى أن يختار الموفر من بين الأشخاص المعتمدين من قبل ICANN بتقديم الشكوى إلى هذا الموفر. سيقوم الموفر الذي تم تحديده بإدارة الإجراءات، إلا في حالات الدمج على النحو المبين في [الفقرة ٤\(ز\)](#).

ه. بدء الإجراءات ومتابعة وتحديد اللجنة الإدارية. تنص قواعد لائحة الإجراءات على عملية بدء وتنفيذ الإجراءات وتحديد اللجنة التي ستبت في أمر النزاع ( "اللجنة الإدارية").

ز. **الدمج.** في حالة تعدد الخلافات بينك وبين مقدم الشكوى، إما أن تقوم أنت أو مقدم الشكوى بتقديم التماس لدمج المنازعات أمام لجنة إدارية واحدة. وسيقدم هذا الالتماس أمام اللجنة الإدارية الأولى التي تم تعيينها بغرض الاستماع إلى النزاع المعلق بين الطرفين. وربما تقوم هذه اللجنة الإدارية بدمج أي أو كل مثل هذه النزاعات بناءً على تقديرها، شريطة أن تكون المنازعات المدمجة خاضعة لهذه السياسة أو لنسخة لاحقة منها تم تبنيها من قبل ICANN.

ح. **الاشتراكات.** جميع الاشتراكات المفروضة من قبل الموفر بصدد أي نزاع أمام اللجنة الإدارية وفقاً لهذه السياسات ينبغي دفعها من قبل مقدم الشكوى، ما عدا في الحالات التي اخترت بموجبها توسيع اللجنة الإدارية من واحد إلى ثلاثة أعضاء على النحو المنصوص عليه في [الفقرة ٥ \(iv\)](#) من قواعد لائحة الإجراءات، وفي أي حالة يتم بموجبها تقسيم جميع الرسوم بالتساوي من قبلك أو من قبل مقدم الشكوى.

ط. **مشاركتنا في الإجراءات الإدارية.** نحن لا، ولن، نقوم بالمشاركة في الإدارة، أو تنفيذ أية إجراءات أمام اللجنة الإدارية. وبالإضافة إلى ذلك، لن نكون معرضين لذلك نتيجة لأية قرارات تقدمها اللجنة الإدارية.

ي. **الطعون.** إن الطعون المتاحة لمقدم الشكوى وفقاً لأية إجراءات أمام اللجنة الإدارية سيتم قصرها على طلب إلغاء اسم النطاق الخاص بك أو تحويل تسجيله إلى مقدم الشكوى.

ك. **الإشعار والنشر.** يجب على الموفر إخطارنا بأي قرار يخص اللجنة الإدارية بالنسبة لاسم النطاق الذي قمت بتسجيله معنا. إن جميع القرارات في ظل هذه السياسة سوف تُنشر بالكامل عبر الإنترنت، إلا عندما تقرر اللجنة الإدارية في حالة استثنائية تنقيح أجزاء من قرارها.

ل. إمكانية توافر الإجراءات القانونية. إن الإجراءات الإدارية الإلزامية المتبعة للشروط المنصوص عليها في [الفقرة ٤](#) لا تمنعك أنت أو مقدم الشكوى من تقديم النزاع إلى محكمة مختصة من أجل توفير حل مستقل قبل بدء هذه الإجراءات الإدارية الإلزامية أو بعد إنهائها. إذا قررت اللجنة الإدارية إلغاء أو نقل تسجيل اسم نطاقك، فإننا سننتظر عشرة (١٠) أيام عمل (كما لوحظ في موقع المكتب الرئيسي لدينا) بعد أن علمنا من قبل الموفر القابل للتطبيق بقرار اللجنة الإدارية قبل تنفيذه. وسنقوم بعد ذلك بتنفيذ هذا القرار ما لم نتلق منك شيئاً خلال فترة التوثيق الرسمي وقدرها عشرة (١٠) أيام عمل (مثل نسخة من الشكوى، أو ملف مختوم من قبل كاتب المحكمة) تقضي بقيامك برفع دعوى قانونية ضد مقدم الشكوى في المحكمة التي يخضع لها بموجب [الفقرة ٣\(ب\)\(xiii\)](#) من قواعد لائحة الإجراءات. (وبصورة عامة، تعد هذه المحكمة إما مكان المكتب الرئيسي أو مكان العنوان الخاص بك كما هو مبين في قاعدة بيانات Whois. ولمزيد من التفاصيل، انظر [الفقرة ١](#) و [٣\(ب\)\(xiii\)](#) من قواعد لائحة الإجراءات.) وإذا تلقينا هذه الوثائق خلال فترة عشرة (١٠) أيام عمل، فإننا لن ننفذ قرار اللجنة الإدارية، كما لن نقوم باتخاذ أي إجراء آخر، حتى نتسلم (i) أدلة مرضية لنا تقضي بوجود حل بين الطرفين، (ii) أدلة مرضية لنا بأنه قد تم التنازل عن أو سحب الدعوى القضائية أو (iii) نسخة من أمر هذه المحكمة بالتنازل عن الدعوى القضائية الخاصة بك، أو أن تأمر بأنه ليس لديك الحق في الاستمرار في استخدام اسم النطاق الخاص بك.

٥. كل النزاعات والدعوى القضائية الأخرى. جميع النزاعات الأخرى بينك وبين أي طرف آخر غيرنا بشأن تسجيل اسم النطاق الخاص بك والتي لم تتحقق وفقاً لإجراءات إلزامية إدارية لأحكام [الفقرة ٤](#) والتي ستحل فيما بينك وبين الطرف الآخر من خلال أي محكمة، أو تحكيم، أو

أي إجراء آخر يمكن أن يتوافر.

