

حماية الاسم التجاري

د.مجدى حسين¹

magdyhussein835@yahoo.com

Abstract

Domain names (electronic addresses) have recently been of great importance to consumers and businesses alike. Through them consumers can access the sites of projects they want, and find it easier to deal with the internet. It has also become an important means for the spread of projects and introducing themselves to an unlimited number of crowds all over the world.

The role of the electronic address has evolved and moved from a mere means of advertising projects online to the one that distinguishes these projects and determines their identity. And because of the rule that governs the registration of these addresses, which is the precedence in registration, each project has a specific website in which it displays its products and services that no other project shares with it, and no other project can register the same address, and this privacy added by the electronic address on the site made it approach the rest of the elements of industrial property Others, such as the trademark,

name and commercial address, played the role of these elements through the internet.

The domain name, as defined by the Egyptian Electronic Trade law in the first chapter, means “a single address for websites on the Internet that allows the site to be identified and distinguished from others.” The United Nations Model Law on Electronic Trade of 1996 used the domain name. It can be said that the domain name in relation to e-commerce is similar to a trademark in relation to traditional trade, where the trademark is defined as “every sign or indication that the merchant or manufacturer places on the products that he sells or manufactures to distinguish these products from other similar ones. The trademark and according to its purpose may belong to the merchant, and it may be an industrial trademark belongs to the manufacturer or a service mark that distinguishes one of the services.

Since traditional trade depends on the physical trade of these goods or the provision of services, it is necessary for it to have a mark that distinguishes it from other marks that distinguish other goods of the same type, for example, mobile phones, including several types such as Nokia, Samsung, Sony Ericsson and

Siemens. You produce the same goods and then you must distinguish between them, hence the role of the brand.

At the level of electronic-Trade, the circulation of goods and services is not physical, but rather electronically through an information system in which the commodity or service is announced and then examined by displaying its advantages on the network, and then negotiating with the contracting parties to complete the contract, where the product then reaches the consumer's hand or obtains The same service through the network. Therefore, this product, whether it is a product or a service, must be distinguished by a mark that is the name of the domain, where the product of any company is associated with the same product of another company, provided that the transactions of both companies take place via the Internet, and thus we reach the conclusion that the brand performs in the traditional trade with the same function. Performed by the domain name for online trading.

Research submitted by: Prof. Magdy Fathy Hussein, teacher of law, The Higher Institute for Qualitative Studies,

The title of the research: The protection of commercial names and brands.

مقدمة

احتلت أسماء الدومين (العناوين الإلكترونية) فى الآونة الأخيرة أهمية كبيرة بالنسبة إلى المستهلكين والمشاروعات التجارية على حد سواء. فبواسطتها يستطيع المستهلكون من الوصول إلى مواقع المشاروعات التي يرغبون فى الوصول إليها مما يسهل لهم التعامل مع شبكة الإنترنت، وأصبحت أيضاً وسيلة هامة لانتشار المشاروعات التجارية وتعريف نفسها لعدد غير محدود من الجمهور فى جميع أنحاء العالم. ولقد تطور دور العنوان الإلكتروني فانتقل من مجرد وسيلة للإعلان عن المشاروعات عبر الشبكة إلى المميز لهذه المشاروعات والمحدد لهويتها ، فبسبب القاعدة التي تحكم تسجيل هذه العناوين وهى الأسبقية فى التسجيل أصبح لكل مشروع موقع محدد يعرض فيه منتجاته وخدماته لا يشاركه فيه مشروع آخر ولا يمكن لمشروع آخر أن يسجل نفس العنوان ، وهذه الخصوصية التي أضافها العنوان الإلكتروني على الموقع جعلته يقترب من باقى عناصر الملكية الصناعية الأخرى كالعلامة التجارية والاسم والعنوان التجارى فقام بدور هذه العناصر من خلال شبكة الإنترنت .

واسم الدومين كما عرفه مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصرى فى الفصل الأول منه يعنى " عنوان متفرد للمواقع الموجودة على شبكة الإنترنت تسمح بتحديد الموقع وتمييزه عن غيره " .

بينما استخدم القانون النموذجى للأمم المتحدة فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية والصادر عام 1996 اسم الحقل . ويمكن القول بأن اسم الدومين

بالنسبة للتجارة الإلكترونية يشبه العلامة التجارية بالنسبة للتجارة التقليدية حيث تعرف العلامة التجارية بأنها " كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة "(2)

والعلامة التجارية وبحسب الغرض منها قد تكون علامة تجارية تخص التاجر وقد تكون علامة صناعية تخص الصانع أو علامة خدمة والتي تميز خدمة من الخدمات.

ولما كانت التجارة التقليدية تعتمد على التداول المادي لهذه السلع أو تقديم الخدمات فكان لابد لها من علامة تميزها عن غيرها من العلامات التي تميز سلعاً أخرى من ذات الصنف فمثلاً الهواتف النقالة منها عدة أنواع مثل nokia و samsung و sony ericsson و siemens وكل هذه الشركات هي شركات تقوم بإنتاج ذات السلع ومن ثم يجب التمييز بينها ، ومن هنا يأتي دور العلامة التجارية .

وعلى مستوى التجارة الإلكترونية فإن تداول السلع والخدمات ليس مادياً بل إلكترونياً من خلال نظام معلوماتي يتم فيه الإعلان عن السلعة أو الخدمة ثم فحصها من خلال عرض مزاياها على الشبكة ، وبعد ذلك التفاوض بين العاقدين إلى تمام العقد حيث تصل السلعة بعد ذلك ليد المستهلك أو يحصل على الخدمة ذاتها من خلال الشبكة . ولذلك يجب تمييز هذا المنتج سواء كان سلعة أو خدمة بعلامة هي اسم الدومين حيث يقترن المنتج الخاص بأى شركة عن ذات المنتج لشركة أخرى شرط أن تكون معاملات كلا الشركتين

تتم عبر شبكة الإنترنت ، وبذلك نصل إلى نتيجة مؤداها أن العلامة التجارية تؤدي في التجارة التقليدية ذات الوظيفة التي يؤديها اسم الدومين بالنسبة للتجارة عبر الإنترنت .

لذا يجدر بنا دراسة هذا الفصل من خلال المباحث الآتية :-

المبحث الأول: العنوان الإلكتروني .

المبحث الثاني : السطو الإلكتروني .

المبحث الثالث : الوسائل الودية لتسوية منازعات أسماء الحقول (الدومين) .

المبحث الأول

العنوان الإلكتروني

أتاحت شبكة الإنترنت للشركات ورجال الأعمال والمؤسسات التجارية الكائنة في مختلف دول العالم إنشاء مواقع على الشبكة websites تعرض فيها منتجاتها على الزائرين الذين يتصفحون المواقع لمشاهدة البضائع والخدمات التي تعرضها من أجل تسويقها والتعامل فيها شراءً وبيعاً بالطريق الإلكتروني .

وقد أوجدت شبكة الإنترنت مشكلات قانونية من نوع جديد تتصل بحقوق الملكية الفكرية من أهمها فيما يتعلق بالعلامات التجارية المشكلات التي ظهرت نتيجة لتسمية بعض المواقع على الشبكة باتخاذ أسماء دومين

domain names كعنوان لتلك الموقع تشابه أو تطابق أو تماثل علامات تجارية مشهورة بقصد جذب العملاء إلى الموقع .

ويمكن تشبيه نظام أسماء الدومين (Domain Names System (DNS بدليل التليفونات ، فهو يتيح لمستخدمي الشبكة الاتصال بالموقع المطلوب وتبادل البيانات والمعلومات معه عن طريق استخدام مجموعة من الحروف توصل إليه ، تعرف باسم الدومين domain name . ويختلف اسم الدومين المخصص لكل موقع عن جميع أسماء الدومين المخصصة للمواقع الأخرى ، ولذلك فإن الأسبق في تسجيل اسم الدومين يمنع غيره من تسجيل نفس الاسم .

وتعد حقول الإنترنت أو كما يطلق عليها شبكة المعلومات العالمية أكثر أقسام الإنترنت تطوراً واستخداماً حيث وصل عددها في أواخر عام 2000م إلى أكثر من 22 مليون حقل⁽³⁾. وكل موقع أو حقل يتم إنشاؤه لا بد وأن يكون له عنوان خاص به يطلق عليه اسم النطاق أو اسم الحقل أو عنوان الموقع أو الدومين أو العنوان الإلكتروني ، فهو ضروري حيث يبين موقع الإنترنت لمن يسعى للوصول إليه ، تماماً مثل اسم الشخص الذي يشير إلى فرد معين أو بشكل أكثر دقة إلى مدى صحة علامة تجارية لمؤسسة أو لشركة ، فاسم الشركة يشر إلى هوية شركة معينة⁽⁴⁾

ويطلق عليها أيضاً شبكة المعلومات الدولية أو الشبكة العنكبوتية العالمية أو نظام الويب العالمي . فقد تم ابتكارها على يد المهندس الإنجليزي

المتخصص في المعلوماتية Tim Berners عندما قام عام 1989م بتصميم برنامج أطلق عليه اسم World Wide Web ويرمز إختصاراً بـ WWW يركز على فكرة تخزين

معلومات مع القدرة على إقامة صلات وعلاقات ترابطية مباشرة فيما بينها على غرار الترابط الحاصل في نسيج الشبكة التي يصنعها العنكبوت . ومن هنا جاءت تسمية الويب على هذا البرنامج الذي وزعه مبتكره مجاناً عبر شبكة الإنترنت في عام 1991م ، واعتمد في مرحلة أولى عام 1993م من خلال برنامج التصفح Mosaic ثم لاحقاً من قبل شركة Netscape الأمريكية التي عملت على تعميمه ونشره فعلياً اعتباراً من عام 1994م⁽⁵⁾. وتعرف حقول الإنترنت أو مواقع الإنترنت بأنها "مجموعة مصادر للمعلومات متضمنة في وثائق متمركزة في الحاسبات والشبكات حول العالم"⁽⁶⁾ . وتعرف كذلك بكونها "الارتباط الدولي المتصل بشبكة حواسيب حول العالم"⁽⁷⁾.

وترتكز حقول الإنترنت على بروتوكول http⁽⁸⁾ الذي يسمح بربط المواقع الموصولة بشبكة الإنترنت فيما بينها . وهو لا يعمل إلا بواسطة برامج تصفح خاصة Browsers تسمح بالاتصال بالملفات وبالمواقع المختلفة الموصولة بالشبكة وذلك بالاعتماد على تقنية الـ Hyper Media ، وهذه الأخيرة تعد أداة مثالية للتجول في الإنترنت بفضل تقنيات الربط الفائق بين النصوص والصفحات والعناصر داخل الموقع ذاته وحتى بين الموقع

والمقلمات المختلفة الموصولة بالشبكة وذلك في إطار أو تصور يشبه بالشجرة يسمى Hyper أو Hyper Link .

و بدأت تدخل فكرة العنوان الإلكتروني في منتصف الثمانينات ، وكان أول عنوان إلكتروني يتم تسجيله عن .⁽⁹⁾ symbplices.com

وسوف نتناول هذا المبحث في ثلاث مطالب على النحو التالي :

المطلب الأول : تعريف العنوان الإلكتروني .

المطلب الثاني : أنواع العناوين الإلكترونية .

المطلب الثالث : علاقة العنوان الإلكتروني بعناصر الملكية الصناعية .

المطلب الأول

تعريف العنوان الإلكتروني

أثار تعريف العنوان الإلكتروني - Domain Name جدلاً كبيراً فاختلقت التعريفات التي قيلت بشأنه فهناك من ركز على وظيفة العنوان الإلكتروني وهناك من ركز على تكوين العنوان الإلكتروني ومنهم من ركز على الطبيعة الفنية للعنوان الإلكتروني .

أولاً : التعريفات بالنظر إلى وظيفة العنوان الإلكتروني

اسم النطاق أو الميدان أو الموقع - Domain name هو في الحقيقة عنوان الإنترنت ، فالهاتف له رقم معين مثل 02/ 33447788 والعنوان

البريدي له رقم صندوق مميز ورمز منطقة مميز مثل وسط البلد ص.ب 2325 رمز 11118 وللاترنت أيضاً عنوان مميز مثل . arablaw.org
 وجدير بالذكر أن كل جهاز خادم server يتصل بالشبكة مخصص له عنوان يدل على الموقع يعرف بـ URL⁽¹⁰⁾، ويتكون هذا العنوان من أربعة مجموعات من الأرقام .

ولما كان من الصعب على مستخدم شبكة الإنترنت استخدام مجموعات الأرقام المذكورة للوصول إلى الموقع الذى يرغب فى الاتصال به لعدم سهولة حفظها واسترجاعها ، فقد تم تطوير هذا النظام سنة 1984 عن طريق استحداث استخدام حروف بمعرفة مستخدم الشبكة للوصول إلى الموقع بدلاً من الأرقام وهذه الحروف هى التى يتكون منها اسم الدومين .
 فعلى سبيل المثال فإن العنوان www.wipo.int هو اسم الدومين domain name المخصص للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) .
 وهو عنوان يسهل على مستخدم الشبكة أن يتذكره ويتعامل به للوصول إلى موقع الويبو على الشبكة لأنه مطابق للأحرف التى ترمز إلى اسم المنظمة ، بدلاً من استخدام مجموعة من الأرقام يصعب على مستخدم الشبكة أن يتذكرها .

وإزاء الأهمية الكبيرة التى تمثلها حقول الإنترنت أو مواقع الويب العالمية كان من الضروري إيجاد آلية معينة للوصول إليها عبر هذا الفضاء الرحب . وتمثلت هذه الوسيلة فى البداية فى مجموعة من الأرقام تشير إلى الموقع المقصود. فإذا أراد المستخدم الوصول إلى موقع معين على الشبكة كان

عليه أن يحفظ الأرقام التي تشير إلى هذا الموقع . ولكن نظراً لصعوبة حفظ هذه الأرقام لطولها وتعقدها وكثرتها اتجهت الأنظار إلى وسيلة جديدة سهلة تتفادي عيوب الوسيلة السابقة .

تمثلت في مجموعة من الحروف بكتابتها نصل إلى الموقع الذي نريده ويطلق عليها عنوان الموقع أو اسم النطاق⁽¹¹⁾

ولقد أثار تعريف عنوان الموقع أو اسم النطاق جدلاً كبيراً فاختلقت التعريفات التي قيلت بشأنه فهناك من ركز على الطبيعة الفنية للعنوان فعرفه بأنه " مجرد تحويل أو نقل مجموعة من الأرقام في صورة حروف تشكل مصطلحاً تتمشي مع اسم المشروع أو المنظمة⁽¹²⁾

وهناك من عرفه بأنه "ترجمة لأرقام تتم عن طريق حروف معينة تسمح بدوران المعلومات عبر شبكة الإنترنت" والحروف المقصودة هنا الحروف اللاتينية.

في حين أن جانباً من الفقه استند في تعريفه لعنوان الموقع إلى الوظيفة التي يؤديها هذا العنوان فعرفوه بأنه " اسم ينفرد به حائزه عبر الإنترنت مهمته تحديد المواقع والصفحات على شبكة الإنترنت"⁽¹³⁾

فهو جزء من URL الذي يتعامل مع الخادم الذي يتتبع طلب الصفحة أو الموقع ومن حيث الشكل هو عبارة عن سلسلة من الكلمات يفصل بينها نقاط تتولى تعريف عنوان بروتوكول الإنترنت .

وهناك من يرى في هذه الأسماء بدائل للعنوان البريدي المحدد للتعرف على شخص بعينه عبر شبكة المعلومات العالمية⁽¹⁴⁾، وهناك من ينظر إليها كوسيلة تمكن

مستخدمي الإنترنت من الوصول إلى المواقع عبر شبكة الإنترنت فهو عنوان للهيئات والمنظمات والمشروعات والأشخاص يمكن الوصول لها عن طريقه ، وقد استند جانب من الفقه وأحكام القضاء في تعريفه للعنوان التجارى الإلكتروني إلى الوظيفة التى يؤديها هذا العنوان فقالوا إنه : " بدائل العنوان البريدى المحدد للتعرف على شخص بعينه عبر شبكة المعلومات " (15). وقد عرفت محكمة استئناف باريس العنوان التجارى الإلكتروني فى حكم لها صدر عام 2000 بأنه " عبارة عن مجرد عنوان إفتراضى يحدد مواقع المشروعات على شبكة الإنترنت " وذلك بعد أن أكدت المحكمة أن العنوان الإلكتروني أصبح وسيلة الاتصال بالمشروعات والمنظمات الدولية والهيئات المختلفة على شبكة الإنترنت .

وقالوا أيضا إن العنوان الإلكتروني هو وسيلة تمكن مستخدمى الإنترنت من الوصول إلى المواقع عبر شبكة الإنترنت " فهو مجرد عنوان للهيئات والمنظمات والمشروعات والأشخاص يمكن الوصول لها عن طريقه⁽¹⁶⁾.

أما من الناحية القانونية فإن هذه الأسماء عبارة عن "علامة تأخذ مظهر اندماج الأرقام والحروف بحيث يتولى هذا المظهر تحديد مكان الحاسب الآلي أو موقع أو صفحة عبر شبكة الإنترنت ، وهو يتكون من ثلاثة مقاطع : المستوى العالى أو العام الذى يتولى تحديد طبيعة الجهة التى يتم الاتصال

معها ، ومستوى ثان يتناول العلامة التجارية أو الاسم المختار أو اسم فرد ما وغيرها ، ومستوى ثالث يتناول تحديد خادم مضيف محدد يتم التعامل معه⁽¹⁷⁾.

ثانياً : التعريفات بالنظر إلى تكوين العنوان الإلكتروني

استند جانب آخر من الفقه في تعريفه للعنوان الإلكتروني إلى مكونات هذا العنوان الذي يتألف من جزئين : جزء ثابت وجزء متغير. ويمثل الجزء الثابت المقطع

(http://www) ويشير إلى البروتوكول المستخدم ويحدد أن الموقع يتواجد على شبكة الاتصالات العالمية⁽¹⁸⁾ World Wide Web وهو ثابت بالنسبة لكافة المشروعات والأشخاص والشركات الذين يمتلكون مواقع على الشبكة .

أما الجزء المتغير فهو الذي يلي هذا الجزء الثابت وهو الذي يميز المشروع عن غيره من المشروعات وهو ما يطلق عليه العنوان الإلكتروني وينقسم هذا الجزء إلى نوعين : الأول هو العنوان الإلكتروني من الدرجة الأولى ((TLD⁽¹⁹⁾ ويمثله المقطع (.com) أو (.org) أو (.net) . والثاني هو العنوان الإلكتروني من الدرجة الثانية ((SLD⁽²⁰⁾ ، ويمثله الحروف الأولى من اسم المشروع أو المنظمة أو حروف كل الاسم . فإذا أردنا الوصول إلى موقع منظمة التجارة العالمية (WTO) فسيكون عنوان الموقع كالتالي

http://www.wto.org " " ويكون (http://www) هو الجزء الثابت في من العنوان والذي تتشابه فيه كل العناوين عبر شبكة الإنترنت ويكون المقطع (org.) هو العنوان الإلكتروني من المستوى الأول ، أما (WTO) فهي العنوان الإلكتروني من المستوى الثانى .

ثالثاً : التعريفات بالنظر إلى الطبيعة الفنية للعنوان الإلكتروني

يعتمد هذا التعريف على الطبيعة الفنية للعنوان الإلكتروني وذلك عن طريق تحويل أو نقل مجموعة من الأرقام في صورة حروف تشكل مصطلحاً تتمشي مع اسم المشروع أو المنظمة .

وتمثل نقطة البدء عند أنصار هذا الرأي أن الإنترنت عبارة عن شبكة اتصالات دولية يتم عن طريقها ارتباط أجهزة الكمبيوتر بعضها البعض عن طريق بروتوكول يسمى ⁽²¹⁾ TCP/IP .

وهو عبارة عن مجموعة من الأرقام يكتبها مستخدم شبكة الإنترنت للوصول إلى الموقع الذى يريده . فإذا كتب المستهلك على سبيل المثال الرقم 20746130150 فسيتم الاتصال بموقع شركة Microsoft العالمية حيث يشير الرقم إلى موقع الشركة ، ونظراً لصعوبة حفظ هذه الأرقام الكبيرة وصعوبة التعامل معها ، قررت الهيئات والشركات التى تعمل فى مجال الإنترنت أن تستبدل بهذه الأرقام حروفاً بسيطة يسهل حفظها على أن تترجم هذه الحروف إلى أرقام عند وصولها إلى الخادم أو الـ Server فيتعرف على الموقع المطلوب⁽²²⁾.

ويترتب على ذلك أنه بمجرد كتابة المستهلك لبعض الحروف التي تشتق من اسم الشركة أو من علامتها التجارية ، يصل إلى موقعها مباشرة . هذه الوسيلة الجديدة هي العنوان الإلكتروني . وإعمالاً لهذه الطريقة يستطيع المستهلك أن يصل إلى موقع شركة Microsoft بكتابة العنوان الإلكتروني الآتي Microsoft.com بدلاً من كتابة مجموعة من الأرقام قد لا تستوعب الذاكرة حفظها .

ونرى أن التعريفات التي تستند إلى وظيفة العنوان الإلكتروني هي أقرب المعايير إلى الدقة في تعريف هذا العنوان ، كما أنه يتمشى مع الترجمة (1)⁽²³⁾ Domain Name).

أهمية العنوان الإلكتروني :

وأيّاً كان تعريف العنوان الإلكتروني فثمة حقيقة قائمة لا يختلف عليها اثنان وهي أن لهذا العنوان أهمية فنية واقتصادية كبيرة خاصة بالنسبة للمشروعات على شبكة الإنترنت ، فمن الناحية الفنية أو التكنولوجية نجده قد سهل التعامل مع شبكة الإنترنت ، فبعد أن كان هذا الاسم أو العنوان رقمياً يتكون من مجموعة من الأرقام الكثيرة والمعقدة التي يصعب تخزينها أو حفظها في الذاكرة أصبح سهلاً بسيطاً يتكون من مجموعة من الحروف يتم ترجمتها تلقائياً إلى أرقام ، فقد جاء هذا العنوان الإلكتروني نتيجة التطور الذي طرأ على العنوان الرقمي القديم الذي كان يأخذ صورة الـ IP . فقد كان كما سبق القول يتكون من مجموعة من الأرقام الكثيرة التي يصعب تخزينها أو حفظها في الذاكرة .