٦. مشاركتنا في النزاعات. إننا لن نشارك بأي شكل من الأشكال في أي نزاع بينك وبين أي طرف آخر غيرنا فيما يتعلق بتسجيل واستعمال اسم النطاق الخاص بك. لا يجوز لك تسميتنا طرفاً أو توريط أي منا في هذه الإجراءات. في حالة تسميتنا طرفاً في أية إجراءات من هذا القبيل، فإننا نحتفظ بالحق في رفع أي وجميع الدفاعات المناسبة، واتخاذ أية إجراءات أخرى ضرورية للدفاع عن أنفسنا.

٧. صيانة الوضع الراهن. إننا لن نلغي أو ننقل أو نقوم بتفعيل، أو تعطيل، أو تغيير وضع تسجيل أي اسم نطاق بموجب هذه السياسة، باستثناء ما هو منصوص عليه في [الفقرة ٣](#) أعلاه.

#### ٨. عمليات النقل أثناء النزاع.

أ. عمليات نقل اسم نطاق إلى حامل جديد. لا يمكنك نقل تسجيل اسم نطاقك إلى حامل آخر (i) أثناء الإجراءات الإدارية المعلقة وفقاً لـ [الفقرة ٤](#) أو لمدة خمسة عشر (١٥) يوم عمل (كما لوحظ من مكان العمل الرئيسي) بعد انتهاء هذه الإجراءات ، أو (ii) أثناء إجراءات المحكمة أو التحكيم المعلق بشأن اسم النطاق الخاص بك إلا بموافقة الطرف الذي سيتم نقل تسجيل اسم النطاق إليه، كتابةً، على أن يكون ملزماً بقرار من المحكمة أو المحكم. إننا نحتفظ بحق إلغاء أي نقل لتسجيل اسم نطاق لحامل آخر مخالفةً لهذه الفقرة الفرعية.

ب. تغيير المسجلين. لا يمكنك نقل تسجيل اسم نطاقك إلى مسجل آخر خلال الإجراءات الإدارية المعلقة وفقاً لـ [الفقرة ٤](#) أو لمدة خمسة عشر (١٥) يوم عمل (كما لوحظ من مكان العمل الرئيسي) بعد انتهاء هذه الإجراءات . ويمكنك نقل إدارة تسجيل اسم النطاق الخاص بك لمسجل

آخر خلال الإجراءات القضائية أو التحكيم المعلق، شريطة أن يكون اسم النطاق المسجل معنا خاضعاً لإجراءات ضدك وفقاً لأحكام هذه السياسة. وفي حالة قيامك بنقل تسجيل اسم نطاق لنا خلال المحكمة أو التحكيم المعلق، فإن هذا النزاع سيظل خاضعاً لسياسة النزاع الخاصة باسم نطاق المسجل الذي تم نقل اسم النطاق منه.

٩. **تعديلات السياسة.** إننا نحتفظ بحقنا في تعديل هذه السياسة في أي وقت بناءً على إذن من ICANN. كما سننشر هذه السياسة المنقحة على <url> على الأقل بثلاثين (٣٠) يوماً قبل أن تصبح سارية. وما لم تكن هذه السياسة قد تم التذرع بها من قبل مقدم الشكوى إلى الموفر، تحت أي ظرف تطبق فيه نسخة هذه السياسة المفعلة في وقت تنفيذها عليك حتى انتهاء النزاع، فإن كل هذه التغييرات ستكون ملزمة لك فيما يتعلق بأي نزاع تسجيل اسم النطاق، سواء قبل نشوب النزاع، أو بعد ذلك التاريخ الفعلي للتغيير. وفي حالة ما إذا كنت تعترض على إجراء تغيير في هذه السياسة الخاصة بك، فإن الطعن الوحيد هو إلغاء تسجيل اسم النطاق الخاص بك معنا، شريطة أن لا يكون لك الحق في استرداد أي رسوم دفعتهنا إلينا. إن هذه السياسة المنقحة سوف تطبق عليك إلى أن تقوم بإلغاء تسجيل اسم النطاق الخاص بك.



### ملحق رقم (٣)

نصوص السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق المعتمدة من قبل

هيئة (الايكان) النص الأصلي باللغة الانجليزية<sup>٢</sup>

---

<sup>٢</sup> تم الحصول على نصوص السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق من الموقع الرسمي لهيئة (الايكان):

<http://www.icann.org/en/dndr/udrp/policy.htm> visited on 12-9-2010.

## **Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy**

(As Approved by ICANN on October 24, 1999)

**1. Purpose.** This Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (the "Policy") has been adopted by the Internet Corporation for Assigned Names and Numbers ("ICANN"), is incorporated by reference into your Registration Agreement, and sets forth the terms and conditions in connection with a dispute between you and any party other than us (the registrar) over the registration and use of an Internet domain name registered by you. Proceedings under [Paragraph 4](#) of this Policy will be conducted according to the Rules for Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (the "Rules of Procedure"), which are available at [www.icann.org/udrp/udrp-rules-24oct99.htm](http://www.icann.org/udrp/udrp-rules-24oct99.htm), and the selected administrative-dispute-resolution service provider's supplemental rules.

**2. Your Representations.** By applying to register a domain name, or by asking us to maintain or renew a domain name registration, you hereby represent and warrant to us that (a) the statements that you made in your Registration Agreement are complete and accurate; (b) to your knowledge, the registration of the domain name will not infringe upon or otherwise violate the rights of any third party; (c) you are not registering the domain name for an unlawful purpose; and (d) you will not knowingly use the domain name in violation of any applicable laws or regulations. It is your responsibility to determine whether your domain name registration infringes or violates someone else's rights.