ولذلك جاء نظام العنوان الإلكتروني ليسمح باتصال سهل وبسيط بالشبكة وذلك باستخدام مجموعة من الحروف يتم ترجمتها تلقائياً إلى أرقام . ومن ثم فإن استبدال الحروف بالأرقام الكبيرة ، وكون هذه الحروف يمثل كل منها اسم المشروع التجارى أو بعضاً منه قد شجع مستخدمى شبكة الإنترنت لزيارة المواقع الخاصة بالمشروعات والاستفادة من المنتجات والخدمات التى تقدمها . ومن ثم فقد رأى أنصار هذا القول بأن العنوان الإلكتروني هو أداة حلت محل الـ IP السابق وبالتالي لاعلاقة له بعناصر الملكية الصناعية للمشروع فلا يمكن أن يتشابه بالعلامة أو الاسم أو العنوان التجارى (24).

ومن الناحية الاقتصادية نجده يشكل وسيلة فعّالة للإعلان عن المشروعات والشركات والتعريف بها وعرض منتجاتها وخدماتها(25). بالإضافة إلى أنه أصبح له دوراً كبيراً في التعريف بالمنتجات والخدمات التى تقدمها المشروعات أو الشركات . كما وأن له دور في تميز المشروعات التجارية . فمن ناحية أولى تظهر أهميته الاقتصادية فى قيام العنوان الإلكتروني بدور الإعلان عن المشروعات والشركات ، فلكى يستطيع أى مشروع من مزاوله التجارة فهو بحاجة إلى الإعلان عن نفسه إلى جمهور المستهلكين . وهذا الإعلان يتم عن طريق تسمية يختارها لنفسه لتمييزه عن سائر المشروعات الأخرى وعنوان ثابت له ، ورقم تليفون وفاكس . أما على شبكة الإنترنت فإن هذا الإعلان يتم عن طريق

الـ Domain Name . فمع تزايد الأنشطة التجارية عبر شبكة الإنترنت فقد أصبح العنوان الإلكتروني وسيلة مهمة من الوسائل التي تتخذها المشروعات لإنتشارها وتعريف نفسها للجمهور حيث تعرض من خلال العنوان الإلكتروني منتجاتها وخدماتها ، فيقوم العنوان الإلكتروني بدور الإعلان عن المشروعات التجارية ، وقد استفادت المشروعات التجارية كثيراً من شبكة الإنترنت ومن انتشارها عالمياً فهذه الشبكة لاتعرف الحدود الجغرافية للدول .

ومن ناحية ثانية تظهر الأهمية الاقتصادية للعنوان الإلكتروني في قيامه بدور السوق للسلع والخدمات فالعنوان الإلكتروني تجاوز الدور الإعلاني للمشروعات ليقوم بدور كبير في تسويق وتصريف المنتجات والخدمات التي تقدمها تلك المشروعات . ففي معظم الحالات تهدف المشروعات من إنشاء مواقع لها إلى عرض منتجاتها وخدماتها عبر عنوانها الإلكتروني بحيث يمكن المستهلكين من شراء هذه المنتجات بطريقة مباشرة . فيتشابه العنوان الإلكتروني وفقاً لهذه الوظيفة بالمكان الذي يمارس فيه التاجر أعماله التجارية ، أو المكان المخصص لاستغلال تجارة أو صناعة معينة⁽²⁶⁾.

ومن ناحية ثالثة نجد أهمية العنوان الإلكتروني الاقتصادية تتمثل في قيامه بدور المميز للمشروعات التجارية فطبقاً لقاعدة " الأسبقية في التسجيل " والتي تقضي بأنه لا يجوز لأكثر من مشروع أن يكون له نفس العنوان الإلكتروني ومن ثم يكون لكل مشروع عنوان إلكتروني واحد يميزه عن غيره من المشروعات ، ويتم تسجيل هذه العناوين الإلكترونية طبقاً لهذه

القاعدة فيتميز كل مشروع بأن له موقع أو عنوان خاص به يميزه عن غيره من المشروعات الأخرى . ومن ثم يكون لكل مشروع عنواناً إلكترونياً واحداً يميزه عن غيره من المشروعات . وبفضل هذه القاعدة يستطيع المستهلك عن طريق هذا العنوان أن يتصل بصفحة الـ web لهذا المشروع ويتعرف من خلالها على أنشطة المشروع وما يقدمه من خدمات ومنتجات وبالتالي تحديد هوية تلك المشروعات التجارية . وتسهيلاً لحفظ موقع الشركة وتحديد هويتها تقوم الشركات باختيار عنوانها الإلكتروني من حروف بسيطة ترتبط بعلامتها الأصلية المعروفة بها حتى تضمن ارتباط المستهلك بعنوانها الإلكتروني . فهذا الارتباط بين العلامة التجارية والعنوان الإلكتروني يترك أثره الجيد في نفس وسلوك المستهلك ويربطه جيداً بعنوان المشروع

ففي مجال السيارات نجد أن العنوان الإلكتروني للسيارات ذات العلامة التجارية Toyota هو Toyota.com، وفي مجال كاميرات الفيديو نجد أن العنوان الإلكتروني Sony.com وهو مطابق للعلامة التجارية ، وفي مجال شركات الكمبيوتر العملاقة نجد شركة Oracle وهي من أكبر شركات قواعد البيانات الأمريكية ذات العنوان الإلكتروني Oracle.com الخ

ويتشابه دور العنوان الإلكتروني بهذه الوظيفة بدور عناصر الملكية الصناعية الأخرى كالعلامة والاسم والعنوان التجاري ، ويتمثل التشابه في أنها شارات أو علامات تستخدم إما لتمييز المنتجات التي تعرضها المشروعات أو لتمييز المنشآت ذاتها عن غيرها .

المطلب الثاني

أنواع العناوين الإلكترونية

نوع حقل الإنترنت أو موقع الإنترنت يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالاسم المطلق عليه وهذا الأخير يأخذ إحدى صورتين :

الصورة الأولى : اسم عام أو دولي

الصورة الثانية : اسم وطني أو محلي

وهذا معناه أن المواقع قد تكون عامة أو دولية وقد تكون وطنية أو محلية. وفيما يلي بيان لكل من الصورتين :

1 - أسماء حقول الإنترنت العامة أو الدولية⁽²⁷⁾ : (1تعرف باسم نطاقات

المستويات العليا ويطلق عليها اصطلاحاً (general Top-Level

Domains(gTLD، وهي تشير إلى أنشطة دولية عامة لا تنتمي إلى دولة

بعينها وإنما توجه بالدرجة الأولى إلى المستهلكين في جميع دول العالم .

وفي فترة معينة كانت هذه الأسماء تتمثل في عدد معين تغطي سبعة مجالات

ثلاثة منها متاح للجميع وأربعة متاحة بشروط محددة لجهات محددة كالتالي:

ثلاثة أسماء دومين متاحة للجميع بلا قيد أو شرط :

com -. وهو يشير إلى كل ما يتعلق بالأنشطة التجارية⁽²⁸⁾.

net -. وهو يتعلق بالشبكات المعلوماتية .

org -. ويتعلق بالمنظمات المختلفة التي لا تسعى لتحقيق الربح .

-أربعة أسماء دومين مقيد التسجيل بها وهي فئتان :

الأولى: أسماء مقصور التسجيل فيها على الولايات المتحدة الأمريكية

وهي :

gov -. ويخص الهيئات المختلفة التي تتكون منها الحكومة الأمريكية .

mil -. وهو خاص بهيئات الدفاع الأمريكية .

الثانية: أسماء مقصور التسجيل بها على من يستوفي شروط معينة وهي:

edu -. خاص بالهيئات والمعاهد التعليمية المانحة لمؤهلات دراسية .

int -. وهو يتعلق بالهيئات والمنظمات الدولية المختصة بعقد الإتفاقيات

الدولية .

إلى جانب هذه الأنواع السابقة تقدمت شركة IAHC⁽²⁹⁾ في فبراير

1997م بمشروع ينص على إنشاء سبعة أسماء أخرى تختلف بحسب

الأنشطة وتتمثل هذه الأسماء السبعة في :

firm -. يتعلق بالشركات التجارية ومجال الأعمال .

web -. وتخص إلى الأنشطة المتعلقة بالإنترنت .

nom -. تخص الأسماء والألقاب .

arts -. خاص بالفن والثقافة .

info -. وتشير إلى مجال بنوك المعلومات .

store -. يتعلق بخدمات طلبات البضائع .

rec -. خاص بأنشطة التسلية والترفيه .

وعلى الرغم من تقديم هذا المشروع إلا أنه لم يلق النور بسبب اعتراض الإدارة الأمريكية .

وخلال عام 2000م وافقت مؤسسة ICANN⁽³⁰⁾ على إضافة سبعة أسماء عامة لنطاقات عالية المستوى هي:

aero. - خاصة بالنسبة للنشاط الجوي.

biz. - تخص النشاط المهني.

coop. - تتعلق بالنشاط التعاوني.

name. - خاصة بالمواقع ذات الطابع الشخصي.

info. - تتعلق بالنشاط الإعلامي وبنوك المعلومات.

museum. - تخص المتاحف.

pro. - تشير إلى كل ما يتعلق بالنقابات المهنية.

وفي وقت لاحق وخلال عام 2005م وافقت المؤسسة السالفة الذكر على استخدام اسم post. بالنسبة للنشاط البريدي ، واسم travel. بالنسبة للنشاط السياحي .

وعلى الرغم من تقديم المشروع إلا أنه لم يطبق في 27 مارس عام 1997 كما كان متوقعا بسبب إعتراض الإدارة الأمريكية على هذا المشروع الذي تم في 30 يناير 1998 . فالإدارة الأمريكية لم تعترض على هذه العناوين في حد ذاتها وإنما اعترضت على المادة الرابعة من المشروع التي نصت على تعيين 28 هيئة أو جهة موزعة على سبع مناطق جغرافية في كل أنحاء العالم تسند إليها مهمة منح هذه العناوين . ويرجع اعتراض الإدارة

الأمريكية على هذه المادة أنها تنهى الاحتكار الذي كانت تمارسه الشركة الأمريكية Internic فى منح هذه العناوين . فإنشاء 28 هيئة مستقلة تمنح هذه العناوين سيقفل من أهمية اللجوء إلى الشركة الأمريكية . وفى تقريرها السنوى عام 2000 اقترحت شركة ICANN إنشاء أسماء جديدة ولكنها لم تصغ هذه الاقتراحات فى شكل مشروع ثم تم تكوين مجموعة عمل تتكون من 47 هيئة أو جهة وعدد كبير من الخبراء فى مجال العناوين التجارية الإلكترونية وذلك فى نوفمبر 2000 بهدف تقييم العناوين المتاحة واقتراح أسماء جديدة وقد تمخض عن هذا العمل اقتراح الأسماء الآتية :

kids. " 1 - " بالنسبة لموقع الأطفال .

union. " 2 - " بالنسبة لموقع النقابات .

health. " 3 - " بالنسبة لقطاع الصحة .

وفى نهاية هذه الإقتراحات تم اعتماد سبعة أسماء جديدة فقط هى :

biz. " 1 - " بالنسبة لقطاع الأعمال .

info. " 2 - " بالنسبة لمجال المعلومات.

pro. " 4 - " بالنسبة للنقابات المهنية .

nam. " 5 - " بالنسبة لكل ما يتعلق بالأسماء والألقاب .

aero. " 6 - " بالنسبة لكل ما يتعلق بالسفر.

ccop. " 7 - " بالنسبة لـ Business Cooperative Service Organizations.

ويتم منح العناوين الإلكترونية العامة عن طريق عقد يسمى عقد التسجيل يتم بين الشخص الذي يرغب في تسجيل هذا العنوان والجهة المختصة بمنحه . والجهة التي لها سلطة منح هذه الأسماء هي شركة الـ ICANN التي تكونت عام 1998 وأخذت مكان القلب بالنسبة لتسجيل وإدارة العناوين الإلكترونية . وقد وضعت هذه الشركة الكثير من القواعد والمبادئ الواجب اتباعها في تسجيل هذه العناوين في كل دول العالم ، وفي عام 1999 فوضت هذه الشركة اختصاصاتها إلى كثير من الشركات في أنحاء العالم بحسب موقعها الجغرافي⁽³¹⁾.

ويبدأ تسجيل العنوان الإلكتروني بتقديم طلب من الشخص أو المشروع الذي يرغب في التسجيل ، ويتم تقديم الطلب عن طريق إملاء استمارة التسجيل المتاح على العنوان الإلكتروني للشركة⁽³²⁾، ولا يترتب على التسجيل تحمل نفقات كثيرة فالأصل أن تسجيل العنوان الإلكتروني هو مجرد إضافة معلومات جديدة في قاعدة البيانات الأساسية .

2- أسماء حقول الإنترنت الوطنية أو المحلية :

تعرف باسم نطاقات المستويات العليا لرموز الدول ويطلق عليها اصطلاحاً Top country code –

(ccTLD Level Domains) حيث تتركز على تقسيم المستوى العالي لأسماء الدومين تقسيماً جغرافياً وهناك ما يزيد على 240 اسماً تدخل في إطار هذا التقسيم الجغرافي للمستوى العالي لأسماء الدومين ويقصد بها تلك الأسماء التي تنتهي

بحرفين يشيران إلى اسم الدولة التي تنتمي إليها هذه العناوين وهي لا تتقيد بحدود جغرافية فكل دولة موصولة على شبكة الإنترنت لها اسم موقع دولي فمثلا أسماء الحقول العمانية نجدها تنتهي بأول حرفين من كلمة Oman وهو ".om" وأسماء الحقول المصرية تنتهي بـ ".eg" ، وأسماء الحقول الفرنسية تنتهي بـ ".fr" وأسماء الحقول الأمريكية تنتهي بـ ".us" . والإنجليزية تنتهي بـ ".uk" وهكذا .

وغالبا ما تلجأ المشروعات إلى تسجيل عناوينها الإلكترونية أولا في مجالها الوطني فإذا ما حقق هذا التسجيل فائدة لها ، يبحث بعد ذلك عن تسجيل عنوان آخر دولي عام وغالبا ما يكون في المجال .com .
إدارة أسماء حقول الإنترنت في شبكة الإنترنت :

في البداية كان نظام تسجيل وإدارة عناوين المواقع حكرا على لجنة IANA⁽³³⁾ وتسمي هذه اللجنة بلجنة منح الأرقام على شبكة الإنترنت . ومهمتها إدارة نظام منح عناوين الأرقام في شبكة الإنترنت ، ولقد تفرع عن هذه اللجنة ثلاث هيئات

مهمتها إدارة ومسك سجلات عناوين المواقع عبر العالم وهي : Ncc بالنسبة لأوروبا و Apnic بالنسبة لآسيا والباسفيك بما في ذلك الصين وكوريا وأستراليا و Internice بالنسبة للولايات المتحدة الأمريكية والدول الأخرى غير المشمولة في الهيئتين السابقتين .

حيث يقوم هذا النظام على تقسيم الكرة الأرضية إلى قطاعات أو مناطق هرمية لا مركزية يطلق عليها المساحات أو المجالات الفضائية المرسومة لغرض منح الأسماء ، وتسمى اصطلاحاً بعناوين المستوى الأول الأعلى Top level Domains ، ويسمح لأفراد ولهيئات أو مكاتب منتشرة في هذه المناطق بتولي مهمة إدارة عناوين مواقع الإنترنت الخاصة بكل قطاع أو منطقة وغالباً ما يكون هذا التقسيم هو ذاته المعتمد للدول⁽³⁴⁾، إلا أنه ولعجز نظام العنونة الذي كان قائماً وعدم قدرته على التحكم في المنازعات والصعوبات التي نشأت في هذا المجال وانسجاماً مع توجه الحكومة الأمريكية نحو تخصيص نظام منح عناوين المواقع في شبكة الإنترنت DNS⁽³⁵⁾ وهو نظام يسمح بحفظ كل عنوان بروتوكول إنترنت في هيئة نطاق اسم ، ومهمته مساعدة مستخدمي الإنترنت على الوصول إلى ما يبحثون عنه في رحاب الإنترنت حيث يتولى ترجمة الاسم الذي نكتبه باستخدام الحروف إلى العنوان الرقمي المقابل له وبالتالي الاتصال بالموقع المطلوب الذي نرغب في زيارته . كما يساعد هذا النظام على تشغيل البريد الإلكتروني بالشكل الصحيح بحيث تصل الرسائل إلى المرسل له المقصود .

من هذا المنطلق تأسست عام 1998م مؤسسة الإنترنت لمنح الأسماء والأرقام والمعروفة باسم "آيكان" ICANN⁽³⁶⁾ وهي مؤسسة أمريكية خاصة من فئة المؤسسات غير الربحية مقرها مدينة لوس أنجلوس بولاية كاليفورنيا

، مهمتها الأساسية تقوم على التحكم في الأسماء والأرقام وبالتالي السيطرة على آلية المعاملات والاتصالات عبر شبكة الإنترنت. وفي ذات العام وقعت هذه المؤسسة مذكرة تفاهم مع وزارة التجارة الأمريكية ترمي إلى إيجاد نظام للعضوية والانتساب إلى ICANN يؤمن تمثيلا واسعا لمستخدمي الإنترنت المنتشرين حول العالم عن طريق ابتكار آليات وقواعد جديدة في منح عناوين المواقع تأخذ في الحسبان البعد الدولي لشبكة الإنترنت.

وبموجب هذا النظام الجديد⁽³⁷⁾ استمرت لجنة منح الأرقام في الإنترنت IANA في تولي عناوين المواقع بالنسبة إلى القطاعات التي ترمز إلى أسماء الدول "ccTLD" في حين انتقلت صلاحية منح عناوين المواقع المستقلة من مؤسستي Internic و Nic إلى أكثر من خمسين مكتبا متخصصا تعمل تحت إشراف ICANN ويتوزع على سبع مناطق حول العالم .

وقد أصدرت ICANN منذ تأسيسها عدة تقارير تضمنت توزيعا جديدا لأسماء الحقوق وآليات جديدة في أصول منحها وكيفية حل المنازعات بشأنها ، والتي بوشر في تنفيذها اعتبارا من العام 1999م.

وقد اتخذت الـ ICANN منذ نشأتها مجموعة من الأنشطة نذكر منها :

1 - إعداد وتبنى سياسة موحدة لتسوية المنازعات المتعلقة بأسماء النطاقات أو الحقوق لحل تلك المنازعات المتعلقة بالقرصنة الإلكترونية أو السطو الإلكتروني أي تسجيل أسماء الحقوق بسوء نية على نحو مخل

بالعلامات التجارية وذلك استناداً إلى توصيات من المنظمة العالمية للملكية الفكرية .

2 - تأسيس مجموعات عمل لإجراء دراسات حول مسائل معينة مثل استحداث أسماء نطاقات متعددة اللغات وتنسيق قاعدة بيانات أسماء النطاقات بشأن التسجيل والبحث والمسائل المتعلقة بترقيم بروتوكولات الإنترنت وغيرها .

3 - الاضطلاع بعملية اختيار سبعة نطاقات جديدة للمستويات العليا العامة والسابق الإشارة إليها ، وهذه هي التوسعة الأولى لنطاقات المستويات العليا العامة منذ إعداد نظام أسماء النطاقات .

وبالنسبة للولايات المتحدة الأمريكية فقد أسندت هذه المهمة لشركة Inter NIC والتي تدار فعلياً عن طريق شركة Network Solution ومقرها في ولاية فرجينيا الأمريكية .

ويبدأ تسجيل العنوان الإلكتروني بتقديم طلب من الشركة أو المشروع الذي يرغب في التسجيل عن طريق ملء استمارة التسجيل المتاحة علي العنوان الإلكتروني للشركة⁽³⁸⁾، ويتكلف التسجيل مبلغاً زهيداً قدر عام 1998 بثلاثين دولاراً أمريكياً للسنة الواحدة وسبعون دولاراً أمريكياً للسنتين ومائة وخمسون دولاراً لخمس سنوات وتدفع بواسطة بطاقات الدفع الإلكتروني كالفيزا والماستر كارد⁽³⁹⁾.

موقف مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري من العنوان الإلكتروني :

خصص المشرع المصري الفصل السادس من مشروع القانون لتنظيم أحكام أسماء الدومين وذلك نظراً لأهميته في مجال التجارة الإلكترونية حيث يعبر اسم الدومين أو اسم الموقع أو اسم الحقل الإلكتروني أو العنوان الإلكتروني عن موقع أو عنوان على شبكة الإنترنت - يستخدم لغرض تجارى يتعلق بشركة أو مؤسسة أو مجموعة اقتصادية ، ويقوم المستخدم بالتجول عبر شبكة الإنترنت من خلال إما من خلال شركة Microsoft أو شركة Netscape .

وقد تناولت المادة (12) من مشروع القانون الجهة المختصة بمنح التراخيص لأصحاب الشأن لتسجيل أسماء الدومين وهى مركز المعلومات ودعم إتخاذ القرار فكان لابد من توحيد سلطة الترخيص بمنح أسماء الدومين وذلك منعاً لتكرار هذه الأسماء وتفادياً من اعتداء الغير على الحقوق اللازمة للأسماء والعلامات التى سبق تسجيلها ، وقد يتم تخويل جهات أخرى سلطة منح هذه الأسماء وفقاً لضوابط معينة سينص عليها القانون⁽⁴⁰⁾.

بينما تناولت المادة (13) من مشروع القانون مبدأ احترام أسبقية التسجيل حيث تكون الأولوية لاسم الدومين الأسبق فى التسجيل وهو مبدأ منصوص عليه فى قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002 فى الكتاب الثانى الخاص بالعلامات والبيانات التجارية وذلك ما لم يثبت سوء نية صاحب الحق فى التسجيل⁽⁴¹⁾. وبالتالي نجد تشابه التنظيم الخاص

بأسماء الدومين مع التنظيم الخاص بالعلامات التجارية ، فإذا ثبت أن من استفاد بقاعدة الأسبقية كان سيئ النية وتعتمد الإضرار بصاحب اسم الدومين الأصلي ، فإن لصاحب الحق حسن النية أن يطالب بإبطال تسجيل اسم الدومين لأول وإعادة تخصيص الاسم له وكذلك المطالبة بالتعويض متى كان له مقتضى . ونجد أن المادة (14) قد حددت رسوماً لتسجيل اسم الدومين الواحد بمبلغ خمسمائة جنيه مصرى وذلك للتأكد من جدية طلب تسجيل اسم الدومين ومنعاً لوسائل التلاعب أو للإضرار بأصحاب أسماء دومين مسجلة بالفعل والتعدي عليها .

المطلب الثالث

علاقة العنوان الإلكتروني بعناصر الملكية الصناعية

لما كان العنوان الإلكتروني يعد من العلامات الرقمية ولا وجود له خارج الإطار الرقمي حتى ولو لوحظ امكانية استخدام الوسائل المادية في عرضه ، حيث يتم حجز هذا النطاق وتسجيله عبر الإنترنت ومن ثم يتم تخزينه أصالة في خوادم ومضيفات رقمية ، لذا فإن المنطق الطبيعي للأمر أنه يدخل في إطار التنظيم القانوني لموضوعات الملكية الفكرية ، فنظام العلامات التجارية هو جزء لا يتجزأ من نظام الملكية الفكرية العالمي ، فالدور الذى يؤديه العنوان الإلكتروني يتشابه مع الدور الذى تؤديه عناصر الملكية الصناعية فى مجملها فكل هذه العناصر تقوم بتحديد هوية المشروع وتمييزه عن غيره من المشروعات⁽⁴²⁾ بحيث يكون من السهولة على المستهلك التعرف

على هذا المشروع إما من خلال المنتجات والخدمات التي يعرضها أو من خلال اسمه أو عنوانه التجارى ، فالعلامة التجارية تقوم بتمييز المنتجات والخدمات التي تقدمها المشروعات عن غيرها من المنتجات . أما العنوان الإلكتروني يقوم بتمييز المشروع ذاته وذلك بتحديد الموقع الخاص بالمشروع على شبكة الإنترنت ويتم من خلاله عرض كافة منتجات وخدمات ذلك المشروع .

وعلى الرغم من تشابه العنوان الإلكتروني والاسم التجارى فى أن كلا منهما يمنح مالكة حماية مؤقتة فوفقاً للمادة التاسعة من قانون السجل التجارى المصرى رقم 34 لسنة 1976 يستطيع التاجر أن يجدد قيد اسمه التجارى كل خمس مرات من تاريخ القيد الأول أو من تاريخ آخر تجديد له ، ومن ثم فالحماية التي يمنحها الاسم التجارى لمالكه هى حماية مؤقتة بخمس سنوات إلا إذا تم تجديده بعد ذلك .

ونفس الأمر فى حالة العنوان الإلكتروني فالحق الذى يمنحه لمالكه محدد بمدة عامين ما لم يتم تجديده لمدة عامين آخرين . وأيضاً اكتساب العنوان الإلكتروني والاسم التجارى يتم عن طريق التسجيل . فوفقاً للمادة الثالثة من قانون الأسماء التجارية المصرى الصادر رقم 55 لسنة 1951 يتقرر حق الملكية على الاسم التجارى بقيدته فى السجل التجارى المخصص لذلك وشهر هذا الاسم فى جريدة الأسماء التجارية ، ويعتبر التسجيل قرينة قاطعة على ملكية الاسم لا تقبل إثبات العكس⁽⁴³⁾، فلا يجوز الإدعاء باستخدام سابق لهذا الاسم فالعبرة بتسجيل الاسم التجارى لا باستخدامه ، ولا يختلف الأمر

بالنسبة للعنوان الإلكتروني ، فلا يمكن استخدام هذا العنوان دون استخدامه .
فحق هذا العنوان يرتبط بتسجيله لدى الشركة المختصة وفقاً لقاعدة
الأسبقية في التسجيل .

وفى بعض الحالات نجد أن العنوان الإلكتروني للمشروع التجارى هو
مجرد مكان للدعاية والإعلان عن وجود هذا المشروع ومن ثم يتم تسجيل
عنوان المشروع ورقم تليفونه والفاكس الخاص به وبريده الإلكتروني وغير
ذلك من البيانات التى تحدد هوية المشروع ، ولا يتم استخدام هذا العنوان
الإلكترونى فى عرض لأنواع المنتجات والخدمات الذى يقدمه لجمهور
العملاء ، وهنا يبدو الفرق الواضح بين الاسم التجارى والعنوان الإلكتروني
فى هذه الحالة لأن الاسم التجارى يقوم بتمييز المشروعات التجارية عن
غيرها من المشروعات الأخرى التى تعمل فى نفس مجال الأنشطة التجارية
أو فى مجال أنشطة مختلفة⁽⁴⁴⁾، كما يبدو هذا الفرق أيضاً بين كل من الاسم
التجارى والعنوان الإلكتروني ويتمثل هذا القارق فى مدى الزام القانون
للتاجر أو للمشروع باتخاذ عنواناً إلكترونياً للمشروع من عدمه ، فعلى
الرغم من الأهمية والمنفعة الاقتصادية لتسجيل عنوان إلكترونى للمشروع ،
إلا أن القانون لايلزم المشروعات باتخاذ عنواناً إلكترونياً لها ، بينما نجد أن
قانون الأسماء التجارية المصرى رقم 55 لسنة 1951 فى مادته الأولى
والخامسة يلزم كل تاجر سواء كان فرداً أو منشأة تجارية بأن يتخذ اسماً
تجارياً له ، فالتاجر أو المشروع ليس حراً فى اختيار اسم تجارى لمشروعه

كما أن العنوان الإلكتروني له مجال دولي مثل العناوين التي تسجل في المجال com. أو net .

فالعنوان الإلكتروني يقوم بتمييز المشروعات والهيئات عبر شبكة الإنترنت التي تتميز بصفة الدولية أو العالمية ، أما الاسم التجارى فنطاقه وطنى ، بينما الاسم التجارى يرتبط دائماً بالمحلات التجارية وما تمارسه من أنشطة تجارية بينما العنوان الإلكتروني فإنه لا يميز بالضرورة المشروعات التجارية فقد يستخدم لتحديد موقع منظمة دولية أو هيئات لا تمارس أنشطة تجارية ولا تسعى إلى تحقيق الربح وقد يتم تسجيله عن طريق أشخاص خاصة ، ونجد أن هناك أنواعاً متعددة من العناوين الإلكترونية سواء الدولية أو الوطنية التي تميز هيئات ومنظمات عامة لا تمارس أنشطة تجارية ومن أمثلة هذه العناوين التي تنتهى بـ net. و org. و info. مثل موقع هيئة الأيكان وهو Ican.org وموقع الأونسيترال Uncitral.org .

وإذا كانت العلامات التجارية تمنح لمن يقدم طلب تسجيلها أولاً كما هو الحال فى العناوين الإلكترونية إلا أن تسجيل العلامة التجارية يسبقه أولاً مرحلة إيداع طلب التسجيل فصاحب المشروع الذى يرغب فى تسجيل علامة تجارية باسم مشروعه عليه أن يودع طلب التسجيل لدى مصلحة التسجيل التجارى وذلك وفقاً لأحكام قانون الملكية الفكرية المصرى (م/64)⁽⁴⁵⁾، وبالإجراءات التى تحددها اللائحة التنفيذية له . ويخضع الطلب بعد ذلك لفحص من جانب هذه المصلحة التى تتأكد

من توافر الشروط المطلوبة ثم تصدر قرارها بالقبول أو الرفض . ويجوز للمصلحة أن تصدر قراراً مسبباً بتكليف طالب التسجيل بإجراء تعديلات لازمة على العلامة حتى تقبل تسجيلها ، وذلك لتحديدتها وتوضيحها لتفادي التباسها بعلامة أخرى سبق تسجيلها أو تقديم طلب بذلك (م/77) من قانون الملكية الفكرية⁽⁴⁶⁾.

حيث يتم فحص العلامة التجارية موضوع طلب التسجيل ومقارنتها بالعلامات المسجلة أو المقدم عنها طلب تسجيل في تاريخ أسبق وذلك من واقع قاعدة بيانات إدارة العلامات التجارية المصرية أو المشهورة عالمياً للتأكد من عدم وجود تشابه يؤدي إلى وقوع لبس أو تضليل لدى المستهلك العادي ، فتسجيل العلامة التجارية يعد مجرد قرينة على ملكية العلامة التجارية طالما اقترن ذلك باستعمالها خلال الخمس سنوات التالية على التسجيل ، ويقع عبء إثبات سبق استعمال العلامة التجارية على من يدعى ذلك بعد تسجيلها ويجوز الطعن أمام محكمة القضاء الإداري ببطلان تسجيل العلامة التجارية خلال الخمس سنوات لتسجيلها ممن يدعى سبق تسجيلها ، ويجوز الطعن ببطلان تسجيل العلامة دون التقيد بأي مدة بشرط إثبات أن التسجيل تم بسوء نية (م/65 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002) .

أما تسجيل العنوان الإلكتروني فإنه يمر بمرحلة التسجيل مباشرة دون أن يسبقه إيداع طلب التسجيل فلا يتطلب لتسجيل هذا العنوان أن يودع المشروع أو الشخص طلباً بتسجيل هذا العنوان يتم فحصه من جانب الشركة

المختصة بالتسجيل ، فليس على ذوى الشأن سوى ملء الطلب الموجود على موقع الجهة المختصة بالتسجيل سواء بالنسبة للعناوين الإلكترونية العامة أو العناوين الوطنية ودفع الرسوم المطلوبة للتسجيل ، فإذا كان العنوان متاحاً ولم يسبق تسجيله فسيجد المشروع الطالب إجابة بالموافقة على طلب التسجيل والعكس صحيح . فلا تقوم الشركات المختصة بفحص الطلبات المقدمة بالمعنى المفهوم فى تسجيل العلامات التجارية ولا يجوز لهذه الشركات أن تطلب من مقدم الطلب إضافة أية تعديلات على العنوان لتوضيحه أو لتفادى التباسه بعنوان آخر ولهذا لا يمر تسجيل العنوان الإلكتروني بمرحلة إيداع طلب التسجيل الذى يمر به تسجيل العلامة التجارية . بينما فى حالة تسجيل العلامة التجارية يجب أن تتحقق جهة التسجيل من أن مودع طلب التسجيل له الحق فى هذا الطلب ، أى أنه صاحب المشروع الذى يرغب فى تسجيل العلامة التجارية له وللجهة المختصة أن تتحقق من شخصية طالب التسجيل وأن تطلب ما تراه لازماً من المستندات لإثبات حقه فى إيداع الطلب كما يجب على تلك الجهة أن تتأكد من أن تسجيل العلامة التجارية لا يتضمن أى اعتداء على حقوق سابقة للغير . ويجيز المشرع المصرى لكل ذى شأن أن يعترض على تسجيل العلامة التجارية إذا كان التسجيل يضر بحقوق مشروعة سابقة على حقوق مقدم الطلب وذلك خلال ستون يوماً من تاريخ نشر القرار بالتسجيل (م/2/80) من قانون الملكية الفكرية⁽⁴⁷⁾.

كما نجد أن الحماية المقررة لكل من العلامة التجارية والعنوان الإلكتروني هي حماية مؤقتة بمدة معينة لا حماية مطلقة ، ففي العلامة التجارية نجد المادة (90) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصرى رقم 82 لسنة 2002 قد جعل هذه المدة عشر سنوات تبدأ من تاريخ تقديم طلب تسجيل العلامة التجارية⁽⁴⁸⁾.

والأمر لا يختلف بالنسبة للعنوان الإلكتروني فمدة الحماية المقررة لمسجل العنوان الإلكتروني هي سنتان تبدأ من تاريخ تقديم طلب التسجيل إلى الجهة المختصة بتسجيله ، ويجوز لصاحب الحق فى هذا العنوان أن يقدم طلباً بتجديده فى نهاية السنة الثانية .

بينما يختلف الوضع فى حالة تسجيل العنوان الإلكتروني فلا تتطلب الجهات المختصة بالتسجيل من طالب التسجيل أن يقدم ما يفيد ملكيته للمشروع الذى يرغب فى تسجيل العنوان الإلكتروني له . فيكفى أن يكون العنوان متاحاً حتى توافق على التسجيل ولو لم يكن صاحب المشروع ، فإثبات الملكية غير ضرورى لصحة تسجيل العنوان الإلكتروني .

وتحرص الشركات المختصة بالتسجيل دائماً على النص فى مشارطات تسجيل العناوين الإلكترونية على أن تعفى نفسها من إجراء أى بحث عن وجود حقوق للغير سابقة لعملية التسجيل .

وتلقى الشروط عبء هذا البحث على مقدم طلب التسجيل بحيث يكون مسئولاً فى حالة مخالفة حقوق الغير بسبب التسجيل .

هذا الوضع نجده في مشاركة التسمية التي تحكم منح العناوين الإلكترونية في الإقليم الفرنسي التي تنتهي بالمقطع "fr." والتي أصدرتها شركة⁽⁴⁹⁾ Afnic⁽¹⁾ وهي الشركة التي تمنح العناوين الإلكترونية في فرنسا وقد اعتمدت شركة afnic عدداً من الموردين أسندت إليهم مهمة تلقي طلبات التسجيل وفحصها والتأكد من أن العنوان المطلوب تسجيله يطابق القواعد الخاصة بالتسجيل ، أى أن تسجيل العناوين الوطنية الفرنسية يمر بشكل إجبارى عن طريق وسيط وهو أحد الموردين⁽⁵⁰⁾ والمطبقة في 26 يناير 2001 ، فقد جاء في هذه المشاركة أن هذه الشركة لا تجرى أى بحث عن أسبقية العنوان وعلى مقدم طلب التسجيل أن يتأكد من أن عنوانه الإلكتروني لا يعتدى على حقوق الغير المشروعة .

فاسم الدومين هو عنوان متفرد لموقع على شبكة الإنترنت يسمح بتحديد الموقع وتمييزه عن غيره من المواقع ، فهو مثل العلامة التجارية والاسم والعنوان التجارى فهو يمثل عنصراً جديداً من عناصر الملكية الصناعية يضاف إلى العناصر القائمة لتمييز المشروعات التجارية عبر شبكة الإنترنت ، وإن كان هناك بعض الاختلافات بينه وبين العلامة التجارية وهذا يرجع إلى أن اسم الدومين يقوم بدور عناصر الملكية عبر شبكة الإنترنت ، ومن أهم هذه الاختلافات أن حق مسجل اسم النطاق أو مسجل العنوان الإلكتروني يمثل حقاً مطلقاً بينما حق مالك العلامة التجارية يمثل حقاً نسبياً ، إذ أن مجرد تسجيل اسم النطاق في مجال معين

مثل com. يترتب عليه امتناع الغير عن استخدام نفس اسم النطاق حتى ولو كان لتمييز منتجات أو مشروعات تتعامل فى أنشطة مختلفة⁽⁵¹⁾.

فإذا قامت شركة بتسجيل عنوانها على شبكة الإنترنت فى المجال com. باسم nokia.com وهى من كبرى شركات الاتصالات فى العالم ، فإنه يمتنع على هذه الشركة ذاتها أو أى شركة أخرى أن تسجل نفس هذا العنوان حتى ولو اختلفت طبيعة الأنشطة ، فلا يجوز لشركة أخرى تتعامل فى مجال السيارات مثلاً أن تستخدم هذا العنوان فى نفس المجال وذلك لأن حق العنوان الإلكتروني يعد حقاً مطلقاً .

بينما يتميز حق مالك العلامة التجارية بأنه حق نسبى يتحدد بطبيعة المنتجات التى يتم وضع العلامة التجارية عليها ، ومن ثم يجوز لأى مشروع آخر أن يستخدم ذات العلامة لتمييز منتجات أخرى غير مماثلة أو شبيهة بالمنتجات الأولى ، ومن أمثلة ذلك نجد أن سلعة مثل السجائر المصرية تستخدم رأس كليوباترا كعلامة تجارية لها لتمييزها عن بقية أنواع السجائر الأخرى وفى الوقت نفسه نجد منتج آخر يختلف كلية عن طبيعة نشاط السجائر ألا وهو السيراميك يستخدم نفس العلامة التجارية المتمثلة فى رأس كليوباترا لتمييز هذا النوع من السيراميك عن غيره من أنواع السيراميك فى الأسواق ، ولا يجوز لصاحب العلامة الأولى المسجلة أن يمنع الغير من استخدام هذه العلامة .

وينطبق نفس القول على الاسم التجارى الذى يتمتع أيضاً بالحق النسبى فيما يتعلق بنوعية التجارة التى يمارسها التاجر فى متجره ، حيث من الجائز أن

يتخذ التاجر اسماً تجارياً لتمييز محله الذى يعمل فى مجال معين مثل الذهب،
بينما نجد محلاً

آخر يستخدم نفس الاسم ولكن فى نشاط آخر مثل بيع المأكولات الغذائية أو
مجال الكهرباء أو غير ذلك من الأنشطة .

ونجد أن اسم النطاق أو العنوان الإلكتروني يعد أحد العناصر المعنوية
للمشروع التجارى على شبكة الإنترنت فى التجارة الإلكترونية مثله مثل
العنوان التجارى والاسم التجارى والعلامة التجارية للمحل التجارى فى
التجارة التقليدية ، ومن خلال اسم النطاق فإن المشروع التجارى على شبكة
الإنترنت يكتسب شهرة وقيمة اقتصادية كبيرة تساعد على جذب العملاء لهذا
المشروع .

ويلتزم مسجل العنوان الإلكتروني بدفع مبالغ سنوية إلى الهيئة المختصة
بالتسجيل وإلا سقط حقه فى استخدامه وأصبح العنوان الإلكتروني متاحاً
للجميع مرة أخرى يستطيع أى مشروع أو شخص أن يسجله .

كما أن مسجل العنوان الإلكتروني لا يستطيع أن يتنازل عنه لغيره ، فإذا أراد
صاحبه أن يتنازل عنه لغيره فعليه تركه كلية بحيث يعود العنوان حراً متاحاً
إلى الجميع ، فإذا أراد أحد الأشخاص الحصول عليه فعليه أن يتقدم بطلب
من جديد إل هذه الشركة وفقاً لشروط التسجيل التى سبق أن اتبعها مسجل
العنوان الأول . حيث نجد أن معظم مشارطات التسمية التى يتم تسجيل

العنوان الإلكتروني وفقاً لأحكامها تحظر تنازل مسجل العنوان الإلكتروني عنه للغير .

وإذا كان منح العنوان الإلكتروني يتم بمقتضى عقد يبرم بين الجهة المختصة بتسجيله ومنحه وبين الشخص أو المشروع الراغب فى التسجيل ، فلا يمكن القول بأن الجهة المختصة بالتسجيل كانت تملك العنوان الإلكتروني قبل تسجيله ، فالأصل أن الشخص أو المشروع هو الذى يختار العنوان الذى يتمشى مع علامته ثم يقوم بدفع رسوم التسجيل ، ولا تقوم الجهة المختصة ببيع هذا العنوان فى مقابل ثمن

دفعه وإنما ما دفعه هو مجرد رسوم تسجيل ، هذا بالإضافة إلى أنه إذا تم إلغاء العنوان لأى سبب فلا يعود إلى الجهة المختصة بتسجيله وإنما يصبح شيئاً متروكاً ومعروضاً لجميع مستخدمى شبكة الإنترنت ومن ثم يجوز لأى منهم أن يقوم بتسجيله من جديد .

فالعنوان الإلكتروني يقوم بدور المميز للمشروع الذى يختاره عنواناً له ، فالشركات والمشاريع تعرف من خلال عنوانها الإلكتروني الذى تختاره على شبكة الإنترنت الذى لا يتشابه مع أى عنوان مشروع أو شركة أخرى ، فالعنوان الإلكتروني بهذه الوظيفة يعد وسيلة لربط العميل بمشروع معين لتمييز موقعه وما يعرضه عليه من منتجات وخدمات .

إن أى نظام حاسوب متصل بالشبكات يحتاج بالضرورة إلى آلية معينة لكي يمكن أن يتواصل مع غيره من أى حاسوب آخر أو عدة حواسيب ، فإذا قام

أحد الأشخاص بارسال رسالة إلكترونية مثلاً إلى شخص آخر ، فإن النظام الحاسوبي يستقبل هذه الرسالة في الوقت الذي يجب أن يكون لديه ما يمكنه من إحداث التواصل مع الشبكات وصولاً إلى المرسل إليه . فالنظام الحاسوبي هنا يحتاج إلى ما يمكنه من الوصول إلى خادم البريد الإلكتروني أو غيره من الخوادم المضيفة وبحيث يمكن توجيه البيانات مباشرة من خلالها ومن ثم إلى الخادم المستهدف وهنا نجد أنه لا بد من الاستعانة بأسلوب رقمي يقرر كيفية التواصل بين حاسوب وآخر .

فالعنوان الإلكتروني على هذا النحو هو " اسم ينفرد به حائزه عبر الانترنت مهمته تحديد المواقع والصفحات على شبكة الإنترنت . وهو جزء من URL الذي يتعامل مع الخادم الذي يتتبع طلب الصفحة أو الموقع، ومن حيث الشكل هو عبارة عن سلسلة من الكلمات يفصل بينها نقاط تتولى تعريف عنوان بروتوكول الإنترنت" .

أو أنه هو الأسلوب المتبع والذي يتميز بالسهولة حين إقامة علاقة (طبيعية) بين المواقع باستخدام الإنترنت. ومثال ذلك كتابة نطاق الاسم التالي www.arado.org.eg . حيث يتم تحديد خريطة الوصول إلى موقع ما باستخدام نطاق معين يعمل كعنوان مسار لموقع ما عبر الإنترنت . ويقوم نظام نطاق الأسماء DNS بترجمة أسماء الإنترنت (الأحرف) إلى أرقام لبروتوكول الإنترنت اللازمة لتراسل المعلومات عبر الشبكات.

ومن الناحية القانونية فإن العنوان الإلكتروني هو "علامة تأخذ مظهر اندماج الأرقام والحروف بحيث يتولى هذا المظهر تحديد مكان حاسوب أو موقع أو صفحة عبر الإنترنت ، وهو يتكون من ثلاث مقاطع هي :

المستوى العالي أو العام الذي يتولى تحديد طبيعة الجهة التي يتم الاتصال معها

ومستوى ثان ويتناول العلامة التجارية أو الاسم المختار مثل Arado أو اسم فرد ما ...الخ

ومستوى ثالث وهو يتناول تحديد خادم مضيف محدد يتم التعامل معه مثل خادم الويب⁽⁵²⁾ "www".