**3. Cancellations, Transfers, and Changes.** We will cancel, transfer or otherwise make changes to domain name registrations under the following circumstances:

- a. subject to the provisions of [Paragraph 8](#), our receipt of written or appropriate electronic instructions from you or your authorized agent to take such action;
- b. our receipt of an order from a court or arbitral tribunal, in each case of competent jurisdiction, requiring such action; and/or
- c. our receipt of a decision of an Administrative Panel requiring such action in any administrative proceeding to which you were a party and which was conducted under this Policy or a later version of this Policy adopted by ICANN. (See [Paragraph 4\(i\)](#) and [\(k\)](#) below.)

We may also cancel, transfer or otherwise make changes to a domain name registration in accordance with the terms of your Registration Agreement or other legal requirements.

#### **4. Mandatory Administrative Proceeding.**

This Paragraph sets forth the type of disputes for which you are required to submit to a mandatory administrative proceeding. These proceedings will be conducted before one of the administrative-dispute-resolution service providers listed at [www.icann.org/udrp/approved-providers.htm](http://www.icann.org/udrp/approved-providers.htm) (each, a "Provider").

**a. Applicable Disputes.** You are required to submit to a mandatory administrative proceeding in the event that a third party (a "complainant") asserts to the applicable Provider, in compliance with the Rules of Procedure, that

- (i) your domain name is identical or confusingly similar to a trademark or service mark in which the complainant has rights; and
- (ii) you have no rights or legitimate interests in respect of the domain name;

(iii) your domain name has been registered and is being used in bad faith.

In the administrative proceeding, the complainant must prove that each of these three elements are present.

**b. Evidence of Registration and Use in Bad Faith.** For the purposes of [Paragraph 4\(a\)\(iii\)](#), the following circumstances, in particular but without limitation, if found by the Panel to be present, shall be evidence of the registration and use of a domain name in bad faith:

(i) circumstances indicating that you have registered or you have acquired the domain name primarily for the purpose of selling, renting, or otherwise transferring the domain name registration to the complainant who is the owner of the trademark or service mark or to a competitor of that complainant, for valuable consideration in excess of your documented out-of-pocket costs directly related to the domain name; or

(ii) you have registered the domain name in order to prevent the owner of the trademark or service mark from reflecting the mark in a corresponding domain name, provided that you have engaged in a pattern of such conduct; or

(iii) you have registered the domain name primarily for the purpose of disrupting the business of a competitor; or

(iv) by using the domain name, you have intentionally attempted to attract, for commercial gain, Internet users to your web site or other on-line location, by creating a likelihood of confusion with the complainant's mark as to the source, sponsorship, affiliation, or endorsement of your web site or location or of a product or service on your web site or location.

**c. How to Demonstrate Your Rights to and Legitimate Interests in the Domain Name in Responding to a Complaint.** When you receive a complaint, you should refer to [Paragraph 5](#) of the Rules of Procedure in determining how your response should be prepared. Any of the following circumstances, in particular but without limitation, if found by the Panel to be proved based on its evaluation of all evidence presented, shall demonstrate your rights or legitimate interests to the domain name for purposes of [Paragraph 4\(a\)\(ii\)](#):

(i) before any notice to you of the dispute, your use of, or demonstrable preparations to use, the domain name or a name corresponding to the domain name in connection with a bona fide offering of goods or services; or

(ii) you (as an individual, business, or other organization) have been commonly known by the domain name, even if you have acquired no trademark or service mark rights; or

(iii) you are making a legitimate noncommercial or fair use of the domain name, without intent for commercial gain to misleadingly divert consumers or to tarnish the trademark or service mark at issue.

**d. Selection of Provider.** The complainant shall select the Provider from among those approved by ICANN by submitting the complaint to that Provider. The selected Provider will administer the proceeding, except in cases of consolidation as described in [Paragraph 4\(f\)](#).

**e. Initiation of Proceeding and Process and Appointment of Administrative Panel.** The Rules of Procedure state the process for initiating and conducting a proceeding and for appointing the panel that will decide the dispute (the "Administrative Panel").

**f. Consolidation.** In the event of multiple disputes between you and a complainant, either you or the complainant may petition to consolidate the disputes before a single Administrative Panel. This petition shall be made to the first Administrative Panel appointed to hear a pending dispute between the parties. This Administrative Panel may consolidate before it any or all such disputes in its sole discretion, provided that the disputes being consolidated are governed by this Policy or a later version of this Policy adopted by ICANN.

**g. Fees.** All fees charged by a Provider in connection with any dispute before an Administrative Panel pursuant to this Policy shall be paid by the complainant, except in cases where you elect to expand the Administrative Panel from one to three panelists as provided in [Paragraph 5\(b\)\(iv\)](#) of the Rules of Procedure, in which case all fees will be split evenly by you and the complainant.

**h. Our Involvement in Administrative Proceedings.** We do not, and will not, participate in the administration or conduct of any proceeding before an Administrative Panel. In addition, we will not be liable as a result of any decisions rendered by the Administrative Panel.

**i. Remedies.** The remedies available to a complainant pursuant to any proceeding before an Administrative Panel shall be limited to requiring the cancellation of your domain name or the transfer of your domain name registration to the complainant.

**j. Notification and Publication.** The Provider shall notify us of any decision made by an Administrative Panel with respect to a domain name you have registered with us. All decisions under this Policy will be published in full over the Internet, except when an Administrative Panel determines in

an exceptional case to redact portions of its decision.