المبحث الثانى

السطو الإلكتروني

جرائم التجارة الإلكترونية إما أنها تقع على المضمون كالاعتداء على التوقيع الإلكتروني أو أنها تقع على الوسائل الإلكترونية المستخدمة في التجارة الإلكترونية كالاعتداء على حقول الإنترنت وأسماء الدومين أو السطو على أرقام البيانات الائتمانية .

فالسطو الإلكتروني يعنى قيام أحد الأفراد أو إحدى المشروعات بتسجيل عنوان إلكترونى على شبكة الإنترنت لعلامة تجارية لا يملك هذا الفرد أو هذا المشروع أى حق قانونى على تلك العلامة التجارية وذلك بنية الإضرار بمالك العلامة التجارية الأصلية وابتزازه عن طريق القيام بإعادة بيع العنوان الإلكتروني الذى سبق تسجيله إلى هذا المالك مرة أخرى بثمن مغالى فيه ، وبالطبع يعتمد هذا القرصان على اختياره للعنوان الإلكتروني مدى شهرة العلامة التجارية التى يتخذها عنواناً إلكترونياً له وأيضاً على الخلط واللبس فى أذهان الجمهور المتولد من اختياره العلامات التجارية المشهورة ليقوم بتسجيل عناوين إلكترونية تمثلها فهو يعتمد على أن مالك العلامة المشهورة حرصاً منه على سمعة علامته سوف يسعى للتفاوض معه بهدف استرداد هذا العنوان بأى ثمن يطلبه القرصان .

وتزداد القرصنة أو السطو الإلكتروني بالنسبة للعناوين الإلكترونية العامة مثل التي تنتهي بـ .com أو .net أكثر من العناوين الوطنية ، فالعناوين العامة مجال يجذب الأشخاص والمشاريع مما يساعد على الاعتداء على العلامات التجارية . والسبب في ذلك يرجع إلى أمرين الأول هو شهرة هذه العناوين ومعرفتها لدى أكثر المتعاملين مع شبكة الإنترنت بينما الأمر الثاني يتمثل في قلة الرقابة السابقة على منح العناوين الإلكترونية بالنسبة لهذه العناوين بينما يختلف الأمر بالنسبة للعناوين الوطنية التابعة للدول التي تتطلب لصحة تسجيل العنوان الإلكتروني تقديم شهادة تفيد ملكية العلامة .

فمن صور السطو الإلكتروني جرائم السطو على أرقام البطاقات الائتمانية التي تعد إحدى الخدمات المصرفية التي استحدثتها الفن المصرفي في الولايات المتحدة الأمريكية منذ قرابة ثلاث وخمسين سنة وتقوم هذه البطاقات أساساً على فكرة الائتمان لافتراضها وجود فاصل زمني بين تقديم مانح الائتمان لوسائل الوفاء لعملية الشراء وبين استرداد تلك الوسائل .

فبعد التطور الكبير التكنولوجي في مجال الاتصالات وظهور التجارة الإلكترونية وانتشارها الكبير واعتماد الكثير من الناس في شراء حاجاتهم على شبكة الإنترنت امتد نشاط هذه البطاقات إلى شبكة الإنترنت الذي شكّل عملية متسارعة لكونه يعد إحدى الطرق السهلة لشراء كل شيء تقريباً فالتسوق عبر شبكة الإنترنت أصبح يتم في أي مكان على الأرض وفي أي وقت دون حاجة إلى مغادرة المنزل أو المكتب ، فكل ما يحتاجه الشخص هو اتصال بالإنترنت وبطاقة ائتمان سارية المفعول .

إلا أن استعمال هذه البطاقات على الشبكة يثير مشاكل كبيرة على عكس الدفع العادي الذي يتم مباشرة بين البائع والمشتري في دقائق معدودة ، فالتعامل بهذه البطاقات في ساحة الإنترنت يكون عبر فضاء مفتوح لأن من يقوم بالدفع ببطاقته هو في حقيقة الواقع يتعامل مع مئات الآلاف ممن يحاولون اصطياد بيانات هذه البطاقة وأرقامها ليقوموا باستعمالها في مشترياتهم ، وانعدام عملية التوقيع على النموذج الورقي لبطاقة الدفع يثير أيضا مشاكل أخرى لأن مطابقة التوقيع على النموذج الأرضي لبطاقة الدفع يكون دافعا لكشف سارقها في حين أن التعامل مع الإنترنت لهذه البطاقة لا يكشف هوية مستعملها وتوقيعه .

فشخص موجود في إيطاليا مثلاً يستطيع سرقة بيانات بطاقة شخص آخر موجود في مصر عندما يقوم هذا الأخير باستعمالها في الشراء عبر إحدى المواقع المنتشرة على شبكة الإنترنت وبالتالي يمكن أن يستعملها الشخص الأول في عمليات شراء من مواقع أخرى موجودة على الشبكة وفي أي وقت ومن أي مكان . من هنا كان ظهور أحد أهم وأخطر صور الأنشطة الإجرامية المستحدثة التي تقع على البطاقات الائتمانية ألا وهو السطو على الأرقام والمعلومات الخاصة بتلك البطاقات واستخدامها فيما بعد استخداماً غير مشروع من قبل الغير .

ففي اليابان ألقت الشرطة القبض على رجلين قاما بسرقة 16 مليون ين من حساب عميل أحد البنوك بعد تمكنهما من سرقة بيانات بطاقته الائتمانية خلال تردهما على مقاهي الإنترنت⁽⁵³⁾، وفي الولايات المتحدة الأمريكية وجه

مكتب التحقيقات الفيدرالية الإتهام إلى ثلاثة أشخاص لحصولهم على بيانات بطاقات ائتمانية من خلال أجهزة الحاسب الآلي ، واستغلالها في سرقة نحو ثلاثة ملايين دولار من حسابات مصرفية لأكثر من ثلاثين ألف شخص ، وتعد هذه الوقائع حسبا جاء على لسان ممثل الادعاء العام في ولاية نيويورك أكبر قضية سرقة بالحاسب الآلي في تاريخ الولايات المتحدة الأمريكية⁽⁵⁴⁾.

إلا أن هذه الميزة الإيجابية لعملية الشراء باستخدام شبكة الإنترنت قبلها استغلال غير مشروع لمواطن الضعف التي كشف عنها التطبيق العملي لهذا النظام ، حيث أصبحت الأرقام والبيانات الخاصة بتلك البطاقات المنقولة عبر شبكة الإنترنت عرضة للالتقاط غير المشروع من قبل الغير ، وبالتالي الاعتداء على الذمة المالية لصاحب البطاقة أو البنك المصدر لهذه البطاقة ، ففي عام 2000م ألقت الأجهزة الأمنية بإحدى الدول القبض على أحد الطلاب بتهمة قرصنة أرقام إحدى البطاقات الائتمانية الخاصة بأستاذ جامعي في تلك الدولة عبر شبكة الإنترنت واستخدامها بصورة غير مشروعة في عمليات شراء وتسوق عبر شبكة الإنترنت وذلك بالتعاون مع أحد الأجانب من محترفي عمليات القرصنة على الشبكة⁽⁵⁵⁾.

وفي شمال شرق الولايات المتحدة الأمريكية أغلقت شركة ستزن بنك المصرفية 8800 حسابا مصرفيا من بطاقات ماستر كارد لاقتحامها من قبل بعض المخترقين⁽⁵⁶⁾.

وسوف نتناول هذا المبحث في مطلبين كما يلي :

المطلب الأول : طرق السطو الإلكتروني .

المطلب الثاني : طرق الاعتداء على مواقع الإنترنت .

المطلب الأول

طرق السطو الإلكتروني

وتوجد عدة طرق وأساليب يتمكن قراصنة الحاسب الآلي والإنترنت خلالها من الحصول على أرقام وبيانات البطاقات الائتمانية ، وبالتالي استعمالها بصورة غير مشروعة ، أشهرها⁽⁵⁷⁾:

1. الإختراق الغير مشروع لمنظومة خطوط الاتصالات العالمية⁽⁵⁸⁾:

يعد هذا الأسلوب من أخطر الأساليب التي تهدد عملية التسوق عبر شبكة الإنترنت حيث يقوم المقتحم بتسخير كل خبراته وبرامجه لمحاولة إقتحام وفك رموز الشفرات وتجاوز جدر الحماية للملفات المتضمنة للمعلومات الشخصية للعملاء والمخزنة في الكمبيوتر الرئيسي عبر الشبكة العنكبوتية ، و الدافع الأساسي من اللجوء إليه يتمثل في الرغبة الكامنة في نفوس محترفي الإجرام التقني في قهر نظم التقنية والتفوق على الحماية وتعقيدها.

2. الاستدراج أو الصيد⁽⁵⁹⁾:

يعتبر من أحدث الأساليب المستخدمة في جرائم الهاكرز عالمياً ونسبة نجاحه 5% . إذ يعتمد هذا الأسلوب على نسخ موقع من مصدر موثوق به من مصرف على سبيل المثال ، ثم يقوم المحتالون بإرسال وصلة إلى موقع إلكتروني آخر مخادع يطلبون فيه بعض المعلومات المهمة كالاسم ورقم

الحساب المصرفي والرقم القومي واسم المستخدم وكلمة المرور من المستهلكين ، ويقوم المستهلكون بالرد مقدمين تلك المعلومات ، ليتم استخدامها بعد ذلك من قبل أولئك المحتالون في فتح حسابات مصرفية أو شراء سلع غالية الثمن كالمجوهرات والمواد الإلكترونية .

ومن أشهر الأمثلة على استخدام هذا الأسلوب في الحصول على أرقام وبيانات البطاقات الائتمانية المنقولة على شبكة الإنترنت ، ما حدث عام 1994م عندما قام شخصان بإنشاء موقع على شبكة الإنترنت مخصص لشراء حاجات معينة يتم إرسالها فور تسديد قيمتها إلكترونياً ، إلا أن الطلبات في حقيقة الواقع كانت لا تصل إلى الزبائن لأن الموقع ببساطة ما هو إلا موقع وهمي هدفه النصب والاحتيال . وفي أكتوبر 2003 م حكم على امرأة أمريكية الجنسية بسبب قيامها بإرسال رسائل مكثفة إلى مشتركين إحدى شركات الأمريكية موهمة إياهم بأنها من قبل إدارة أمن الشركة وأن هناك مشكلة ما حصلت لهذه الشركة في سحب مبالغ مالية من بطاقات الائتمان للمرة الأخيرة التي قام بها الزبائن بالشراء ، لذا يجب عليهم أن يقوموا بإملاء نموذج معين يحتوى على بيانات ومعلومات خاصة بالاسم ورقم بطاقة الائتمان وتاريخ انتهاءها ورقمها السري . ولقد تم تنفيذ هذه الحيلة على أكثر من شخص حتى أوقعها حظها العاثر مع أحد عملاء مكتب التحقيقات الفيدرالي المتخصص في جرائم الحاسب الآلي والإنترنت . وفي واقعة مماثلة رصد خبراء شبكة الإنترنت بمركز الأهرام للإدارة والحسابات الإلكترونية بجمهورية مصر العربية "أماك" سبباً من الرسائل الإلكترونية

الموجهة إلى مستخدمي الشبكة العنكبوتية بمصر تحمل أسماء العديد من البنوك الأجنبية ، واسم البنك داخل الرسالة يتغير بطريقة عشوائية بين مجموعة من أسماء البنوك العالمية الكبرى ونقول الرسالة " أنه نظرا للتحديث في نظم تطبيقات الحاسب الآلي بالبنك فنحن نطلب منك أن تزور الموقع التالي لكي تدخل بياناتك وهي رقم حسابك ، اسمك عنوانك ، وإلا فإن نظم البنك سوف ترفض التعامل معك" . وبفحص الرسالة من قبل خبراء أماك تبين أن العنوان المكتوب على الرسالة هو بالفعل عنوان حقيقي للبنك الذي يظهر شعاره مع الرسالة إلا أنه عند الوقوف بالفأرة على هذا العنوان يظهر عنوان رقمي آخر ، وأضاف الخبراء أنه عند تتبع هذا العنوان الرقمي اتضح أنه يوجد في إحدى الدول الأجنبية ، وانتهى الخبراء إلى أن مصمم هذه الرسالة ما هو إلا محتال إلكتروني يهدف إلى الحصول على بعض المعلومات والبيانات المهمة واستخدامها بعد ذلك بصورة غير شرعية في إجراء عمليات مصرفية أو شراء سلع عبر شبكة الإنترنت⁽⁶⁰⁾.

3. تقنية تفجير الموقع المستهدف :

عادة يوجه هذا الأسلوب إلى الحاسبات الآلية المركزية (خادم الإنترنت) للبنوك والمؤسسات المالية والمطاعم والفنادق ووكالات السفر وذلك بهدف الحصول على أكبر قدر ممكن من أرقام البطاقات الائتمانية ، حيث يعتمد على ضح مئات الآلاف من الرسائل الإلكترونية من جهاز الحاسب الآلي الخاص بالمجرم إلى الجهاز المستهدف بهدف التأثير على ما يعرف بالسعة التخزينية وبحيث يشكل هذا الكم الهائل من الرسائل ضغطاً كبيراً على تلك الأجهزة ،

مما يؤدي في النهاية إلى تفجير الموقع العامل على الشبكة وتشتت المعلومات والبيانات المخزنة فيه ، لتنتقل بعد ذلك إلى الجهاز الخاص بالمجرم أو تمكن هذا الأخير من حرية التجوال في الموقع المستهدف بسهولة ويسر وبالتالي الحصول على كل ما يحتاجه من أرقام ومعلومات وبيانات خاصة ببطاقات الائتمان المملوكة للغير.

4. أسلوب الخداع :

يعتمد هذا الأسلوب على إنشاء مواقع وهمية وذلك عن طريق حصول القراصنة على كافة بيانات الموقع الأصلي من خلال شبكة الإنترنت ، ومن ثم إنشاء الموقع الوهمي مع تعديل البيانات السابقة التي تم الحصول عليها بطرق غير مشروعة وذلك في الموقع الأصلي حتى لا يظهر وجود ازدواج في الموقع ويبدو الموقع الأصلي وكأنه الموقع الجديد على شبكة الإنترنت على غرار مواقع الشركات والمؤسسات التجارية الأصلية التي توجد على الشبكة ويظهر وكأنه هو الموقع الأصلي التي يقدم الخدمة . ويكمن الخطر في استقبال الموقع الوهمي لجميع المعاملات المالية والبنكية والتجارية والتي يقدمها الموقع الأصلي عبر شبكة الإنترنت لأغراض التجارة الإلكترونية ، وبالطبع أغلب هذه المعاملات تعتمد على البطاقات الائتمانية ، مما يعني الحصول على المعلومات الخاصة بتلك البطاقات هذه من جهة ومن جهة أخرى يتم في هذا الموقع الوهمي استقبال كافة الرسائل الإلكترونية الخاصة بالموقع الأصلي والإطلاع عليها والاستفادة غير

المشروعة من المعلومات الموجودة بها على نحو يضر بأصحاب المواقع الأصلية ويزرع الثقة بالتجارة الإلكترونية⁽⁶¹⁾.

5. إنشاء أرقام البطاقات الائتمانية :

يعرف هذا الأسلوب لدى مجرمي البطاقات بـ "Card Math" وهو يعتمد بالدرجة الأولى على إجراء معادلات رياضية وإحصائية بهدف تحصيل أو إنشاء أرقام بطاقات ائتمانية مملوكة للغير ، وهي كل ما يلزم للشراء عبر شبكة الإنترنت⁽⁶²⁾. ومن الأمثلة على استخدام هذا الأسلوب ما حصل بجمهورية مصر العربية حيث تمكنت الإدارة العامة لمباحث الأموال العامة من ضبط طالب جامعي بمدينة الإسكندرية بتهمة الاستيلاء على مبالغ طائلة من حسابات بعض البطاقات الائتمانية الخاصة بعملاء أحد البنوك بالجيزة عبر شبكة الإنترنت واستخدامها في عمليات الشراء والتسوق ، بعدما تمكن من الحصول على أرقام تلك البطاقات باستخدام بعض المعادلات الحسابية الدقيقة⁽⁶³⁾2) . وعادة ما يقوم قراصنة البطاقات بنشر هذه المعادلات وبيان الكيفية التي يمكن من خلال إتباعها خطوة بخطوة الحصول على أرقام البطاقات الائتمانية المملوكة للغير عبر مواقعهم المنتشرة على شبكة الإنترنت⁽⁶⁴⁾. وللد من ذلك قام العلماء باختراع بطاقة ائتمان جديدة لا تعمل إلا من خلال كلمة سر بصوت صاحبها تعد أولى المحاولات من قبل العلماء بهدف مكافحة سرقة أرقام البطاقات الائتمانية خاصة تلك التي يتم تداولها عبر شبكة الإنترنت . ولمزيد من الأمان وحتى لا يعمد المجرم إلى تسجيل تلك البصمة ليستخدمها فيما بعد فإنها تتغير بعد كل مرة تستخدم فيها البطاقة

بتتابع معين لا يعلمه إلا الحاسب الآلي⁽⁶⁵⁾، ومن الوسائل التي ابتدعتها بعض الشركات لخداع القراصنة حتى تكون عملية الشراء عبر شبكة الإنترنت آمنة تلك التي ابتدعها سيتي بنك والمعروفة باسم الحساب المؤقت ، حيث يسمح لعملائه بفتح حساب مؤقت للشراء عبر شبكة الإنترنت يمكن الحصول عليه بالتلفون أو البريد ، يستخدم لمرة واحدة فقط ثم يلغى بعد ذلك أو لأكثر من مرة بحيث يصل إلى سقف ائتماني محدد ، وهو مرتبط بالحساب الأساسي للعميل⁽⁶⁶⁾.

ومن أحدث الطرق وأخطرها قيام الهاكر بالتصنت على سيل البيانات الإلكترونية بوقوفه في مكان متوسط بين عملاء معنيين والشركة المخاطبة لهم حيث يقوم بعد الاستيلاء على خط الاتصال المؤمن بينهم يقوم بدور الوسيط بين الطرفين من غير علم أي من الطرفين ، وبذلك تصل إليه جميع المعلومات الحساسة ليستغلها كيفما يشاء ، وكما تعرضت أرقام بطاقات الائتمان للسطو الإلكتروني كما رأينا فقد تعرضت أيضاً العلامات التجارية المشهورة لعمليات قرصنة عن طريق تسمية عدد من المواقع بأسماء دومين تطابق أو تشابه علامات تجارية مشهورة وتسجيلها بقصد منع أصحاب هذه العلامات من تسجيل أسماء دومين لمواقعهم على الشبكة تطابق علاماتهم التجارية المشهورة ، وابتزازهم لتلك الأسماء عن طريق طلب مبالغ مالية باهظة مقابل التنازل عنها من المعتدين .

وقد أطلق على هذا النوع من الاعتداء على العلامات التجارية اصطلاح القرصنة أو السطو الإلكتروني cybersquatting . فعمليات سرقة أسماء

الحقول كانت تجري على قدم وساق منذ عدة سنوات سابقة ، حيث احترف بعض الأشخاص عديمي الضمير ممارسة السطو الإلكتروني بهدف انتزاع الأموال من المالك الشرعي للاسم أو تظليل المستهلك أو إحداث اللبس لديه. ولقد وقعت عدة شركات كبيرة كانت أو صغيرة ضحية عمليات نصب عديدة ، فمثلاً في عام 1995م كان عنوان موقع الويب mcdonlads.com المملوك لشركة Mc donaldis العالمية الشهيرة المتخصصة بتقديم الوجبات السريعة مسجلاً باسم صحفي يعمل بمجلة Wired الأمريكية ، ولقد تمكنت هذه الشركة وبعد مساومات مالية كبيرة من استرجاع هذا العنوان الخاص بها. وفي عام 2000م تمت سرقة اسم الحقل الخاص بشركة GTE وهي من كبرى شركات الاتصال في الولايات المتحدة (67).

وهناك مثال آخر عندما قام "جون ويليامز راسين" بالسطو على موقع " الجزيرة aljazeera.net " التابع لقناة الجزيرة الفضائية أثناء الحرب على العراق ، لم يتم باستخدام لغات برمجة معقدة أو برامج معينة لاعتراض البيانات .. كل ما كان عليه أن يعمل هو الحصول على بطاقة هوية هاتفية وتزوير توقيع وإرسال طلب بالفاكس بالتوقيع المزور إلى شركة " Network Solution " وهي أكبر شركة أمريكية لحجز أسماء الحقول على شبكة الإنترنت تابعة لمؤسسة " Verisign " التي تمنح شهادات الضمان الأمني للمواقع وخاصة تلك التي تتعامل في التجارة الإلكترونية ، يطلب فيه إعادة تخصيص بيانات المستخدم يتم فيه تغير بيانات التحكم باسم الحقل القديم ببيانات حديثة . وهكذا وبكل بساطة قامت الشركة بإعادة تخصيص

الموقع إلى جون البالغ من العمر 26 عاما ويقطن في ولاية كاليفورنيا الأمريكية ، حيث اضطرت القناة للدخول في دوامة إدارية وفنية حتى تستعيد موقعها مرة أخرى⁽⁶⁸⁾.

فقد أدى الدور المميز للعنوان الإلكتروني باعتباره عنصراً جديداً من عناصر الملكية الصناعية إلى نشوء اعتداءات من جانبه على باقى عناصر الملكية الصناعية الأخرى وبصفة خاصة العلامة التجارية . وهناك أسباب عديدة أدت إلى نشوء مثل هذه الاعتداءات ترتبط هذه الأسباب فى الواقع بنظام تسجيل واستخدام هذه العناوين ، وتتخذ اعتداءات العنوان الإلكتروني على العلامة التجارية صوراً عديدة من هذه الصور الإستيلاء على هذه العلامات دون وجه حق بغرض بيعها لمالكها وهو ما يسمى بالسطو الإلكتروني أو القرصنة الإلكترونية ومنافسة العلامة التجارية منافسة غير مشروعة بما يضر بمالكها ،ومن أمثلة العناوين الإلكترونية التى انتهى القضاء إلى أنها تثير الخلط واللبس "codak.com" الذى يختلط بالعلامة التجارية المشهورة "Kodak " وأيضاً العنوان الإلكتروني "micro-soft" الذى يختلط بالعلامة التجارية Microsoft والعنوان الإلكتروني "la-cost" الذى يختلط بالعلامة التجارية المشهورة .⁽⁶⁹⁾ lacost

وقد انتهى مركز التحكيم والوساطة التابع للمنظمة العالمية للملكية الفكرية WIPO فى قضية Volvo trademark إلى نفس النتيجة السابقة ، وفى القرار الصادر فى 22 مارس 2002 قرر المركز نقل العنوان الإلكتروني volvoinsurance.com إلى شركة Volvo مالكة العلامة التجارية

المشهورة بهذا الاسم ، وقد أسست الهيئة الإدارية التي نظرت النزاع قرارها على الخط واللبس الذي سيتولد لدى الجمهور العام عندما يسمعون أو يقرأون العنوان الإلكتروني محل النزاع حيث سيعتقدون أنه ملك للشركة مالكة العلامة التجارية المشهورة⁽⁷⁰⁾.

المطلب الثاني

طرق الاعتداء على مواقع الإنترنت

نظراً لما لحق بالإنترنت وعناوينها من أهمية ، فقد باتت محلاً للكثير من الاعتداءات الغير مشروعة التي أصبحت تشكل خطراً عليها . ولخطورة هذه الظاهرة فإننا سوف نحاول تسليط الضوء عليها .

وتتعدد أساليب وطرق الاعتداء على المواقع ، إلا أنها في مجملها تهدف إلى مهاجمة هذه المواقع وتحقيق نفع معين للمهاجم من وراء ذلك ، وفي بعض الأحيان لا يكون هناك نفع للمهاجم سوى تعريض الموقع الضحية للخطر والضرر ، ومن أهم الأساليب والطرق :-

1. تدمير المواقع

يقصد به الدخول غير المشروع على نقطة ارتباط أساسية أو فرعية متصلة بالإنترنت من خلال نظام آلي أو مجموعة نظم مترابطة شبكياً بهدف تخريب نقطة الاتصال أو النظام .

ومن الوسائل المستخدمة لتدمير المواقع ضخ مئات الآلاف من الرسائل الإلكترونية من جهاز الحاسوب الخاص بالمعتدي إلى الموقع المستهدف

للتأثير على السعة التخزينية للموقع ، فتشكل هذه الكمية الهائلة من الرسائل الإلكترونية ضغطاً يؤدي في النهاية إلى تفجير الموقع العامل على الشبكة وتشتيت البيانات والمعلومات

المخزنة في الموقع فتنقل إلى جهاز المعتدي . والجدير بالذكر أن هجومي من هذا النوع تعرض لها موقع Hotmail وذلك في أواخر عام 2000م ، وتسبب في خسائر مالية تجاوزت ملايين الدولارات⁽⁷¹⁾.

ولعل من أخطر وسائل تدمير المواقع وأشدّها ضرراً استخدام ما يعرف بالفيروس المعلوماتي ، ونجد أن هناك أسباباً تكمن وراء عملية تدمير المواقع منها : ضعف الكلمات السرية المستخدمة ، حيث نجد أن بعض مستخدمي شبكة الإنترنت يجد أن بعض الكلمات أو الأرقام أسهل في الحفظ فيستخدمها ، مما يسهل عملية كسرها أو فكها باستخدام أسلوب التباديل والتوافيق من قبل المخترق. ومن الأسباب أيضاً عدم وضع برامج حماية كافية لحماية الموقع من الاختراق والتدمير أو عدم تحديثها بصورة مستمرة . كذلك استضافة الموقع في شركات غير قادرة على تأمين الدعم الفني المستمر أو تستخدم برامج وأنظمة غير موثوقة أمنياً ولا يتم تحديثها باستمرار الشيء الذي قد يكون سبباً من أسباب تدمير الموقع . فضلاً عن عدم القيام بالتحديث المستمر لنظام التشغيل والذي يساعد في كثير من الأحيان

الثغرات الأمنية . ومن الأسباب التي تساعد على تدمير المواقع عدم القيام بالنسخ الاحتياطي للموقع للملفات والمجلدات الموجودة⁽⁷²⁾.

2. تشويه المواقع

ماذا سيكون رد فعلك، إذا دخلت إلى موقع إحدى الشركات التجارية الكبرى ، أو أحد مواقع الإنترنت الحكومية ، بقصد شراء بعض السلع أو الحصول على بيانات رسمية معينة ، وإذ برسالة بذيئة ، تطالعك في الصفحة الرئيسية من هذا الموقع؟!

إذا كنت مستخدماً عادياً ، فستنتقل بسرعة غالباً من حالة الصدمة والاندحاش إلى حالة السخرية من الموقع والجهة التي يمثلها! أما إذا كنت مشرفاً على هذا الموقع أو مسئولاً عن الشبكة التي تنتمي إليها فتتوقع أن يؤدي مزيج المشاعر التي ستنتابك إلى تصيب العرق منك بغزارة.. لأنك ستكون أنت موضع السخرية ! حيث يوجد تشابه كبير، بين ما يحصل في العالم الافتراضي من عمليات تشويه مواقع ويب وبين ما يحدث على أرض الواقع عندما يتم إنزال علم دولة معينة من السفينة ورفع علم القراصنة مكانه حيث أن عملية التشويه في أغلب الأحيان ليست سوى تغيير الصفحة الرئيسية للموقع بصفحة أخرى يعلن المخترق فيها انتصاره على نظام مزود ويب والإجراءات الأمنية للشبكة ويقصد من ورائها إبراز قدراته التقنية وإعلان تحديه للمشرفين على نظم مزودات ويب ليثبت لنفسه أو لغيره امتلاكه المقدرة التقنية على كسر نظام الحماية في هذه المزودات، الأمر

الذي يتطلب معرفة متعمقة لطريقة عمل بروتوكولات الإنترنت وأنظمة التشغيل المختلفة التي تعمل عليها مزودات ويب . وتتضمن الصفحة الجديدة أحياناً رسالة يرغب الشخص الذي قام بعملية التشويه إيصالها للعالم . وقد تتضمن هذه الرسالة اعتراضاً منه على حالة سياسية أو اجتماعية أو صرخة يريد إيصالها، إلى كل من يزور هذا الموقع !

وتقتصر الأضرار التي تتسبب بها عمليات تشويه مواقع ويب، على الإضرار بسمعة الجهة المالكة للموقع حيث يتم تغيير الصفحة الرئيسية فقط من الموقع بصفحة html من تصميم المخترق ، الذي يقتصر هدفه كما ذكرنا على إيصال رسالته إلى العالم عبر الموقع . ولا يلجأ المخترقون، عادةً في عمليات التشويه إلى تدمير محتويات الموقع حيث يمكنك في أغلب المواقع التي تتعرض لعمليات التشويه الوصول إلى جميع صفحاته المكونة للموقع ، إذا كنت تعلم عنوان الصفحة كاملاً . ومن الأمثلة على عمليات تشويه المواقع قيام مجموعة قرصنة إسرائيلية في أكتوبر 2000م باقتحام موقع حزب الله وحذف محتوياته ووضع نجمة داود وعلم إسرائيل عليه⁽⁷³⁾.

كذلك وفي عام 2001م قامت المخابرات الإسرائيلية باقتحام موقع حركة حماس ونشر صوراً إباحية عليه وبتاريخ 2001/1/21م شنت مجموعة من الهاكرز حملة على مواقع حكومية في كل من الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة وأستراليا حيث استبدلت الصفحات الخاصة بتلك المواقع الحكومية بشعار المجموعة مع رسالة تفيد بأن هذا الهجوم يعتبر أكبر تشويه لمواقع حكومية وعسكرية في تاريخ البشرية وكان من بين تلك

المواقع ، موقع الهيئة التشريعية لولاية كاليفورنيا وموقع وزارة الداخلية للأسكا وبعض مواقع السلطات المحلية بالمملكة المتحدة . أيضا من أبرز ضحايا هذا الأسلوب موقع قناة الجزيرة الفضائية القطرية الذي تعرض لهجوم القراصنة في بداية عام 2003م إبان الحرب على العراق حيث قوبل الزائر لموقع القناة بشعار للعلم الأمريكي وعبارة "دعوا الحرية تصدح"⁽⁷⁴⁾.

وهناك أيضا موقع جريدة مصر العربية الإلكترونية الذي تعرض لأكثر وأعنف هجوم إلكتروني منذ تدشينه أدى إلى تعطيله ليوم كامل ،حيث وضعت على الصفحة الرئيسية الخاصة به صورا إباحية وعبارات يهودية .

كيف تحدث عمليات تشويه موقع ويب؟

يتبع المخترقون أساليب متعددة في عمليات تشويه صفحات ويب . وتختلف هذه الأساليب من موقع إلى آخر بناءً على نوع نظام التشغيل ، ومزود ويب الذي يعتمد عليه الموقع ، ونوضح هنا أكثر هذه الأساليب انتشاراً⁽⁷⁵⁾:

1. الدخول بهوية مخفية عبر منفذ بروتوكول ftp⁽⁷⁶⁾

تمكن هذه الطريقة في بعض الحالات، المخترق من الحصول على ملف كلمة الدخول المشفرة الخاصة بأحد المشرفين على الشبكة أو من يملكون حق تعديل محتويات الموقع والعمل على فك تشفيرها حيث يتم إرسال كلمة السر مشفرة في مختلف المزودات . لكن هذه الشفرة تظهر في بعض المزودات ضمن ملف كلمة السر، ويظل البعض الآخر من المزودات، هذه

الكلمة بعد تشفيرها (أي يظهر حرف x مكان كل رمز من الكلمة المشفرة) ، وتصعب في الحالة الأخيرة على المخترقين ، عملية كسر الشفرة .

ويلجأ المخترقون ، بعد الحصول على ملف كلمة السر، إلى استخدام برامج خاصة لاستنتاج كلمات السر حيث تعمل على تجربة جميع الاحتمالات الممكنة لكلمة السر ، من حروف وأرقام ورموز، وكلما كانت كلمة السر طويلة بحيث تحوى عدداً كبيراً من الرموز كان التوصل إليها يستغرق وقتاً أطول يصل إلى سنوات بناءً على عدد الرموز المستخدمة والنظام المستخدم في عمليات التخمين. وننصح باستخدام كلمة سر طويلة نسبياً، وتغييرها خلال فترات متقاربة، للتقليل من احتمال توصل أحد المخترقين إليها. فمن شأن حصول المخترق على كلمة السر الخاصة لأحد المشرفين، السماح له بالدخول إلى مزود ويب وتغيير الصفحة الرئيسية .

ب. استغلال الثغرات الأمنية في مزودات ويب وأنظمة التشغيل

لا يخلو أي نظام تشغيل أو مزود ويب من ثغرات أمنية تعرض مستخدميه لخطر الاختراق ، ويعمل المطورون بشكل مستمر على سد هذه الثغرات كلما اكتشفت . ويستغل الهكرة هذه الثغرات الأمنية في عمليات الاختراق إلى أن تجد الشركة المصممة للنظام الحل المناسب لها . وتبقى بعض الثغرات متاحة لفترة طويلة حتى يتم اكتشافها وذلك لأن أغلب الثغرات التي يكتشفها الهكرة لا يعلنون عنها بسرعة ليتمكنوا من استغلالها فترة أطول! لأجل ذلك ينبغي على جميع مدراء ومشرفي الشبكات متابعة مواقع

الشركات المصممة لنظم التشغيل ومزودات ويب ليتسنى لهم الإطلاع على آخر ما تم التوصل إليه من ثغرات أمنية وجلب برامج النسخ واللصق لها ، حيث تحرص هذه الشركات على تقديم مثل هذه البرامج بأسرع وقت ممكن.

ج. استخدام بروتوكول Telnet

تسمح كثير من الثغرات الأمنية في الأنظمة المختلفة سواء كانت Unix أو Windows أو غيرها باستخدام تطبيقات تعتمد على بروتوكول Telnet ، الذي يسمح بالوصول إلى أجهزة الكمبيوتر عن بعد وتنفيذ الأوامر إليها ، ويمكن استخدام هذا البروتوكول للدخول إلى مزودات ويب وتغيير الصفحات فيها.

3. حجب الخدمة

"الوصول إلى هذا الموقع ، غير ممكن!" قد تعني الرسالة السابقة أن الموقع الذي تحاول أن تزوره تعرض لهجمات حجب الخدمة خاصة إذا كان واحداً من المواقع الكبرى ، التي يعني ظهور مثل هذه الرسالة في موقعها، خسارة عشرات الآلاف من الدولارات!

وتتم هذه العملية عن طريق توجيه جهة معينة، حزم بيانات شبكية بصورة كثيفة جداً إلى هذه المزودات بهدف إيقافها عن العمل. ويعتبر القيام بمثل هذه الهجمات سهلاً للغاية ، حيث يوجد عدد كبير من البرامج التي يمكن استخدامها لتوجيه الطلبات والحزم الشبكية إلى هدف محدد، كموقع إنترنت ، أو عنوان IP .

وقد اعتمدت أولى هجمات حجب الخدمة ، التي ظهرت في العالم على توجيه طلبات كثيفة باستخدام بروتوكول رسائل التحكم ICMP⁽⁷⁷⁾ الذي يسمح بتبادل رسائل التحكم والتعامل مع رسائل الخطأ بين مزودات ويب . ومن أشهر الهجمات تلك التي تستخدم نوع الهجوم المعروف باسم WinNuke، والتي تسلط سيطراً من الحزم الشبكية عبر المنفذ 139 من نظام NetBIOS ، الذي يسمح ربما بتجاوز التطبيقات الموجودة على الأجهزة المرتبطة بالشبكة. وتوجد بالإضافة إلى ما سبق، عشرات الطرق التي يمكن إتباعها لدفع الحزم أو الطلبات الشبكية إلى مزودات معينة، لإيقافها عن العمل سواء كانت مزودات ويب أو مزودات بريد إلكتروني أو أي مزود يمكنه أن يستقبل الحزم الشبكية. وتعرف أنواع هذه الهجمات، بأسماء غريبة، منها: SYN، و Smurf، و Floods، و Land، و Ping Bomb وFraggle، بالإضافة إلى Winnuke، المذكور سابقاً. وبالإضافة إلى سهولة القيام بمثل هذه الهجمات نجد أن توقعها، أو صدها صعب جداً! لكن ما دوافع هذه الهجمات؟

توجد عدة أهداف، قد تدفع جهة معينة، أو شخصاً معيناً، إلى القيام بمثل هذه الهجمات، أهمها : التسلل إلى النظام قد يكون الهدف من توجيه الهجمات الرغبة في التسلل إلى النظام وقت انهياره وحجبه عن الخدمة، أو وقت إعادة إقلاعه. وتوجد عدة طرق لذلك، على مختلف الأنظمة، وهي أحد الأسباب الأكثر منطقية لمثل هذه الهجمات .

ب- أسباب سياسية

قد توجه جهة معينة مثل هذه الهجمات إلى موقع حكومي يتبع دولة تعاديهها أو موقع شركة تنتمي إلى هذه الدولة. مثلما حصل عندما تمكن هاجر أمريكي من تعطيل موقعين إسلاميين يملكهما أحد مواطني المملكة العربية السعودية هما jehad.net و jehadonline.org بزعم أنهما يؤيدان تنظيم القاعدة ، وذلك بعدما استطاع الوصول إلى البريد الإلكتروني الخاص بمالك الموقعين والحصول منه على بعض المعلومات الخاصة بهذين الموقعين منها اسم المستخدم وكلمة المرور وباستخدام هذه المعلومات تمكن من حجب الخدمة عن هذين الموقعين⁽⁷⁸⁾، ومن الأمثلة أيضاً ما قام به شخص أمريكي يهودي عندما أسس موقع الهاجانة⁽⁷⁹⁾ بهدف ملاحقة المواقع الإسلامية التي تتحدث عن الجهاد أو التي تنقل أخبار الجهاد وتدميرها⁽⁸⁰⁾. هذا ويتوقع أن تزداد في المستقبل الهجمات ذات الأهداف السياسية مع ازدياد انتشار الإنترنت .

ج- أسباب اقتصادية

قد توجه شركة صغيرة مثل هذه الهجمات، إلى شركة كبيرة تسيطر على السوق في نوع من المنافسة التجارية غير الشريفة.

د- الانتقام - يحدث كثيراً أن تقوم الشركة بفصل أحد الموظفين المسؤولين عن إدارة الشبكة. وقد يلجأ بعض هؤلاء، إذا ما شعروا بالظلم، إلى الانتقام من الشركة.

هـ- الطبيعة التخريبية : حيث يلجأ بعض الأشخاص إلى مثل هذه الهجمات لإشباع رغبات تخريبية تملكهم مثلما حدث عام 2001م عندما تمكن طالب أمريكي يدعي دينيس موران (18 سنة) من التسلل إلى موقع شرطة لوس

أنجلس الخاص بمكافحة المخدرات على شبكة الإنترنت ومحاولة إيقافه وتخريبية⁽⁸¹⁾، وفي ذات العام هوجم موقع البيت الأبيض على شبكة الإنترنت على يد مجموعة من الهاكرز وتسبب هذا الهجوم في إغلاق الموقع وتعطله عن العمل . ومن المواقع التي تعرضت للتعطيل وحجب الخدمة في منتصف شهر يوليو 2003م على يد بعض القراصنة موقع وكالة الأنباء الإماراتية "وام" . وتعتبر هجمات حجب الخدمة الموزعة Distributed Denial of Service ، من أحدث أنواع هجمات حجب الخدمة العادية التي تعتمد على استخدام برامج معينة في الهجوم . ومن المواقع التي هوجمت بهذا النوع من هجمات حجب الخدمة : ZDNet و Yahoo!، eBay، و Amazon، و CNN، وغيرها.

وتعتمد هذه الهجمات على تجنيد أجهزة الحاسب الآلي المتصلة بشبكة الإنترنت، بدون علم مالكيها وتوجيهها إلى بث الرزم الشبكية إلى مزود معين ، بهدف إيقافه عن العمل، نتيجة ضغط البيانات المستقبلية ، وتقوم فكرته على وضع برنامج خبيث خاص، من نوع "حصان طروادة (Trojan Horse) ، في كل جهاز حاسب آلي متصل بالإنترنت يمكن الوصول إليه ، عن طريق إرسال البرنامج بواسطة البريد الإلكتروني، مثلاً، و تفعيله على هذه الأجهزة، لتعمل كأجهزة بث للرزم الشبكية، عند تلقيها الأمر بذلك من برنامج محدد يقبع على جهاز أحد المخترقين . ومن أشهر البرامج المستخدمة في إجراء هذه الهجمات: Trinoo، و TribeFloodNet، و TFN2K و Stacheldraht. ويعتبر هذا النوع من

هجمات حجب الخدمة ، أكثر الأنواع خطورة ، حيث يمكن أن يشكل خطراً على شبكة الإنترنت كلها، وليس على بعض المواقع فقط . مما قد يهدد الشبكة بالكامل⁽⁸²⁾.

4. المحاكاة والاختلاس والتضليل فالمعطيات الموجودة على الموقع من صور ونصوص ورسومات وعناصر صوتية وغيرها يمكن بسهولة نسخها وإعادة عرضها على موقع آخر دون إذن أو إشارة إلى الموقع الأصلي أو التضليل بالإيحاء بأن ذلك المضمون المعروض خاص بالموقع العارض . فكثير ما تثور القضايا بصدد أوجه التشابه بين المواقع فيما يتعلق بالشكل والمضمون وأسلوب عرض الخدمات⁽⁸³⁾

5. محاكاة المواقع :

غالباً ما يستخدم هذا الأسلوب في السطو على أرقام البطاقات الائتمانية وأرقام الحسابات والأعمال التجارية ، وفكرته تقوم على تقليد أحد المواقع الحقيقية التي غالباً ما تكون مواقع تجارية بكافة تفاصيلها من تخطيط وألوان ووظيفة . وهو ما يتم عن طريق تسجيل اسم نطاق يكون وثيق الصلة بمواقع سليمة قانوناً وربما يختلف في حرف واحد ، بعدها يقوم موقع الويب غير القانوني بنسخ بعض محتويات الموقع القانوني وينشئ بعض الوظائف بغرض تقليد الإحساس بالروابط المحتواة في الموقع ، والخطوة الثالثة تكمن في تقديم منتج عام بسعر مدهش لحث الناس على إرسال معلوماتهم الائتمانية⁽⁸⁴⁾.

6. انتحال شخصية الموقع :

يتم بهجوم يشنه الهاكرز على الموقع والسيطرة عليه ومن ثم يقوم بتحويله لموقع آخر . أو يحاول الهاكرز اختراق موقع لأحد مقدمي الخدمة المشهورين ثم يقوم بتركيب البرامج الخاصة به هناك. مما يؤدي إلى توجيه أي شخص إلى موقعه بمجرد كتابة اسم الموقع المشهور⁽⁸⁵⁾.

وحتى الآن لا توجد ثمة تشريعات شاملة لتنظيم مسائل أسماء النطاقات وما أثارته من اشكالات قانونية خاصة عندما يكون الاسم مطابقاً أو مقارباً أو مشابهاً لاسم تجارى أو علامة تجارية - طبعاً إذا ما استثنينا القواعد التشريعية التنظيمية للخدمات التقنية على الخط ومعايير تقديمها وقواعد حماية المستخدم من مخاطر المحتوى الضار التي سنتها العديد من الدول الغربية - ، إلا أن القضاء الأوروبي وتحديدًا في فرنسا تصدى لنظر عدد من الدعاوى بهذا الخصوص ، لكن مناط التطبيق بشأنها كان قوانين العلامات التجارية وقواعد حماية العلامات التجارية وليس قواعد قانونية خاصة بأسماء النطاقات ، وقد أثير في هذه الدعاوى مسائل التشابه بين اسم النطاق والعلامة التجارية للغير أو الاسم التجاري للغير ، وظهر جليا من هذه الدعاوى أن التحدي القريب القادم سيكون في حقل إيجاد قواعد قانونية تنظم تسجيل أسماء النطاقات وتصنيفها وعلاقتها بالعلامات والأسماء التجارية . وتعد الاستراتيجية التي أنجزتها منظمة الوايبو في حقل أسماء النطاقات ، وما تقوم به من نظر مثل هذه المنازعات عبر مركز التحكيم والوساطة التابع للمنظمة الجهد المميز نحو بناء نظام قانوني لأسماء المواقع وسنعمد - على نحو تفصيلي - الى بيان ما يتصل بهذه

الاستراتيجية ومحتواها وسياسات فض منازعات أسماء المواقع والعلامات التجارية .