**k. Availability of Court Proceedings.** The mandatory administrative proceeding requirements set forth in [Paragraph 4](#) shall not prevent either you or the complainant from submitting the dispute to a court of competent jurisdiction for independent resolution before such mandatory administrative proceeding is commenced or after such proceeding is concluded. If an Administrative Panel decides that your domain name registration should be canceled or transferred, we will wait ten (10) business days (as observed in the location of our principal office) after we are informed by the applicable Provider of the Administrative Panel's decision before implementing that decision. We will then implement the decision unless we have received from you during that ten (10) business day period official documentation (such as a copy of a complaint, file-stamped by the clerk of the court) that you have commenced a lawsuit against the complainant in a jurisdiction to which the complainant has submitted under [Paragraph 3\(b\)\(xiii\)](#) of the Rules of Procedure. (In general, that jurisdiction is either the location of our principal office or of your address as shown in our Who is database. See [Paragraphs 1](#) and [3\(b\)\(xiii\)](#) of the Rules of Procedure for details.) If we receive such documentation within the ten (10) business day period, we will not implement the Administrative Panel's decision, and we will take no further action, until we receive (i) evidence satisfactory to us of a resolution between the parties; (ii) evidence satisfactory to us that your lawsuit has been dismissed or withdrawn; or (iii) a copy of an order from such court dismissing your lawsuit or ordering that you do not have the right to continue to use your domain name.

**5. All Other Disputes and Litigation.** All other disputes between you and any party other than us regarding your domain name registration that are

not brought pursuant to the mandatory administrative proceeding provisions of [Paragraph 4](#) shall be resolved between you and such other party through any court, arbitration or other proceeding that may be available.

**6. Our Involvement in Disputes.** We will not participate in any way in any dispute between you and any party other than us regarding the registration and use of your domain name. You shall not name us as a party or otherwise include us in any such proceeding. In the event that we are named as a party in any such proceeding, we reserve the right to raise any and all defenses deemed appropriate, and to take any other action necessary to defend ourselves.

**7. Maintaining the Status Quo.** We will not cancel, transfer, activate, deactivate, or otherwise change the status of any domain name registration under this Policy except as provided in [Paragraph 3](#) above.

**8. Transfers During a Dispute.**

**a. Transfers of a Domain Name to a New Holder.** You may not transfer your domain name registration to another holder (i) during a pending administrative proceeding brought pursuant to [Paragraph 4](#) or for a period of fifteen (15) business days (as observed in the location of our principal place of business) after such proceeding is concluded; or (ii) during a pending court proceeding or arbitration commenced regarding your domain name unless the party to whom the domain name registration is being transferred agrees, in writing, to be bound by the decision of the court or arbitrator. We reserve the right to cancel any transfer of a domain name registration to another holder that is made in violation of this subparagraph.

**b. Changing Registrars.** You may not transfer your domain name registra-



tion to another registrar during a pending administrative proceeding brought pursuant to [Paragraph 4](#) or for a period of fifteen (15) business days (as observed in the location of our principal place of business) after such proceeding is concluded. You may transfer administration of your domain name registration to another registrar during a pending court action or arbitration, provided that the domain name you have registered with us shall continue to be subject to the proceedings commenced against you in accordance with the terms of this Policy. In the event that you transfer a domain name registration to us during the pendency of a court action or arbitration, such dispute shall remain subject to the domain name dispute policy of the registrar from which the domain name registration was transferred.

**9. Policy Modifications.** We reserve the right to modify this Policy at any time with the permission of ICANN. We will post our revised Policy at least thirty (30) calendar days before it becomes effective. Unless this Policy has already been invoked by the submission of a complaint to a Provider, in which event the version of the Policy in effect at the time it was invoked will apply to you until the dispute is over, all such changes will be binding upon you with respect to any domain name registration dispute, whether the dispute arose before, on or after the effective date of our change. In the event that you object to a change in this Policy, your sole remedy is to cancel your domain name registration with us, provided that you will not be entitled to a refund of any fees you paid to us. The revised Policy will apply to you until you cancel your domain name registration.

#### ملحق رقم (4)

القواعد الإجرائية للسياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق المعتمدة  
من قبل هيئة (الايكان)<sup>٣</sup>

---

<sup>٣</sup> تم الحصول على نصوص القواعد الإجرائية للسياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق من الموقع الرسمي لهيئة (الايكان):

## **Rules for Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (the "Rules")**

As approved [by the ICANN Board of Directors on 30 October 2009](#).

**These Rules are in effect for all UDRP proceedings in which a complaint is submitted to a provider on or after 1 March 2010. The prior version of the Rules, applicable to all proceedings in which a complaint was submitted to a Provider on or before 28 February 2010, is at <http://www.icann.org/en/dndr/udrp/uniform-rules-24oct99-en.htm>.**

**UDRP Providers may elect to adopt the notice procedures set forth in these Rules prior to 1 March 2010.**

Administrative proceedings for the resolution of disputes under the Uniform Dispute Resolution Policy adopted by ICANN shall be governed by these Rules and also the Supplemental Rules of the Provider administering the proceedings, as posted on its web site. To the extent that the Supplemental Rules of any Provider conflict with these Rules, these Rules supersede.

### **1. Definitions**

In these Rules:

**Complainant** means the party initiating a complaint concerning a domain-name registration.

**ICANN** refers to the Internet Corporation for Assigned Names and Numbers.

**Mutual Jurisdiction** means a court jurisdiction at the location of either (a) the principal office of the Registrar (provided the domain-name holder has submitted in its Registration Agreement to that jurisdiction for court adjudi-

cation of disputes concerning or arising from the use of the domain name) or (b) the domain-name holder's address as shown for the registration of the domain name in Registrar's Who is database at the time the complaint is submitted to the Provider.