المبحث الثالث

الوسائل الودية لتسوية منازعات أسماء الدومين (الحقول)

إذا تم اكتشاف أن العلامة التجارية أو علامة الخدمة لشركة ما أو اسم الموقع الخاص بإحدى المنشآت قد تعرض للسطو الإلكتروني⁽⁸⁶⁾ فلا بد من إتباع إجراءات بسيطة موجودة على شبكة الإنترنت حيث يتخذ خبير مستقل قرار ببيت بإمكانية رد اسم الحقول إلى صاحبه .

وقد جاءت هذه الإجراءات بالسياسة الإدارية الموحدة لتسوية المنازعات⁽⁸⁷⁾UDRB(2 في الأصل بناء على اقتراح من الويبو كنتيجة لمشروعي الويبو الأول والثاني بشأن الإنترنت والتي تم اعتمادهما من قبل هيئة الإنترنت المعنية بالأسماء والأرقام "الآيكان"⁽⁸⁸⁾.

ولإصلاح هذا الوضع فقد اقترحت الإدارة الوطنية للمعلومات والاتصال عن بعد The National Telecommunications and Information Administration (NTIA) في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1998 إنشاء مؤسسة خاصة لا تهدف إلى تحقيق الربح يعهد إليها بالإشراف على نظام أسماء الدومين وتسجيلها وسميت هذه المؤسسة : The Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) وقد

حلت هذه المؤسسة محل الهيئة الحكومية The Internet Assigned Numbers Authority (IANA) التي كانت تتولى الإشراف على تسجيل أسماء الدومين من قبل .

كما طلبت الإدارة الأمريكية المعنية بشؤون التجارة The US Department of Commerce المشورة من المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) لوضع نظام موحد يمكن قبوله على المستوى الدولي لتنظيم أسماء الدومين وتسوية المنازعات المتعلقة بالتداخل بينها وبين العلامات التجارية . وبالإضافة إلى ذلك فقد طلبت الدول الأعضاء في الويبو إعداد دراسة حول هذا الموضوع واقتراح الحلول الملائمة لمعالجة المشكلات التي ظهرت في التطبيق فيما يتعلق بالتداخل بين أسماء الدومين والعلامات التجارية .

وقد أعدت الويبو دراسة تفصيلية حول هذا الموضوع بعد استطلاع آراء المتخصصين في العديد من الدول الأعضاء وأسفرت الدراسة عن مجموعة من التوصيات واقرحت نظاما لتسوية المنازعات المتعلقة بأسماء الدومين والعلامات التجارية تضمنه تقريرها الذي نشر في 30 أبريل سنة 1999 . وتضمنت أهم التوصيات الواردة بتقرير الويبو مايلي :

- 1- التأكيد على ضرورة تقديم طالب تسجيل اسم الدومين لكافة البيانات الخاصة بالتعرف عليه والاتصال به .
- 2- عدم تسجيل أسماء دومين تماثل العلامات التجارية المشهورة أو المعروفة جيدا ، إلا إذا كان طالب التسجيل هو صاحب العلامة ، أو كان التسجيل بموافقة .

3- أن يطلب من المتقدم لتسجيل اسم الدومين اتباع إجراءات التقاضي والوسائل البديله لتسوية المنازعات المتعلقة بأسماء الدومين .

4- أن يقبل طالب التسجيل السياسة الموحدة لتسوية المنازعات التي يتم اعتمادها وهي تنظم إجراءات فض المنازعات المتعلقة بأسماء الدومين بطريقة عملية ومبسطة .

ولما كان منح العنوان الإلكتروني يتم وفقاً لمبدأ الأسبقية في التسجيل بالمعنى الذي أوضحناه فإنه يترتب على ذلك العديد من المنازعات بين مسجلي العناوين الإلكترونية التي تم تسجيلها وبين مالكي العلامات التجارية ويتجلى أثر هذا المبدأ في حرمان مالك العلامة من تسجيل عنوان إلكتروني يمثلها على شبكة الإنترنت والاعتداء على حقوق المالكين الشرعيين للعلامات التجارية وهو ما يمثل نوعاً من القرصنة الإلكترونية ، ولا يقتصر أثر مبدأ الأسبقية في التسجيل على منع المالكين الشرعيين للعلامات التجارية من تسجيل عناوين تمثلها إلكترونياً ، وإنما يتعدى ذلك إلى الاعتداء على الحقوق المشروعة لأصحاب هذه العلامات من جانب من لا يملك حقوقاً مشروعة على هذه العلامات فتسجيل العناوين الإلكترونية أصبح بسبب قاعدة الأسبقية في التسجيل وغياب الرقابة السابقة على تسجيل هذه العناوين كسباق الخيل الذي يشترك فيه كل من يملك السرعة التي يكسب بها ، وقد تنبه الأشخاص وكذلك المشروعات التجارية إلى أهمية سرعة تسجيل العناوين الإلكترونية وقلة تكاليف التسجيل ، وكذلك الأهمية الاقتصادية التي

يمثلها العنوان الإلكتروني وإلى السهولة في تسجيله فسارعت هذه المشروعات بحجز عدد كبير من هذه العناوين ثم تقوم هذه المشروعات بعد ذلك بإعادة طرحها مرة أخرى للبيع لأصحابها الحقيقيين وقد شكلت هذه الظاهرة ما يسمى القرصنة أو السطو الإلكتروني Cybersquatting .

وتظهر المشكلة أكثر لو كانت العلامة المعتدى عليها علامة معروفة لدى الجمهور أو تتمتع بشهرة معينة ففي هذه الحالة ستتضاعف الأضرار التي تصيب مالكي هذه العلامات من جراء تسجيل العناوين الإلكترونية من جانب الغير .

ولن يكون أمام مالكي هذه العلامات سوى الدخول في منازعات طويلة مع مسجلي هذه العناوين يتم فيها إنفاق الكثير من المال وبذل الكثير من الوقت أو التفاوض معهم على شراء هذه العناوين بثمن مغالى فيه وسيكون المستفيد من ذلك كله المعتدى الذى سجل عناوين إلكترونية ليس له أى حق أو مصلحة مشروعة عليها .

ومن العلامات المشهورة التي تم الاعتداء عليها من جانب الغير mtv , La , Rolex , Coste وأيضاً العلامة التجارية Guy Laroche المملوكة لشركة تعمل في مجال أدوات التجميل والعطور .

وتتجلى حماية مالك العلامة التجارية إذا وقع عليها اعتداء من جانب مسجل العنوان الإلكتروني في تزويده بعدة دعاوى قضائية يمكنه أن يستخدمها دفاعاً عن حقوقه المشروعة على العلامة التجارية .

وإذا كانت شروط تطبيق ونطاق الحماية لكل دعوى تختلف عن الأخرى ، إلا أنها تتفق فى النهاية فى أنها تهدف إلى توفير أكبر حماية ممكنة للعلامات التجارية من قرصنتها على شبكة الإنترنت .

بيد أنه مع تزايد الاعتداء على العلامة التجارية من ناحية ، ونجاح مسجلى العناوين الإلكترونية من التهرب من تطبيق أحكام هذه الدعاوى الدعاوى القضائية من ناحية ثانية وتأخير الفصل فى هذه الدعاوى مما يضر بأصحاب العلامات التجارية من ناحية ثالثة فقد ظهرت الحاجة الضرورية إلى وسائل جديدة تتم بها تسوية المنازعات التى قد تثور بين العلامات التجارية والعناوين الإلكترونية ، فاتجهت الأنظار إلى التسوية الودية للمنازعات بعيداً عن الأحكام القضائية .

وقد جاء تبنى هذه التسوية الودية من جانب بعض الهيئات والمنظمات التى تعمل فى مجال العناوين الإلكترونية لتفادى السلبات التى أفرزتها التطبيقات القضائية للوسائل التقليدية .

حيث تنوعت الجهود الدولية التى بذلت لحماية العلامات التجارية ضد قرصنتها من مسجلى العناوين الإلكترونية . وعلى الرغم من تنوع هذه الجهود فإنها تشترك جميعاً فى أنها تتضمن مجرد توجيهات وتوصيات للجهات المسؤولة عن تسجيل العناوين الإلكترونية بهدف تجنب نشوب منازعات مستقبلية وتتضمن هذه المجهودات كذلك مبادئ عامة تساهم فى حل المنازعات القائمة بالفعل بين مالكي العلامات التجارية ومسجلى العناوين الإلكترونية .

وسوف نتناول الجهود الدولية لمواجهة القرصنة الإلكترونية لأسماء الدومين (العناوين الإلكترونية) فى مطلب أول ثم نعبه ببيان إجراءات تسوية المنازعات فى ضوء القواعد الموحدة لتسوية المنازعات المتعلقة بأسماء الدومين (UDRP) فى مطلب ثانى على النحو التالى :

المطلب الأول

الجهود الدولية لمواجهة السطو الإلكتروني لأسماء الدومين

يعتبر هذا البروتوكول بداية للمجهودات الدولية الموجهة لمحاربة القرصنة الإلكترونية أو السطو الإلكتروني وحماية حقوق مالكي العلامات التجارية وسوف نلقى الضوء على هذا البروتوكول من خلال نبذة تاريخية عن صدوره وأهم ما تضمنه من اقتراحات جديدة بخصوص العناوين الإلكترونية

أولاً : صدور البروتوكول

نظراً لظهور القرصنة الإلكترونية وما تمثله من خطورة على العلامات التجارية على شبكة الإنترنت فقد اهتمت كل من شركتى Internet Society و Internet Assigned Authority (وهما من الشركات العاملة فى مجال أسماء الحقول أو العناوين الإلكترونية) حيث تكونت لجنة دولية خاصة AdHoc بهدف الوصول إلى أفضل الحلول والاقتراحات التى تتعلق بالمنازعات الناجمة عن استخدام العناوين الإلكترونية على شبكة الإنترنت . حيث قامت اللجنة المذكورة بوضع تقرير فى 4 فبراير 1997 تضمن هذا التقرير مجموعة من الإجراءات والتوجيهات العامة تستخدم عند

تسجيل العناوين الإلكترونية لتفادي نشوب منازعات مستقبلية ، وينصح التقرير بصفة خاصة بضرورة النص في عقد تسجيل العنوان الإلكتروني على الانتظار والتروى مدة معينة بين إجراءات تسجيل العنوان الإلكتروني واستخدام هذا العنوان وذلك حتى يتمكن الغير من الاعتراض على تسجيل هذا العنوان الإلكتروني أسوة بما يحدث في حالة تسجيل العلامات التجارية . وقد تم الاستجابة لبعض التوصيات التي قررتها هذه اللجنة قام اتحاد المسجلين في 1 مايو 1997 بدعوة مختلف مكاتب التسجيل المختصة بتسجيل العناوين الإلكترونية الدولية في مقر جمعية القانون السويسري لمناقشة سياسة تسجيل هذه العناوين وكيفية تفادي نشوب منازعات مستقبلية بصدها ، وكذلك اقتراح بعض الحلول للمنازعات القائمة . وقد نتج عن هذا الاجتماع صدور تفاهم أو بروتوكول هو البروتوكول المشترك للعناوين الإلكترونية الدولية⁽⁸⁹⁾.

ثانياً : الحلول التي تضمنها البروتوكول

تتمثل الحلول التي تضمنها البروتوكول في مجموعة من الاقتراحات والتوجيهات التي يجب أن تراعى الهيئات المعنية بالعنوان الإلكتروني ومن هذه الحلول :

1 - تكوين لجنة إشراف تقوم بمراقبة تطبيق الشركات المختصة بالتسجيل للمبادئ التي تضمنها البروتوكول وبالتالي تساهم في تحسين نظام تسجيل العناوين الإلكترونية بتقديم بعض الاقتراحات لهذه الشركات ، وتقوم هذه

- اللجنة عند الضرورة باقتراح عناوين إلكترونية جديدة للمساهمة في حل النزاع الذى قد ينشب بين عنوان إلكترونى وعلامة تجارية معينة .
- 2 - وضع نظام جديد لتسوية المنازعات التى قد تثور بين العناوين الإلكترونية والعلامات التجارية وبشكل ودى ، ويتناسب هذا النظام الجديد مع الطبيعة الدولية للعناوين الإلكترونية ويبتعد عن الأنظمة القضائية الوطنية . ويعهد البروتوكول إلى مركز التحكيم والوساطة للمنظمة الدولية للملكية الفكرية بتسوية هذه المنازعات ويعهد إلى سكرتير الاتحاد الدولى للاتصالات بضمان تطبيق التوجيهات التى يتضمنها هذا البروتوكول .
- 3 - يقترح البروتوكول على الشركات المعنية بتسجيل العناوين الإلكترونية الدولية رفض تسجيل العناوين الفرعية التى تحمل أسماء قريبة من العلامات التجارية المشهورة وذلك للأشخاص الذين ليست لهم أية حقوق مشروعة على هذه الأسماء ويهدف البروتوكول من ذلك إلى منع أى خلط أو لبس فى أذهان الجمهور نتيجة استخدام هذه التسميات القريبة .

جهود منظمة الـ WIPO

تعتبر المنظمة العالمية للملكية الفكرية الهيئة المنوط بها تطبيق الاتفاقيات والمعاهدات فى مجال الملكية الفكرية ، وسنتناول جهود المنظمة العالمية للملكية الفكرية فى مجال العناوين الإلكترونية من خلال التقارير التى قدمتها والمتضمنة توجيهات وتوصيات تتعلق بالعناوين الإلكترونية الدولية

وبرنامجها الخاص بالعناوين الإلكترونية الوطنية ومركز التحكيم والوساطة التابع لها .

أولاً : التقارير التى نشرتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية

أعدت المنظمة العالمية للملكية الفكرية تقريرين دوليين يهدفان إلى صياغة توصيات وتوجيهات عامة للشركات المختصة بتسجيل العناوين الإلكترونية وأيضاً إلى تخفيف المنازعات التى تثيرها هذه العناوين فى علاقتها بالعلامات التجارية .

التقرير الأول :

تضمن هذا التقرير مجموعة من التوصيات الرئيسية التى يجب مراعاتها أثناء تسجيل العناوين الإلكترونية وذلك إزاء نقد الكثير للتوصيات التى انتهت إليها اللجنة الخاصة الدولية Adhoc ، لذا قامت الحكومة الأمريكية بوضع إعلان للسياسة الواجب اتباعها بخصوص العناوين الإلكترونية ويسمى هذا الإعلان بالـ " الكتاب الأبيض الأمريكى " حيث اقترحت الحكومة الأمريكية إجراء استشارة دولية بمشاركة كل الدول الأعضاء فى المنظمة يتعلق بالملكية الفكرية وبصفة خاصة العناوين الإلكترونية وتتضمن هذه التوصيات ما يلى :

1- إنشاء عناوين إلكترونية جديدة وذلك أسوة بما جاء فى تقرير اللجنة الخاصة Adhoc التى تكونت بهدف دراسة ما تثيره العناوين الإلكترونية من منازعات مع باقى عناصر الملكية الفكرية⁽⁹⁰⁾، وقد أوصى التقرير بضرورة

إنشاء عناوين إلكترونية جديدة تسمح بتمثيل أكثر للعلامات التجارية على شبكة الإنترنت .

2 - استثناء العلامات المشهورة

أوصى التقرير أيضاً بضرورة وضع نظام استثنائي للعلامات المشهورة عند تمثيلها على شبكة الإنترنت بحيث يحفظ لها شهرتها على المستوى الدولي ، ويتمثل هذا النظام فى منع تسجيل هذه العلامات فى صورة عنوان إلكترونى إلا من جانب مالك هذه العلامة ، ومن ثم يوصى التقرير الجهات المختصة بتسجيل العناوين الإلكترونية برفض أى طلب تسجيل لهذه العلامات المشهورة إلا من مالكيها فقط بعد أن يقدم ما يثبت ملكيته لها .

3 - الإجراءات الإدارية لتسوية النزاع بين مالكي العنوان الإلكتروني والعلامة التجارية

أهم ما تضمنه هذا التقرير هو مخاطبة الشركة الأمريكية المختصة بتسجيل وإدارة نظام العناوين الإلكترونية وهى شركة الـ ICANN أن تتبنى وسيلة جديدة لتسوية المنازعات التى قد تثور بين مسجلي العناوين الإلكترونية ومالكي العلامات التجارية ، وتتمثل هذه الوسيلة فى تنظيم إجراءات إدارية تحت إشرافها لتسوية كل المنازعات المتعلقة بأسماء الحقول أو العناوين الإلكترونية ، كما أوصت بأن يدرج فى عقود تسجيل العناوين الإلكترونية شرطاً يخضعهم لهذا الإجراء ، كما حدد التقرير النهائى حالات اللجوء إلى هذا الإجراء الإدارى وهى سوء نية مسجل العناوين أو حالات التسجيل المتعسف الذى يخالف حقوق مالك العلامة التجارية .

وقد أوصى التقرير النهائي بأن يكون هذا الإجراء الإدارى سريعاً وفعالاً وقليل التكلفة ويتم بشكل كلى على شبكة الإنترنت .

ثانياً : برنامج الـ WIPO بخصوص العناوين الإلكترونية الوطنية

يهدف هذا البرنامج إلى تقديم المشورة إلى المشرفين والمسجلين لهذه العناوين بما يتفادى نشوب منازعات مستقبلية بخصوص هذه المنازعات . وتلبية لهذه الدعوة أعدت المنظمة مؤتمراً يتعلق بمسائل الملكية الفكرية فى مجال العناوين الإلكترونية الوطنية ، وعقد هذا المؤتمر فى سويسرا فى فى فبراير 2001 وفى نهاية هذا المؤتمر أعدت المنظمة مشروعاً لهذا البرنامج المرتقب تم نشره على شبكة الإنترنت سعياً للحصول على تعليقات الجمهور عليه قبل 30 أبريل 2001 وصدر البرنامج فى صورته الأخيرة بعد إجراء التعديلات التى تضمنتها تعليقات الجمهور عليه فى 20 يونيو 2001 وسمى هذا البرنامج باسم -

"أفضل الإجراءات لتفادى منازعات الملكية الفكرية بشأن العناوين الإلكترونية الوطنية أو التى تنتهى برموز البلدان"⁽⁹¹⁾.

وشمل هذا البرنامج عدة عناصر بهدف تحسين إدارة العناوين الإلكترونية الوطنية منها :

1 - وضع الإجراءات المناسبة لتسجيل العناوين الإلكترونية الوطنية بما يتفادى نشوب منازعات مستقبلية بصدها .

2 - وضع الإجراءات الملائمة لاستكمال الإجراءات القضائية الرامية إلى تسوية المنازعات التي قد تثور بصدد هذه العناوين بحيث تجعل هذه الإجراءات سريعة وقليلة التكلفة .

3 - توفير الخدمات اللازمة لتسوية المنازعات عن طريق مركز التحكيم والوساطة لهذه المنظمة كحل بديل للطرق القضائية التقليدية .
وفي نهاية البرنامج اقترحت المنظمة مجموعة من التوصيات والمبادئ العامة التي يفضل أن تراعيها الهيئات المختصة بتسجيل العناوين الإلكترونية ، وانصبت هذه التوصيات وتلك المبادئ بصفة أصلية على ثلاثة جوانب تتعلق بهذه العناوين الإلكترونية الوطنية وتتمثل هذه الجوانب في الآتي :

1- عقود تسجيل العناوين الإلكترونية

أوصت المنظمة بأن يتضمن عقد تسجيل العناوين الإلكترونية بياناً بالحقوق والواجبات الناشئة عن تسجيل هذه العناوين . وقد حددت المنظمة بعض الشروط والبيانات التي يوصى بإدراجها في مثل هذه العقود منها :

- بيان من مسجل العنوان الإلكتروني يفيد أنه لا ينتهك بتسجيله هذا العنوان أية حقوق مشروعة للغير وذلك على حد علمه واعتقاده .
- بيان يفيد بأن المعلومات التي أدلى بها مسجل العنوان الإلكتروني وبصفة خاصة تلك المتعلقة بشخصه ومحل إقامته صحيحة ودقيقة . وفي الحالة التي يثبت فيها غير ذلك يكون قد خالف أحكام عقد التسجيل ومن ثم يجوز للهيئة أن تفسخ العقد وتلغى تسجيل العنوان .

- بيان يفيد موافقة مسجل العنوان على نشر كل البيانات الخاصة به وبالعنوان المسجل فى قاعدة بيانات وذلك حتى يعلم الغير به .
 - بيان يفيد موافقة مسجل العنوان على طرق تسوية النزاع التى تحددها الهيئة المختصة بالتسجيل فى دولته .
 - 2 - إتاحة البيانات الخاصة بمسجل العنوان الإلكتروني .
- الجانب الثانى من الجوانب التى ركز عليها البرنامج هو ضرورة نشر البيانات الخاصة بالعناوين الإلكترونية على قاعدة بيانات معينة حتى تكون متاحة للجميع واعتبرت المنظمة أن هذه البيانات ضرورية لأنه يستحيل إتخاذ إجراءات وتدابير رسمية أو غير رسمية للدفاع عن الحقوق التى انتهكها تسجيل هذا العنوان دون هذه البيانات . وقد لاحظت المنظمة فشل مالكي العلامات التجارية فى كثير من القضايا بسبب عدم معرفة بيانات كافية عن مسجل العنوان الإلكتروني أو بسبب عدم دقة هذه البيانات .
- ولا يجب أن تقبل سلطات التسجيل فى الدول المعنية أن تسجل العناوين الإلكترونية لطالبي التسجيل إذا كانت البيانات التى قدموها غير كافية أو يشوبها الغموض . وقد ركزت المنظمة على البيانات الشخصية لمسجل العنوان الإلكتروني مثل :
- الاسم الكامل .
 - العنوان البريدى بما فى ذلك اسم الشارع أو رقم الصندوق واسم المدينة أو المقاطعة واسم البلد .
 - البريد الإلكتروني .