**Panel** means an administrative panel appointed by a Provider to decide a complaint concerning a domain-name registration.

**Panelist** means an individual appointed by a Provider to be a member of a Panel.

**Party** means a Complainant or a Respondent.

**Policy** means the [Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy](#) that is incorporated by reference and made a part of the Registration Agreement.

**Provider** means a dispute-resolution service provider approved by ICANN. A list of such Providers appears at [www.icann.org/udrp/approved-providers.htm](http://www.icann.org/udrp/approved-providers.htm).

**Registrar** means the entity with which the Respondent has registered a domain name that is the subject of a complaint.

**Registration Agreement** means the agreement between a Registrar and a domain-name holder.

**Respondent** means the holder of a domain-name registration against which a complaint is initiated.

**Reverse Domain Name Hijacking** means using the Policy in bad faith to attempt to deprive a registered domain-name holder of a domain name.

**Supplemental Rules** means the rules adopted by the Provider administering a proceeding to supplement these Rules. Supplemental Rules shall not be inconsistent with the Policy or these Rules and shall cover such topics as fees, word and page limits and guidelines, file size and format modalities, the means for communicating with the Provider and the Panel, and the form of cover sheets.

**Written Notice** means hardcopy notification by the Provider to the Respondent of the commencement of an administrative proceeding under the Policy which shall inform the respondent that a complaint has been filed against it, and which shall state that the Provider has electronically transmitted the complaint including any annexes to the Respondent by the means specified herein. Written notice does not include a hardcopy of the complaint itself or of any annexes.

## **2. Communications**

(a) When forwarding a complaint, including any annexes, electronically to the Respondent, it shall be the Provider's responsibility to employ reasonably available means calculated to achieve actual notice to Respondent. Achieving actual notice, or employing the following measures to do so, shall discharge this responsibility:

(i) sending Written Notice of the complaint to all postal-mail and facsimile addresses (A) shown in the domain name's registration data in Registrar's Whois database for the registered domain-name holder, the technical contact, and the administrative contact and (B) supplied by Registrar to the Provider for the registration's billing contact; and

(ii) sending the complaint, including any annexes, in electronic form by

e-mail to:

(A) the e-mail addresses for those technical, administrative, and billing contacts;

(B) postmaster@<the contested domain name>; and

(C) if the domain name (or "www." followed by the domain name) resolves to an active web page (other than a generic page the Provider concludes is maintained by a registrar or ISP for parking domain-names registered by multiple domain-name holders), any e-mail address shown or e-mail links on that web page; and

(iii) sending the complaint, including any annexes, to any e-mail address the Respondent has notified the Provider it prefers and, to the extent practicable, to all other e-mail addresses provided to the Provider by Complainant under [Paragraph 3\(b\)\(v\)](#).

(b) Except as provided in [Paragraph 2\(a\)](#), any written communication to Complainant or Respondent provided for under these Rules shall be made electronically via the Internet (a record of its transmission being available), or by any reasonably requested preferred means stated by the Complainant or Respondent, respectively (see [Paragraphs 3\(b\)\(iii\)](#) and [5\(b\)\(iii\)](#)).

(c) Any communication to the Provider or the Panel shall be made by the means and in the manner (including, where applicable, the number of copies) stated in the Provider's Supplemental Rules.

(d) Communications shall be made in the language prescribed in [Paragraph 11](#).

(e) Either Party may update its contact details by notifying the Provider and

the Registrar.

(f) Except as otherwise provided in these Rules, or decided by a Panel, all communications provided for under these Rules shall be deemed to have been made:

(i) if via the Internet, on the date that the communication was transmitted, provided that the date of transmission is verifiable; or, where applicable

(ii) if delivered by telecopy or facsimile transmission, on the date shown on the confirmation of transmission; or:

(iii) if by postal or courier service, on the date marked on the receipt.

(g) Except as otherwise provided in these Rules, all time periods calculated under these Rules to begin when a communication is made shall begin to run on the earliest date that the communication is deemed to have been made in accordance with [Paragraph 2\(f\)](#).

(h) Any communication by

(i) a Panel to any Party shall be copied to the Provider and to the other Party;

(ii) the Provider to any Party shall be copied to the other Party; and

(iii) a Party shall be copied to the other Party, the Panel and the Provider, as the case may be.

(i) It shall be the responsibility of the sender to retain records of the fact and circumstances of sending, which shall be available for inspection by affected parties and for reporting purposes. This includes the Provider in

sending Written Notice to the Respondent by post and/or facsimile under Paragraph 2(a)(i).

(j) In the event a Party sending a communication receives notification of non-delivery of the communication, the Party shall promptly notify the Panel (or, if no Panel is yet appointed, the Provider) of the circumstances of the notification. Further proceedings concerning the communication and any response shall be as directed by the Panel (or the Provider).

### **3. The Complaint**

(a) Any person or entity may initiate an administrative proceeding by submitting a complaint in accordance with the Policy and these Rules to any Provider approved by ICANN. (Due to capacity constraints or for other reasons, a Provider's ability to accept complaints may be suspended at times. In that event, the Provider shall refuse the submission. The person or entity may submit the complaint to another Provider.)

(b) The complaint including any annexes shall be submitted in electronic form and shall:

(i) Request that the complaint be submitted for decision in accordance with the Policy and these Rules;

(ii) Provide the name, postal and e-mail addresses, and the telephone and telefax numbers of the Complainant and of any representative authorized to act for the Complainant in the administrative proceeding;

(iii) Specify a preferred method for communications directed to the Complainant in the administrative proceeding (including person to be contacted, medium, and address information) for each of (A) electronic-only material



and (B) material including hard copy (where applicable);

(iv) Designate whether Complainant elects to have the dispute decided by a single-member or a three-member Panel and, in the event Complainant elects a three-member Panel, provide the names and contact details of three candidates to serve as one of the Panelists (these candidates may be drawn from any ICANN-approved Provider's list of panelists);

(v) Provide the name of the Respondent (domain-name holder) and all information (including any postal and e-mail addresses and telephone and telex numbers) known to Complainant regarding how to contact Respondent or any representative of Respondent, including contact information based on pre-complaint dealings, in sufficient detail to allow the Provider to send the complaint as described in [Paragraph 2\(a\)](#);

(vi) Specify the domain name(s) that is/are the subject of the complaint;

(vii) Identify the Registrar(s) with whom the domain name(s) is/are registered at the time the complaint is filed;

(viii) Specify the trademark(s) or service mark(s) on which the complaint is based and, for each mark, describe the goods or services, if any, with which the mark is used (Complainant may also separately describe other goods and services with which it intends, at the time the complaint is submitted, to use the mark in the future.);

(ix) Describe, in accordance with the Policy, the grounds on which the complaint is made including, in particular,

(1) the manner in which the domain name(s) is/are identical or confusingly similar to a trademark or service mark in which the Complainant has rights;

(2) why the Respondent (domain-name holder) should be considered as having no rights or legitimate interests in respect of the domain name(s) that is/are the subject of the complaint; and

(3) why the domain name(s) should be considered as having been registered and being used in bad faith

(The description should, for elements (2) and (3), discuss any aspects of [Paragraphs 4\(b\)](#) and [4\(c\)](#) of the Policy that are applicable. The description shall comply with any word or page limit set forth in the Provider's Supplemental Rules.);

(x) Specify, in accordance with the Policy, the remedies sought;

(xi) Identify any other legal proceedings that have been commenced or terminated in connection with or relating to any of the domain name(s) that are the subject of the complaint;

(xii) State that a copy of the complaint, including any annexes, together with the cover sheet as prescribed by the Provider's Supplemental Rules, has been sent or transmitted to the Respondent (domain-name holder), in accordance with [Paragraph 2\(b\)](#);

(xiii) State that Complainant will submit, with respect to any challenges to a decision in the administrative proceeding canceling or transferring the domain name, to the jurisdiction of the courts in at least one specified Mutual Jurisdiction;

(xiv) Conclude with the following statement followed by the signature (in any electronic format) of the Complainant or its authorized representative:

"Complainant agrees that its claims and remedies concerning the registra-

tion of the domain name, the dispute, or the dispute's resolution shall be solely against the domain-name holder and waives all such claims and remedies against (a) the dispute-resolution provider and panelists, except in the case of deliberate wrongdoing, (b) the registrar, (c) the registry administrator, and (d) the Internet Corporation for Assigned Names and Numbers, as well as their directors, officers, employees, and agents ."

"Complainant certifies that the information contained in this Complaint is to the best of Complainant's knowledge complete and accurate, that this Complaint is not being presented for any improper purpose, such as to harass, and that the assertions in this Complaint are warranted under these Rules and under applicable law, as it now exists or as it may be extended by a good-faith and reasonable argument ."; and

(xv) Annex any documentary or other evidence, including a copy of the Policy applicable to the domain name(s) in dispute and any trademark or service mark registration upon which the complaint relies, together with a schedule indexing such evidence.

(c) The complaint may relate to more than one domain name, provided that the domain names are registered by the same domain-name holder.

#### **4. Notification of Complaint**

(a) The Provider shall review the complaint for administrative compliance with the Policy and these Rules and, if in compliance, shall forward the complaint, including any annexes, electronically to the Respondent and shall send Written Notice of the complaint (together with the explanatory cover sheet prescribed by the Provider's Supplemental Rules) to the Respondent, in the manner prescribed by [Paragraph 2\(a\)](#), within three (3) ca-

lendar days following receipt of the fees to be paid by the Complainant in accordance with [Paragraph 19](#) .

(b) If the Provider finds the complaint to be administratively deficient, it shall promptly notify the Complainant and the Respondent of the nature of the deficiencies identified. The Complainant shall have five (5) calendar days within which to correct any such deficiencies, after which the administrative proceeding will be deemed withdrawn without prejudice to submission of a different complaint by Complainant.

(c) The date of commencement of the administrative proceeding shall be the date on which the Provider completes its responsibilities under [Paragraph 2\(a\)](#) in connection with sending the complaint to the Respondent.

(d) The Provider shall immediately notify the Complainant, the Respondent, the concerned Registrar(s), and ICANN of the date of commencement of the administrative proceeding.

## **5. The Response**

(a) Within twenty (20) days of the date of commencement of the administrative proceeding the Respondent shall submit a response to the Provider.