- رقم الهاتف أو الفاكس إن وجد .
- عنوان المحل المختار للمراسلة القانونية والإدارية لمسجل العنوان .
- وتوصى المنظمة فى برنامجها بنشر هذه البيانات مع اسم العنوان الإلكتروني وتاريخ تسجيله فى قاعدة بيانات معروفة من الجميع .
- 1 - الإجراءات البديلة لتسوية النزاع نظراً لتمييز منازعات الملكية الفكرية فى مجال العناوين الإلكترونية ببعض الخصائص الخاصة ، فإن المنظمة ترى ضرورة اختيار طريقة مناسبة لتسوية هذه النزاعات تبتعد عن الطرق القضائية التقليدية .
- وقد واجهت المنظمة صعوبة كبيرة عند وضعها التوصيات الخاصة بهذه الطريقة المناسبة . وتتمثل هذه الصعوبة فى اختلاف هذه العناوين الإلكترونية الوطنية من حيث التنظيم وشروط التسجيل والقانون الذى يخصص لها من دولة إلى أخرى .
- وسعيّاً للتفرقة بين هذه الشروط المتناقضة قامت المنظمة فى برنامجها بوضع حد أدنى من الشروط التى يجب توافرها فى الوسيلة المعدة لتسوية منازعات العناوين الإلكترونية ومن هذه الشروط :
- الطابع الانزامى للوسيلة بحيث تفرض على مسجل العنوان من خلال شرط يدرج فى العقد .
- استناد القرارات التى تصدر فى نهاية الإجراء إلى كل الظروف والوقائع المحيطة بالنزاع .
- وقف نقل أو تحويل العنوان الإلكتروني محل النزاع أثناء نظر النزاع .

- التنفيذ المباشر للقرارات الصادرة .
- سرعة إصدار القرارات وقلة تكلفتها .
- جواز اللجوء إلى المحاكم العادية في حالة عدم قبول القرار الصادر .

ثالثاً : مركز التحكيم والوساطة

لم تقتصر جهود منظمة الـ WIPO على إصدار تقارير تتضمن توصيات ومبادئ تساهم في حسن إدارة العناوين الإلكترونية وحل النزاعات المتعلقة بها ، وإنما أنشأت هذه المنظمة مركزاً للتحكيم ووساطة تابع لها تسند إليه مهمة الفصل في منازعات الملكية الفكرية .

وقد نشأ هذا المركز في جنيف بسويسرا عام 1994 ، ويقوم المركز بخدمات التحكيم والوساطة لتسوية المنازعات التجارية الدولية التي قد تثور بين الأشخاص أو المشروعات العامة . ويمتلك المركز لوائح تحكيم ووساطة خاصة أسهم في وضعها مجموعة من الخبراء في مجال المنازعات الدولية . وينظر النزاع أمام لجان مكونة وفقاً لشروط المركز ، وتصدر قرارات إدارية في موضوع النزاع .

ويمتلك المركز مجموعة من الإجراءات لتسوية المنازعات ، ويختلف كل إجراء عن غيره في المزايا التي يمنحها والنتائج القانونية المترتبة عليه ومن هذه الإجراءات⁽⁹²⁾:

1 - التحكيم

التحكيم هو إجراء من خلاله يخضع النزاع وفقاً لاتفاق الأطراف إلى محكمة فرد أو هيئة تحكيم ، ويصدر في النهاية قرار ملزم للأطراف ، وعلى عكس

إجراء الوساطة لا يستطيع أحد الأطراف أن ينسحب لاحقاً من إجراء التحكيم مادام قد اختاره بإرادته من البداية . وينظم المركز إجراء التحكيم من خلال لائحة خاصة به.

2 - التحكيم السريع

هذا الإجراء كما يظهر من اسمه يفترض وجود تعديلات جوهرية في نظام التحكيم السابق تهدف إلى صدور قرار التحكيم في وقت قصير وبتكلفة أقل . ولتحقيق هذه النتائج ينص الإجراء على خضوع النزاع لمحكم وحيد بدلاً من خضوعه لهيئة تحكيم تتضمن أكثر من محكم ، وتحديد مدة قصيرة لإتخاذ الإجراءات وذلك ضماناً لصدور قرار سريع في النزاع ، وقد وضع المركز لائحة خاصة لتنظيم التحكيم السريع .

3 - الوساطة التي تتبعها تحكيم

هذا الإجراء مزدوج ، فهو يشمل الوساطة أولاً ، وفي حالة عدم الوصول إلى قرار يتم اللجوء إلى التحكيم وإذا اختار الأطراف هذا الإجراء فهذا يعني أنهم سيبدلون كل ما في وسعهم للوصول إلى حل ودي للنزاع مرض للطرفين عن طريق الوساطة أولاً . وفي حالة عدم الوصول إلى هذا الحل في غضون 60 أو 90 يوماً ، يحال النزاع بناء على طلب أحد الطرفين أو كليهما إلى التحكيم .

والوساطة إجراء يقوم من خلاله وسيط محايد بمساعدة الأطراف للوصول إلى حل مرض للطرفين وليس للوسيط حق فرض حل معين على الأطراف ، وإنما يقتصر دوره على مساعدة الأطراف فقط للوصول إلى هذا الحل .

ويجوز للأطراف أن يتركوا الوساطة فى أى وقت دون انتظار إلى نهاية الإجراء .

ويكون اللجوء إلى مركز التحكيم والوساطة التابع للمنظمة العالمية للملكية الفكرية من خلال شرط تحكيم يدرج فى العقد يمنح الاختصاص بنظر المنازعات التى تثور بصدد تنفيذه إلى مركز التحكيم والوساطة التابع لهذه المنظمة ، ولتسهيل الأمر على المتعاقدين أعدت الـ WIPO شرطاً نموذجياً للتحكيم وآخر للتحكيم السريع وثالثاً للوساطة التى يتبعها التحكيم . ويكفى فقط أن يشير الأطراف إلى مثل هذا الشرط أو ذلك لتخضع المنازعات التى يثيرها عقدهم إلى هذا المركز .

وبالإضافة إلى التحكيم والوساطة ، يقدم المركز خدمة الاستشارة إلى ذوى الشأن فى مجال تسوية المنازعات ، كما يعاون العديد من الهيئات والمؤسسات فى وضع نظم خاصة بها لتسوية هذه المنازعات .

ويعمل المركز مع اتحاد يسمى بالـ Application Service Provider Consortium وهو اتحاد لا يهدف إلى تحقيق الربح يضم أكثر من 400 مشروع من المشروعات الكبيرة فى العالم بهدف تكريس سوابق معترف بها ومبادئ موجهة فى مجال المنازعات الدولية وطرق تسويتها .

وقد كرس المركز ضمن إجراءاته وسائل هامة لإنشاء نظام قانونى لإدارة المنازعات المتعلقة بتسجيل واستخدام العناوين الإلكترونية ، ومن ثم يعد المركز اليوم المؤسسة أو الهيئة الأولى لتسوية تلك المنازعات المتعلقة بالعناوين الإلكترونية.

المطلب الثاني

إجراءات تسوية منازعات أسماء الدومين في ضوء القواعد الموحدة

لتسوية منازعات أسماء الدومين (UDRP)

جاءت السياسة الموحدة نتيجة ثمرة اقتراح تقدمت به منظمة الـ WIPO عام 1999 كمعيار دولي لتسوية المنازعات المتعلقة بأسماء الحقول على الإنترنت وذلك بهدف منع التسجيل التعسفي للعلامات التجارية كأسماء حقول وتسوية المنازعات الناشئة عنه .

وقامت هيئة الإنترنت - ICANN استجابةً للتوصيات والتوجيهات العامة التي تضمنها التقرير الأول الذي أصدرته منظمة الـ WIPO في 30 أبريل 1999

بإصدار العديد من الوثائق من أهمها وثيقة مبادئ السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء الدومين أو الحقول وذلك في 1999/8/26 ودخلت حيز التنفيذ في

1999/12/1 ثم تلتها الوثيقة الثانية والتي تناولت قواعد إجراءات نظام التسوية وذلك في 1999/10/21⁽⁹³⁾، وتسمى تلك القواعد الجديدة باسم " القواعد الموحدة لتسوية المنازعات المتعلقة بأسماء الحقول أو العناوين الإلكترونية " أو ما يطلق عليها قواعد الـ UDRP والسابق الإشارة إليها . وقد حرصت هيئة الـ ICANN في هذه القواعد على وضع حل سريع لمنازعات العناوين الإلكترونية يتفادى الانتقادات الموجهة للحل القضائي ،

وفى سبيل تحقيق هذا الهدف نصت تلك القواعد على إجراء إدارى اختياري يمكن الأشخاص والمشروعات من اللجوء إليه كوسيلة ودية لتسوية منازعاتهم عند حصول شكوى ، ورخصت لبعض الجهات إدرة نظام التسوية ويطلق على هذه الجهات مسمى " موردى خدمات تسوية المنازعات المعتمدين " ، وتتمثل تلك الجهات فى :

- 1 - مركز التحكيم والوساطة فى سويسرا التابع لمنظمة الـ WIPO.
- 2 - مركز التسوية الإلكترونية فى كندا .
- 3 - معهد تسوية المنازعات فى نيويورك .
- 4 - منبر التحكيم الوطنى .

ونظمت شروط اللجوء إلى الإجراء وطريقة سريانه قواعد الـ UDRP ذاتها وكذلك قواعد إجرائية أصدرتها شركة الـ ICANN كلائحة تنفيذية لهذه القواعد إذ يتضمن الجوانب الإجرائية لتطبيق القواعد العامة التوجيهية " قواعد تطبيق القواعد الموحدة لتسوية منازعات العناوين الإلكترونية، والإحاطة الكاملة بهذا الإجراء ودوره فى تسوية منازعات الملكية الفكرية فى مجال العناوين الإلكترونية وقد يبدو للبعض أن الإجراء الإدارى يعد أقرب شبيهاً إلى نظام التحكيم ، ولكن بالنظرة السريعة لكلا النظامين نلاحظ وجود أوجه تشابه بينهما ، إلا أن النظرة المتأنية لهما تبرز لنا الفوارق العديدة بينهما وتتمثل هذه الفوارق فى :

- 1 - يتم الالتجاء إلى التحكيم بمقتضى شرط تحكيم يدرج فى العقد بإرادة الطرفين أى يوافق الطرفان منذ البداية على اللجوء إلى التحكيم لفض أى

نزاع يثور بينهم مستقبلاً يتعلق بهذا العقد⁽⁹⁴⁾. بينما يتم اللجوء إلى الإجراء الإداري بمقتضى شرط يدرج فى عقد تسجيل العنوان الإلكتروني تفرضه الشركة المختصة بتسجيل العنوان الإلكتروني ، أى أن هذا الشرط يظهر فى العلاقة بين طالب تسجيل العنوان الإلكتروني من ناحية والشركة التى ستتولى عملية التسجيل من ناحية أخرى ، لذلك فمالك العلامة التجارية لا يعلم بوجود هذا الشرط فى العقد فهو لم يوافق عليه لأنه ليس طرفاً فى تسجيل العنوان الإلكتروني فالعقد يتم بين مسجل العنوان الإلكتروني والجهة المختصة بالتسجيل فقط .

2- يتمتع حكم التحكيم كما هو الحال فى أحكام القضاء بحجية الأمر المقضى التى تمنع نظر النزاع الذى صدر بصدده الحكم أمام محكمة تحكيم⁽⁹⁵⁾ أخرى مادامت قد صدر بين نفس الأطراف ، ويتعلق بنفس الوقائع كما أنه لا يجوز لأى جهة قضائية أن تنظر هذا النزاع لوجود شرط تحكيم فى العقد يستبعد اختصاصها بنظر الموضوع ، ويستثنى من ذلك فقط حالة الطعن فى الحكم لإلغائه من القضاء العادى.

ويختلف الأمر بالنسبة للقرار الصادر فى الإجراء الإداري ، فصدور قرار فى موضوع النزاع لا يمنع الأطراف من طرح القضية برمتها أمام القضاء العادى دون الاهتمام بالقرار الصادر ، وتنظر المحكمة الدعوى من جديد وتصدر فيها حكماً جديداً قد يخالف كلية القرار الإداري السابق من اللجنة الإدارية .

ولم تعتبر قواعد الـ UDRP ذاتها أن هذا القرار الصادر ملزماً للقضاء فى حالة نظر الدعوى أو حتى تأخذه المحاكم بعين الاعتبار .

3 - فى حالة وجود شرط تحكيم فإنه ينشئ على عاتق الطرفين التزاماً سلبياً بالامتناع عن اللجوء إلى القضاء للفصل فى النزاع المحكم فيه . ويوجب هذا الاتفاق على المحكمة التى يرفع إليها النزاع أن تحكم بعدم قبول الدعوى إذا دفع المدعى عليه بذلك قبل إبدائه أى طلب أو دفاع فى الدعوى (م/13 من قانون التحكيم التجارى الدولى المصرى رقم 27 لسنة 1994⁽⁹⁶⁾).

هذا بالإضافة إلى أن التجاء أحد أطراف اتفاق التحكيم للقضاء لا يمنع الطرف الآخر من بدء إجراءات التحكيم ، وإذا كانت هذه الإجراءات قد بدأت فرفع الدعوى القضائية لا يعوق استمرار المحكمين فى نظر موضوع النزاع وإصدار حكم فيه⁽⁹⁷⁾.

والأمر على خلاف ذلك بالنسبة للإجراء الإدارى ، فوجود الشرط الذى يقضى بخضوع سجل العنوان الإلكتروني للإجراء للإدارى لا يمنعه ولا يمنع الطرف الآخر من اللجوء إلى القضاء لنظر النزاع سواء قبل بدء الإجراء الإدارى أو أثناء سريانه ، هذا من جهة . ومن جهة أخرى لا يمنع القضاء من نظر الدعوى المتعلقة بهذا العنوان الإلكتروني حتى فى وجود مثل هذا الشرط وفى حالة اللجوء إلى القضاء تقرر اللجنة التى تنظر النزاع ما إذا كان من الممكن أن توقف سريان الإجراء أو تنهى الإجراء كلية .

4- يختلف الإجراء الإدارى عن التحكيم أيضاً فى نطاق حجية الحكم الصادر عن كل منهما ، فبالنسبة لحكم التحكيم فإنه من المسلم به أن اتفاق التحكيم

يقتصر أثره على أطرافه فقط وقد يمتد الاتفاق إلى من يعتبر طرفاً فيه ولو لم يوقع بنفسه على الاتفاق ، فإذا كان من وقع على الاتفاق يمثلته ، وبمعنى آخر لا يمتد آثار حكم التحكيم إلى غير طرفيه إلا إذا كان هناك تمثيل لهذا الغير من جانب أطراف العقد .

والوضع يختلف بالنسبة للإجراء الإداري ، فالقرار الصادر في نهاية هذا الإجراء لا ينفذ من جانب أطرافه بل ينفذ من جانب الغير ، فالإجراء الإداري الصادر بإلغاء العنوان الإلكتروني أو نقله من المدعى أو المدعى عليه أو بقاء العنوان ملكاً للمدعى لا يخاطب سوى هيئة التسجيل المختصة بهذا العنوان ، فهي التي ستقوم بالنقل أو الإلغاء على الرغم من أنها لم تكن طرفاً في الدعوى المرفوعة ، وليس هناك أي تمثيل لها من جانب أطراف الإجراء . ف أطراف الدعوى هم مالك العنوان الإلكتروني (مدعياً) ومسجل العنوان الإلكتروني مدعياً عليه ، فالقرار الإداري في هذه الحالة يخاطب الهيئة التي لم تكن طرفاً في الدعوى بخلاف ما يحدث في نظام التحكيم .

ويتميز الإجراء الإداري بأنه إجراء قليل التكلفة مقارنة بالقضاء العادي أو قضاء التحكيم ، إذ لا يتكبد المتقاضون الذين يختارون هذا الإجراء تكاليف باهظة ترهق ميزانيتهم بعكس الحال في القضاء العادي أو قضاء التحكيم حيث تتراوح تكلفة الإجراء الإداري ما بين 75 إلى 2000 دولار أمريكي إذا كان النزاع يتعلق بعنوان إلكتروني واحد . وقد حددت لائحة مركز التحكيم والوساطة التابع لمنظمة الـ WIPO مصاريف الإجراء أمام المركز بمبلغ

1500 دولار أمريكي وهي تكلفة أقل بكثير من تلك المتطلبة أمام القضاء العادى أو قضاء التحكيم⁽⁹⁸⁾.

والأصل أن المدعى هو الذى يتحمل مصاريف الإجراء الإدارى باعتباره الذى لجأ إلى إحدى الهيئات الأربع وطلب تطبيق الإجراء ، ومع ذلك فى حالة طلب المدعى عليه نظر النزاع أمام لجنة إدارية مكونة من ثلاثة أعضاء فإن مصاريف الإجراء فى هذه الحالة يتم تقسيمها بالتساوى على الطرفين (م/4/g) ومادة (5/c) ومادة (6/c) ومادة (19) من اللائحة .

كما يتميز الإجراء الإدارى أيضاً بسرعه فى الفصل فى موضوع النزاع ، وقد عمدت الـ ICANN إلى تقصير المدد فى الإجراء لضمان فعاليته وملاءمته لطبيعة العلاقات التجارية على شبكة الإنترنت وخطورة واقع القرصنة الإلكترونية وما تسببه من خسائر للعلامات التجارية . وتتراوح المدة الإجمالية اللازمة لصدور قرار نهائى فى موضوع النزاع فى نهاية الإجراء الإدارى بين 45 إلى 60 يوماً ونجد أن الإجراء الإدارى أمام مركز التحكيم والوساطة التابع للمنظمة يستغرق حوالى خمسين يوماً ، وفى جميع الأحوال فهى مدة أقل بكثير من المدة التى ينظر فيها النزاع أمام المحاكم العادية كما يتميز الإجراء الإدارى أخيراً بأنه إجراء ودى اختياري ، فهو من ناحية إجراء ودى لأن الأطراف باختيارهم هذا الطريق لتسوية نزاعهم يكونون قد ابتعدوا عن ساحة القضاء وهيئات التحكيم فالنزع سوف يعرض على لجنة إدارية محايدة تطبق عليه قواعد معينة سنتها شركة الـ ICANN وهى قواعد خاصة بالعناوين الإلكترونية وتصدر اللجنة فى النهاية

قراراً إدارياً ينفذه الأطراف بإرادتهم الحرة دون جبر . ومن ناحية أخرى فهو إجراء اختياري ، فإذا كان من الصحيح أن شركة الـ ICANN ومن قبلها منظمة الـ WIPO قد أوصت بضرورة إدراج بند فى كل عقود تسجيل العناوين الإلكترونية يجبر الأشخاص على اللجوء إلى هذا الإجراء ، إلا أن أطراف النزاع لهم مطلق الحرية فى ترك الإجراء فى أى وقت سواء قبل بدء الإجراء أو أثناء سريانه واللجوء إلى القضاء العادى ، كما لهم مطلق الحرية فى عدم الالتزام بالقرار الصادر فى نهاية الإجراء ، ومن ثم يجوز لهم اللجوء إلى القضاء حتى بعد صدوره لعرض النزاع من جديد (م/4/ك) من القواعد .

وتقتضى السياسة الموحدة أن يثبت المدعى أن اسم الحقل موضوع النزاع هو مطابق لعلامته التجارية أو مشابه لها بشكل يحدث اللبس ، وأن المدعى عليه ليس له أى حق أو أية مصلحة شرعية فى اسم الحقل وأنه قد قام بتسجيل اسم الحقل وانتفع به عن سوء نية .

1 - نطاق تطبيق الإجراء الإدارى وشروطه

بينت الـ ICANN فى قواعدها الحالات التى تطبق فيها أحكام الإجراء الإدارى والذى تنظمه هذه القواعد ، فنصت القواعد الموجهة واللائحة التنفيذية لها على إجراءات مختصرة يتم بها الإجراء وصولاً إلى قرار سريع فى موضوع النزاع .

فوفقاً لللائحة التنفيذية للقواعد الموجهة يجوز لكل شخص يقدر أن تسجيل العنوان الإلكتروني قد اعتدى على علامته بإحدى الصور المنصوص عليها في المادة 4(a) من المبادئ الموجهة أن يتقدم بشكوى إلى إحدى الجهات الأربع التي حددتها اللائحة ، وقد حددت شركة الـ ICANN المؤسسات أو الجهات التي يتم تقديم الشكوى إليها ولا يجوز تقديم الشكوى إلا لهذه المؤسسات والسابق الإشارة إليها .

أولاً : مركز التحكيم والوساطة في سويسرا التابع لمنظمة الـ WIPO

يشرف المركز على الإجراءات المتخذة لتسوية المنازعات بناء على السياسة الموحدة لتسوية المنازعات المتعلقة بأسماء الحقول على الإنترنت ، كما اعتمدتها هيئة الإنترنت المعنية بالأسماء والأرقام المعنية (ICANN) بناء على توصيات الويبو الصادرة في إطار مشروعها الأول بشأن أسماء الحقول على الإنترنت . وتقتصر السياسة على قضايا الأفعال التعسفية الفادحة في تسجيل أسماء الحقول والانتفاع بها عن سوء نية ، على أنها لا تمنع أى طرف من رفع النزاع إلى محكمة مختصة ، علماً بأن عدداً قليلاً جداً من القضايا المنظورة في ظل السياسة الموحدة قد أحيل إلى المحاكم الوطنية أيضاً.⁽⁹⁹⁾

وبعد تأسيس بنية تحتية موسعة ، تناول المركز منذ ديسمبر/كانون الأول 1999 ما يزيد على 7500 قضية شملت نحو 14 000 اسم حقل وبعد أن بلغ عدد القضايا ذروته الأولى سنة 2000، استقر معدلها على نحو ثلاث قضايا في اليوم حتى سنة 2004 عندما شهد المركز ارتفاعاً بنسبة 5%.