(b) The response, including any annexes, shall be submitted in electronic form and shall:

(i) Respond specifically to the statements and allegations contained in the complaint and include any and all bases for the Respondent (domain-name holder) to retain registration and use of the disputed domain name (This portion of the response shall comply with any word or page limit set forth in the Provider's Supplemental Rules.);

(ii) Provide the name, postal and e-mail addresses, and the telephone and telefax numbers of the Respondent (domain-name holder) and of any representative authorized to act for the Respondent in the administrative proceeding;

(iii) Specify a preferred method for communications directed to the Respondent in the administrative proceeding (including person to be contacted, medium, and address information) for each of (A) electronic-only material and (B) material including hard copy (where applicable);

(iv) If Complainant has elected a single-member panel in the complaint (see [Paragraph 3\(b\)\(iv\)](#)), state whether Respondent elects instead to have the dispute decided by a three-member panel;

(v) If either Complainant or Respondent elects a three-member Panel, provide the names and contact details of three candidates to serve as one of the Panelists (these candidates may be drawn from any ICANN-approved Provider's list of panelists);

(vi) Identify any other legal proceedings that have been commenced or terminated in connection with or relating to any of the domain name(s) that are the subject of the complaint;

(vii) State that a copy of the response including any annexes has been sent or transmitted to the Complainant, in accordance with [Paragraph 2\(b\)](#); and

(viii) Conclude with the following statement followed by the signature (in any electronic format) of the Respondent or its authorized representative:

"Respondent certifies that the information contained in this Response is to the best of Respondent's knowledge complete and accurate, that this Re-

sponse is not being presented for any improper purpose, such as to harass, and that the assertions in this Response are warranted under these Rules and under applicable law, as it now exists or as it may be extended by a good-faith and reasonable argument ."; and

(ix) Annex any documentary or other evidence upon which the Respondent relies, together with a schedule indexing such documents.

(c) If Complainant has elected to have the dispute decided by a single-member Panel and Respondent elects a three-member Panel, Respondent shall be required to pay one-half of the applicable fee for a three-member Panel as set forth in the Provider's Supplemental Rules. This payment shall be made together with the submission of the response to the Provider. In the event that the required payment is not made, the dispute shall be decided by a single-member Panel.

(d) At the request of the Respondent, the Provider may, in exceptional cases, extend the period of time for the filing of the response. The period may also be extended by written stipulation between the Parties, provided the stipulation is approved by the Provider.

(e) If a Respondent does not submit a response, in the absence of exceptional circumstances, the Panel shall decide the dispute based upon the complaint.

## **6. Appointment of the Panel and Timing of Decision**

(a) Each Provider shall maintain and publish a publicly available list of panelists and their qualifications.

(b) If neither the Complainant nor the Respondent has elected a three-

member Panel ( [Paragraphs 3\(b\)\(iv\)](#) and [5\(b\)\(iv\)](#)), the Provider shall appoint, within five (5) calendar days following receipt of the response by the Provider, or the lapse of the time period for the submission thereof, a single Panelist from its list of panelists. The fees for a single-member Panel shall be paid entirely by the Complainant.

(c) If either the Complainant or the Respondent elects to have the dispute decided by a three-member Panel, the Provider shall appoint three Panelists in accordance with the procedures identified in [Paragraph 6\(e\)](#). The fees for a three-member Panel shall be paid in their entirety by the Complainant, except where the election for a three-member Panel was made by the Respondent, in which case the applicable fees shall be shared equally between the Parties.

(d) Unless it has already elected a three-member Panel, the Complainant shall submit to the Provider, within five (5) calendar days of communication of a response in which the Respondent elects a three-member Panel, the names and contact details of three candidates to serve as one of the Panelists. These candidates may be drawn from any ICANN-approved Provider's list of panelists.

(e) In the event that either the Complainant or the Respondent elects a three-member Panel, the Provider shall endeavor to appoint one Panelist from the list of candidates provided by each of the Complainant and the Respondent. In the event the Provider is unable within five (5) calendar days to secure the appointment of a Panelist on its customary terms from either Party's list of candidates, the Provider shall make that appointment from its list of panelists. The third Panelist shall be appointed by the Provider from a list of five candidates submitted by the Provider to the Parties, the Provider's selection from among the five being made in a manner that

reasonably balances the preferences of both Parties, as they may specify to the Provider within five (5) calendar days of the Provider's submission of the five-candidate list to the Parties.

(f) Once the entire Panel is appointed, the Provider shall notify the Parties of the Panelists appointed and the date by which, absent exceptional circumstances, the Panel shall forward its decision on the complaint to the Provider.

## **7. Impartiality and Independence**

A Panelist shall be impartial and independent and shall have, before accepting appointment, disclosed to the Provider any circumstances giving rise to justifiable doubt as to the Panelist's impartiality or independence. If, at any stage during the administrative proceeding, new circumstances arise that could give rise to justifiable doubt as to the impartiality or independence of the Panelist, that Panelist shall promptly disclose such circumstances to the Provider. In such event, the Provider shall have the discretion to appoint a substitute Panelist.

## **8. Communication Between Parties and the Panel**

No Party or anyone acting on its behalf may have any unilateral communication with the Panel. All communications between a Party and the Panel or the Provider shall be made to a case administrator appointed by the Provider in the manner prescribed in the Provider's Supplemental Rules.

## **9. Transmission of the File to the Panel**

The Provider shall forward the file to the Panel as soon as the Panelist is appointed in the case of a Panel consisting of a single member, or as soon



as the last Panelist is appointed in the case of a three-member Panel.

#### **10. General Powers of the Panel**

(a) The Panel shall conduct the administrative proceeding in such manner as it considers appropriate in accordance with the Policy and these Rules.

(b) In all cases, the Panel shall ensure that the Parties are treated with equality and that each Party is given a fair opportunity to present its case.

(c) The Panel shall ensure that the administrative proceeding takes place with due expedition. It may, at the request of a Party or on its own motion, extend, in exceptional cases, a period of time fixed by these Rules or by the Panel.

(d) The Panel shall determine the admissibility, relevance, materiality and weight of the evidence.

(e) A Panel shall decide a request by a Party to consolidate multiple domain name disputes in accordance with the Policy and these Rules.

#### **11. Language of Proceedings**

(a) Unless otherwise agreed by the Parties, or specified otherwise in the Registration Agreement, the language of the administrative proceeding shall be the language of the Registration Agreement, subject to the authority of the Panel to determine otherwise, having regard to the circumstances of the administrative proceeding.

(b) The Panel may order that any documents submitted in languages other than the language of the administrative proceeding be accompanied by a translation in whole or in part into the language of the administrative pro-

ceeding.

## **12. Further Statements**

In addition to the complaint and the response, the Panel may request, in its sole discretion, further statements or documents from either of the Parties.

## **13. In-Person Hearings**

There shall be no in-person hearings (including hearings by teleconference, videoconference, and web conference), unless the Panel determines, in its sole discretion and as an exceptional matter, that such a hearing is necessary for deciding the complaint.

## **14. Default**

(a) In the event that a Party, in the absence of exceptional circumstances, does not comply with any of the time periods established by these Rules or the Panel, the Panel shall proceed to a decision on the complaint.

(b) If a Party, in the absence of exceptional circumstances, does not comply with any provision of, or requirement under, these Rules or any request from the Panel, the Panel shall draw such inferences therefrom as it considers appropriate.

## **15. Panel Decisions**

(a) A Panel shall decide a complaint on the basis of the statements and documents submitted and in accordance with the Policy, these Rules and any rules and principles of law that it deems applicable.

(b) In the absence of exceptional circumstances, the Panel shall forward its

decision on the complaint to the Provider within fourteen (14) days of its appointment pursuant to [Paragraph 6](#) .

(c) In the case of a three-member Panel, the Panel's decision shall be made by a majority.

(d) The Panel's decision shall be in writing, provide the reasons on which it is based, indicate the date on which it was rendered and identify the name(s) of the Panelist(s).

(e) Panel decisions and dissenting opinions shall normally comply with the guidelines as to length set forth in the Provider's Supplemental Rules. Any dissenting opinion shall accompany the majority decision. If the Panel concludes that the dispute is not within the scope of [Paragraph 4\(a\)](#) of the Policy, it shall so state. If after considering the submissions the Panel finds that the complaint was brought in bad faith, for example in an attempt at Reverse Domain Name Hijacking or was brought primarily to harass the domain-name holder, the Panel shall declare in its decision that the complaint was brought in bad faith and constitutes an abuse of the administrative proceeding.

## **16. Communication of Decision to Parties**

(a) Within three (3) calendar days after receiving the decision from the Panel, the Provider shall communicate the full text of the decision to each Party, the concerned Registrar(s), and ICANN. The concerned Registrar(s) shall immediately communicate to each Party, the Provider, and ICANN the date for the implementation of the decision in accordance with the Policy.

(b) Except if the Panel determines otherwise (see [Paragraph 4\(j\)](#) of the Policy), the Provider shall publish the full decision and the date of its imple-

mentation on a publicly accessible web site. In any event, the portion of any decision determining a complaint to have been brought in bad faith (see [Paragraph 15\(e\)](#) of these Rules) shall be published.

### **17. Settlement or Other Grounds for Termination**

(a) If, before the Panel's decision, the Parties agree on a settlement, the Panel shall terminate the administrative proceeding.

(b) If, before the Panel's decision is made, it becomes unnecessary or impossible to continue the administrative proceeding for any reason, the Panel shall terminate the administrative proceeding, unless a Party raises justifiable grounds for objection within a period of time to be determined by the Panel.

### **18. Effect of Court Proceedings**

(a) In the event of any legal proceedings initiated prior to or during an administrative proceeding in respect of a domain-name dispute that is the subject of the complaint, the Panel shall have the discretion to decide whether to suspend or terminate the administrative proceeding, or to proceed to a decision.

(b) In the event that a Party initiates any legal proceedings during the pendency of an administrative proceeding in respect of a domain-name dispute that is the subject of the complaint, it shall promptly notify the Panel and the Provider. See [Paragraph 8](#) above.

### **19. Fees**

(a) The Complainant shall pay to the Provider an initial fixed fee, in accordance with the Provider's Supplemental Rules, within the time and in the

amount required. A Respondent electing under [Paragraph 5\(b\)\(iv\)](#) to have the dispute decided by a three-member Panel, rather than the single-member Panel elected by the Complainant, shall pay the Provider one-half the fixed fee for a three-member Panel. See [Paragraph 5\(c\)](#). In all other cases, the Complainant shall bear all of the Provider's fees, except as prescribed under [Paragraph 19\(d\)](#). Upon appointment of the Panel, the Provider shall refund the appropriate portion, if any, of the initial fee to the Complainant, as specified in the Provider's Supplemental Rules.

(b) No action shall be taken by the Provider on a complaint until it has received from Complainant the initial fee in accordance with [Paragraph 19\(a\)](#).

(c) If the Provider has not received the fee within ten (10) calendar days of receiving the complaint, the complaint shall be deemed withdrawn and the administrative proceeding terminated.

(d) In exceptional circumstances, for example in the event an in-person hearing is held, the Provider shall request the Parties for the payment of additional fees, which shall be established in agreement with the Parties and the Panel.

## **20. Exclusion of Liability**

Except in the case of deliberate wrongdoing, neither the Provider nor a Panelist shall be liable to a Party for any act or omission in connection with any administrative proceeding under these Rules.

## **21. Amendments**

The version of these Rules in effect at the time of the submission of the complaint to the Provider shall apply to the administrative proceeding

commenced thereby. These Rules may not be amended without the express written approval of ICANN.