مقارنة بالسنة السابقة. وقد استمر ذلك الارتفاع في سنة 2005 بمعدل يناهز أربع قضايا محالة إلى المركز في اليوم الواحد . وكان أطراف القضايا المرفوعة في ظل السياسة الموحدة من 122 بلداً وكانت اللغات المستعملة في إطار الإجراءات المتبعة بناء على السياسة الموحدة 11 لغة مختلفة ، هي الإسبانية والألمانية والإنجليزية والإيطالية والبرتغالية والروسية والصينية والفرنسية والكورية والنرويجية واليابانية ، واختيرت لغة الإجراءات حسب لغة اتفاق التسجيل المطبق على اسم الحقل قيد النظر . وتضم قائمة الويبو من المحكمين والوسطاء بشأن منازعات أسماء الحقول بناء على السياسة الموحدة خبراء في مجال العلامات التجارية من 56 بلداً منتشرة في كل القارات⁽¹⁰⁰⁾.

وقد قدمت الويبو مساهمات عديدة من أجل المساعدة على ضمان الإنصاف والشفافية في تطبيق إجراءات السياسة الموحدة وأعدت بصفة خاصة فهرساً قانونياً إلكترونياً يستطيع المتخاصمون والمحكمون والوسطاء أن يبحثوا فيه مباشرة عن كافة القرارات الصادرة عن محكمي الويبو بناء على السياسة الموحدة⁽¹⁰¹⁾.

وقد نشر المركز مؤخراً عرضاً شاملاً لآراء صادرة عن المحكمين والوسطاء في قضايا مختارة منظورة في ظل السياسة الموحدة⁽¹⁰²⁾ وهو عبارة عن وصف مختصر لأنماط القرارات الصادرة في ظل السياسة الموحدة بشأن بعض المسائل الموضوعية والإجرائية المهمة. ومن شأن هذه الأداة

الشبكية أن تعزز الاتساق وتكفل صلابة الحجج في القرارات المتخذة بناء على السياسة الموحدة وتساعد الأطراف على تقييم حظهم في كسب القضايا وبالإضافة إلى ذلك يقيم المركز حلقات عمل منتظمة بشأن تسوية منازعات أسماء الحقول للجهات المهتمة⁽¹⁰³⁾ واجتماعات للمحكمين والوسطاء المستعان بخدماتهم .

يعد مركز التحكيم والوساطة التابع لمنظمة الـ WIPO أول هذه الجهات وأكثرها نظراً للمنازعات المتعلقة بالعناوين الإلكترونية ، كما يعد أقدم المراكز التي أجازتها الـ ICANN لنظر المنازعات حيث صدرت هذه الإجازة في أول ديسمبر 1999 أي بعد مرور شهرين على صدور قواعد الـ UDRP . ويتمتع المركز بثقة كبيرة بين المتقاضين في كل أنحاء دول العالم وتوضح الأهمية التي يتمتع بها المركز جلياً من الإحصاءات التي تصدرها شركة الـ ICANN التي تؤكد أنه منذ الموافقة عليه في أول ديسمبر 1999 وحتى أبريل 2002 نظر المركز أكثر من 3800 نزاع⁽¹⁰⁴⁾.

ثانياً : مركز التسوية الإلكترونية في كندا E-Resolution

تم إنشاء مركز التسوية الإلكترونية عام 1999 من جانب شركة كندية تنفيذياً لاقتراح تقدمت به كلية الحقوق – جامعة مونتريال في عام 1998 ويشير حرف E إلى كلمة Electronic ومن ثم يمكن ترجمة هذا المصطلح بأنه الحل الإلكتروني أو التسوية الإلكترونية⁽¹⁰⁵⁾.

ومقرها مدينة مونتريال ، وتعد هذه المحكمة التصوير الأول لفكرة وجود محكمة افتراضية على شبكة الإنترنت وتسمى Cyber Tribunal فهي محكمة تقوم بالوساطة والتحكيم بين المتنازعين عبر شبكة الإنترنت .

و تتم الإجراءات أمام هذه المحكمة منذ تقديم الطلب وحتى صدور حكم فى الموضوع كلية عبر شبكة الإنترنت . وتبدأ الإجراءات بملء طلب إلكترونى متاح على العنوان الإلكتروني للـ E-Resolution مضافاً إليه كل عناصر الإثبات الواجبة . ثم تطلب هذه الهيئة من مقدم الطلب اختيار كلمة مرور ورقم سرى له سيكون هو نفسه رقم سر القضية بحيث يمكنه أن يطلع على كل جديد فى القضية من خلاله وتخطر الهيئة المدعى عليه بوجود النزاع وعناصره وكلمة المرور والرقم السرى للقضية حتى يمكنه أن يقدم دفاعه بنفس الطريقة وعلى نفس الموقع . وبعد تقديم المستندات تفحص الهيئة النزاع على وجه السرعة وتخطر الأطراف بالقرار الذى توصلت إليه ، وينشر القرار بعد ذلك على الموقع الإلكتروني للهيئة مع احتفاظها بكل المستندات التى تعتبر سرية .

وتتكون هذه المحكمة الافتراضية الكندية من محكمين مستقلين ومحايدين يتم اختيارهم من كل أنحاء العالم ومتخصصين فى العلامات التجارية والملكية الفكرية وتكنولوجيا المعلومات وتتم إجراءات نظر الدعوى أمام هذه المحكمة عبر شبكة الإنترنت⁽¹⁰⁶⁾.

ثالثاً : مركز تسوية المنازعات فى نيويورك CPR⁽¹⁰⁷⁾

يعتبر المركز الجهة الرابعة والأخيرة التي يمكنها نظر النزاع المتعلق بالعناوين الإلكترونية وفقاً لقواعد الـ UDRP ، وهو مركز أمريكي تكون عام 1979 ومقره مدينة نيويورك ، وتمت الموافقة عليه من جانب الـ ICANN في 15 مايو 2000 ، وتم العمل فيه بالفعل في 22 مايو 2000 ، ويضم المركز أيضاً ممثلين للشركات المسجلة ومحامين وقضاة قدامى وأساتذة وخبراء في مجال الملكية الفكرية ويصل عدد أعضائها حوالى 700 عضو كلهم قادرين على النظر في منازعات العناوين الإلكترونية⁽¹⁰⁸⁾.

رابعاً : منبر التحكيم الوطنى

وهى محكمة أمريكية نشأت فى عام 1986 ومقرها مدينة سانت بول وتم إجازتها والموافقة عليها من جانب شركة الـ ICANN فى 23 ديسمبر 1999 .

ويقدم مسجل العنوان الإلكتروني المضرور من القرصنة الإلكترونية شكوى عن طريق البريد العادى أو عن طريق البريد الإلكتروني وتتولى اللجنة الإدارية التى يعينها المنتدى فحص الشكوى ونظر النزاع وفقاً لقواعد الـ UDRP⁽¹⁰⁹⁾ والقواعد الإجرائية الخاصة بالمنتدى⁽¹¹⁰⁾، ويتمتع أعضاء اللجان الإدارية التابعة لهذه المحكمة بالحياد والاستقلال ويشترط فيهم الخبرة فى مجال التحكيم التجارى الدولى ومنازعات الأعمال لمدة لا تقل عن خمس عشرة سنة .

ويتكون أعضاء هذه اللجان ممن تتوافر فيهم الخبرة من القضاة وأساتذة القانون والمحامين والخبراء وغيرهم . ويتم الفصل في المنازعات أمام هذه المحكمة على أساس القواعد الموضوعية للـ UDRP وكذلك القواعد الإجرائية الداخلية للمحكمة وتتشابه هذه الإجراءات بتلك التي تنطبق أمام القضاء العادى باستثناء أنها تتم بشكل أسرع وأقل تكلفة .

2 - شروط تطبيق الإجراءات الإدارية

تتشرط المادة 4 فقرة (a) من القواعد الموحدة لتسوية المنازعات المتعلقة بأسماء الحقوق توافر ثلاثة شروط حتى يخضع النزاع المتعلق بالعنوان الإلكتروني للإجراء الإداري ، ويقع إثبات توافر هذه الشروط على عاتق مالك العلامة التجارية وتتمثل هذه الشروط في الآتي : -

1 - 2 أن يكون العنوان الإلكتروني محل النزاع مطابقاً أو مشابهاً بدرجة تؤدي إلى وقوع اللبس والخلط في أذهان الجمهور لعلامة تجارية يكون للمدعى حقوق عليها وبحيث يصعب التمييز بينهما

يشترط لخضوع النزاع للإجراء الإداري وفقاً للقواعد الموحدة لتسوية منازعات العناوين الإلكترونية أن يثبت المدعى مالك العلامة التجارية أن تسجيل العنوان الإلكتروني من جانب الغير يتشابه أو يتماثل مع علامته التجارية ، ويثبت أيضاً أن هذا التماثل أو التشابه قد نتج عنه خلط في أذهان الجمهور مما أضر بمصالح هذا المالك .

ولا يشترط أن يكون هناك تماثل تام بين العنوان الإلكتروني والعلامة التجارية وإنما يكفي أن يتوافر التشابه بينهما بشكل يؤثر الخلط واللبس .

وتقدير التماثل والتشابه يخضع لتقدير الجهة الإدارية التي تنظر النزاع ، وتقدر هذه الهيئة التماثل أو التشابه بين العنوان الإلكتروني والعلامة التجارية في ضوء المظهر العام للإثنين دون الدخول في التفاصيل الخاصة بكل منهما . ويتم قياس هذا التماثل أو التشابه من قبل الجهة الإدارية بمعيار موضوعي قوامه الشخص المعتاد . فإذا حدث خلط بين كل من المظهر العام للعنوان الإلكتروني والمظهر العام للعلامة التجارية في نظر هذا الشخص المعتاد بحيث اعتقد من طريقة الكتابة أو حركة نطق الحروف أن الإثنين يعبران عن شئ واحد قضت الهيئة بتوافر الشرط ، ويتوافر هذا الخلط بمجرد استخدام العلامة حتى ولو لم تكن مسجلة بشكل رسمي .

- 2 - 2 ألا يكون للمدعى عليه الذي سجل اسم الدومين باسمه حق أو

مصلحة مشروعة في اسم الدومين

تشترط قواعد الـ UDRP لقبول الشكوى المتعلقة بالعنوان الإلكتروني أن يثبت مالك العلامة التجارية أنه لا يوجد حق أو مصلحة مشروعة لمسجل العنوان الإلكتروني على هذا العنوان ، وتتمتع اللجنة التي تنظر النزاع بسلطة تقديرية في بيان مدى توافر هذا الحق أو المصلحة المشروعة . وفي جميع الأحوال يجب أن يفسر الشك في وجود المصلحة المشروعة من عدمه لصالح المدعى عليه كما يتم تفسير المصلحة المشروعة لمسجل العنوان الإلكتروني بشكل واسع وبحسب ظروف كل حالة على حدة .

وكما يتبين من هذا النص نجد أنه يتعلق في الواقع بأمرين ، الأول هو الحق الذي قد يكون لمسجل العنوان الإلكتروني في تسجيله لهذا العنوان ، أما

الثانى فهو يتعلق بالمصلحة المشروعة لهذا الشخص . ويكون لمسجل العنوان الإلكتروني حق فى تسجيله إذا كان يمتلك هو الآخر علامة تجارية بنفس اسم علامة المدعى و فى مثل هذا الفرض يكون من حق الإثنين تسجيل عنوان إلكترونى يمثل علامتها على شبكة الإنترنت .

فإذا سبق أحدهما الآخر فلا تثريب عليه ولا يقبل فى هذه الحالة شكوى الذى تأخر فى التسجيل ، أما المصلحة المشروعة التى تشير إليها قواعد الـ UDRP فقد حددتها هذه القواعد فى الفقرة (c) من المادة الرابعة حيث حددت على سبيل الحصر ثلاث حالات يجوز للمدعى عليه إثبات إحداها ليثبت أن له حقاً أو مصلحة مشروعة فى استخدام العنوان الإلكتروني الذى سجله، وتنحصر هذه الحالات فى الآتى :

1 - أن يثبت مسجل العنوان الإلكتروني أنه معروف جيداً بالاسم الذى تم به تسجيل العنوان الإلكتروني .

2 - أن يثبت مسجل العنوان الإلكتروني أنه قد استغل العنوان الإلكتروني استغلالاً غير تجارى لا يهدف إلى تحقيق الربح ودون أن تكون لديه نية اختلاس العملاء من مالك العلامة التجارية أو إساءة استخدام هذه العلامة⁽¹¹¹⁾.

3 - أن يثبت مسجل العنوان الإلكتروني أنه قبل معرفته بوجود نزاع يتعلق بهذا العنوان قد استخدمه بالفعل بحسن نية لعرض منتجات وخدمات من خلاله أو جهزه لهذا الاستخدام . وبمعنى آخر فإن الاستخدام هنا يشمل الاستخدام الفعلى والمستقبلى للعنوان الإلكتروني .

ولم تتفق القرارات الصادرة في مثل هذه المنازعات على إجابة واحدة تتعلق بعبء إثبات وجود حق أو مصلحة مشروعة في تسجيل العنوان الإلكتروني ، وما إذا كان يقع على عاتق المدعى (مالك العلامة التجارية) أم على عاتق المدعى عليه (مسجل العنوان الإلكتروني) ، ويبدو أن الخلط بين موقف كل من المدعى والمدعى عليه في إثبات الحق أو المصلحة المشروعة قد جاء بسبب موقف قواعد الـ UDRP من هذا الإثبات ، فالفقرة (c) من المادة الرابعة من هذه القواعد قد حددت ثلاث حالات يمكن أن يثبت المدعى عليه إحداها لكي يثبت وجود حق أو مصلحة مشروعة له في تسجيل العنوان الإلكتروني وترفض شكوى المدعى .

3 - 2- أن يكون المدعى عليه قد سجل اسم الدومين واستعمله بسوء نية يشترط أخيراً لخضوع النزاع إلى الإجراء الإداري وفقاً للقواعد الموحدة لتسوية منازعات العناوين الإلكترونية أن يثبت مالك العلامة التجارية سوء نية المدعى عليه عندما سجل العنوان الإلكتروني . ومصطلح سوء النية هو أكثر المصطلحات التي أثارت اهتمام واضعي تلك القواعد والجهات الإدارية التي تنظر النزاع وفقاً لهذه القواعد .

وقد حددت الفقرة (b) من المادة الرابعة أربعة حالات تثبت فيها سوء نية مسجل العنوان الإلكتروني وتتمثل هذه الحالات والتي وردت على سبيل المثال لا الحصر وبالتالي تتمتع الجهة الإدارية بسلطة تقديرية في إضافة حالات أخرى لسوء نية مسجل العنوان الإلكتروني في الآتي :

1 - وجود أدلة على أن الغرض الأساسي من تسجيل العنوان الإلكتروني هو البيع أو التنازل عن الاسم لمالك العلامة التجارية الحقيقي أو لأحد منافسيه مقابل مكسب يزيد عن التكلفة المباشرة المتعلقة باسم موقع الإنترنت .

2 - وجود تاريخ سابق يدل على أن تسجيل العنوان الإلكتروني يهدف إلى منع مالك العلامة التجارية من تملك عنوان إلكتروني يمثل علامته التجارية الخاصة به على موقع الإنترنت .

3 - السعي نحو جذب المستخدمين إلى الموقع بهدف اختلاس العملاء من مالك العلامة التجارية من أجل تحقيق مكسب اقتصادي عن طريق السعي عمداً لمحاولة إحداث إرباك باعتباره موقعاً يحظى بالاهتمام أو بالدعم .

4 - عندما يستخدم العنوان الإلكتروني للإضرار بعمليات المنافسة لأحد المنافسين.

وهذه الحالات الأربع إلى ذكرتها المادة والتي جاءت على سبيل المثال لا الحصر تقدر بشكل متشدد من جانب الجهات الإدارية التي تنظر النزاع بحيث يمكن القول بأن هذه الحالات تقتصر فقط على حالة التسجيل المتعسف للعنوان الإلكتروني . ويقع على عاتق المدعى إثبات توافر إحدى هذه الحالات ، فلا يفترض وجودها لمجرد توافر الشرطين الآخرين اللازمين لتطبيق الإجراء .

ويجب التوسع في حماية العلامات التجارية من الاعتداء عليها من جانب العناوين الإلكترونية حتى في الحالات التي تسجل فيها فقط هذه العناوين دون

ممارسة أية أنشطة تجارية عليه ولا يلزم ممارسة هذه الأنشطة لنكون أمام استخدام حقيقي للعنوان⁽¹¹²⁾.

3 - سريان الإجراءات الإدارية

الإجراء الإداري الذي تخضع له منازعات العناوين الإلكترونية يتم على شبكة الإنترنت وهذا ما يميزه عن غيره من الطرق الودية لتسوية المنازعات .

لذا اهتمت قواعد الـ UDRP واللائحة التنفيذية لها بتحديد خطوات سريان هذا الإجراء بدءاً من تقديم الشكوى من جانب المدعى وحتى إنتهاء الإجراء بصور قرار في الموضوع بنقل أو إلغاء العنوان الإلكتروني .
أولاً : إجراءات سريان الإجراءات الإدارية

تبدأ الإجراءات بتقديم شكوى من المدعى مالك العلامة التجارية متضمنة بيانات معينة يتم فحصها من جانب الهيئة التي تنظر النزاع ، ثم تخطر الهيئة المدعى عليه بالشكوى للرد على ما جاء بها ثم تفصل الهيئة في النزاع بعد ذلك وفقاً لقواعد الـ UDRP .

(1) تقديم شكوى من جانب مالك العلامة التجارية

لا تتصدى الجهات الإدارية من تلقاء نفسها للفصل في النزاع ، ولكنها تحتاج لذلك تقديم شكوى من جانب المدعى (مالك العلامة التجارية) يدعى فيها إعتداء شخص آخر على علامته التجارية بتسجيله عنواناً إلكترونياً له نفس تسمية العلامة ، ويقدم المدعى شكواه إلى إحدى الجهات الأربع السابق الإشارة إليهم .

واشترطت المادة الثالثة فقرة (b) من اللائحة التنفيذية لهذه القواعد أن تتضمن الشكوى عدة بيانات منها :

- بيانات شخصية عن المدعى وهو مالك العلامة التجارية التي تم الاعتداء عليها وأيضاً بيانات مسجل العنوان الإلكتروني الذي قام بالإعتداء (المدعى عليه) .
- ما يثبت ملكية المدعى للعلامة التجارية المعتقدى عليها .
- كل ما يتعلق بالوقائع والملابسة للقضية ، وكذلك المسائل القانونية المرتبط بها .
- المحكمة المختصة بنظر النزاع فى حالة عدم قبول قرار اللجنة .
- بيان بأن المدعى على استعداد للقيام بأى إجراء تكميلى تلزمه به الهيئة لحين الفصل فى النزاع .
- إثبات خضوع النزاع المتعلق بهذه العلامة للقواعد الموحدة لتسوية منازعات العناوين الإلكترونية والتي سبق الإشارة إليها وذلك بأن يثبت المدعى أن العنوان الإلكتروني المعتقدى يماثل أو يشابه علامته التجارية ، وأن المدعى عليه ليس له أى حق أو مصلحة مشروعة على العنوان الإلكتروني وأن العنوان الإلكتروني قد تم تسجيله بسوء نية .

وتقوم الهيئة التى وصلتها الشكوى بفحصها للتأكد من أنها تتضمن البيانات الكافية المتعلقة ، فإذا اكتشفت الهيئة نقص بيانات هذه الشكوى فإنها تخطر

المدعى بذلك وتمنحه فرصة خمسة أيام ليستكمل النقص فى هذه البيانات ، فإذا مضت هذه الفقرة دون رد من المدعى فيعتبر أنه قد تنازل عن شكواه ، ولا تعير الهيئة أى اهتمام بالشكوى .

(2) إخطار المدعى عليه وتكوين اللجنة الإدارية

بعد فحص الشكوى للتأكد من اختصاصها بنظر النزاع وفقاً لقواعد الـ UDRP ودفع مصروفات هذا الإجراء تقوم الهيئة المختصة من هذه الهيئات الأربع بإخطار المدعى عليه بمضمون الشكوى وذلك فى غضون ثلاثة أيام عمل تبدأ من تلقيها الشكوى .

وتقوم الهيئة المختصة بمنح المدعى عليه مدة 20 يوماً ليقوم بالرد على ما جاء بالشكوى (م/5a من اللائحة التنفيذية) ، ومن الممكن أن تمتد هذه المدة أكثر من ذلك وذلك فى ظروف استثنائية تقدرها الهيئة المختصة (م/5b من اللائحة التنفيذية) .

وبإنهاء هذه المدة تقوم الجهة الإدارية المختصة بتكوين لجنة إدارية تفصل فى النزاع على أساس ما جاء فى الشكوى فقط ، وتقوم اللجنة بنظر هذا النزاع حتى فى غياب أى رد من جانب المدعى عليه وذلك على أساس ما جاء فى الشكوى فقط إلا فى ظروف استثنائية تقدرها الجهة (م/5e من اللائحة التنفيذية) .

وتحتفظ كل جهة من الجهات الأربع المحددة بقائمة من الأسماء الذين يمكنهم الفصل فى هذه المنازعات تختارهم هذه الجهة وفقاً للشروط وبالطريقة التى تحددها (م/6a من اللائحة التنفيذية) .

فإذا اختار الأطراف أن ينظر النزاع عضو وحيد تقوم الجهة المختصة بتعيين هذا العضو من بين قائمة الأسماء التي لديها وذلك في خلال خمسة أيام عمل تبدأ من تلقى الجهة رد المدعى عليه أو من مضي المدة التي يجب أن يرد فيها . أما إذا اختار الأطراف أن تنظر النزاع جهة إدارية مكونة من أكثر من ثلاثة أعضاء فكل طرف يجب أن يقدم إلى الجهة المختصة قائمة بها أسماء معينة تختار الجهة واحداً منهم لتمثيل هذا الطرف . ونفس الأمر بالنسبة للطرف الثاني . ويتم تعيين العضو الثالث من جانب الهيئة المختصة بعد استشارة الأطراف على اختياره من بين خمسة أشخاص تحددهم الهيئة (م/6/ع من اللائحة التنفيذية) .

ومتى تم تعيين اللجنة الإدارية على هذا النحو ، تخطر الجهة المختصة الأطراف بهذا التشكيل وبالتاريخ الذي ستبدأ فيه اللجنة بنظر النزاع ، وتنص المادة (7) من

اللائحة التنفيذية لقواعد الـ UDRP على أن أعضاء اللجنة محايدون ومستقلون⁽¹¹³⁾. (1) نظر النزاع وصدور قرار في الموضوع

تقوم اللجنة الإدارية بالفصل في النزاع المعروض عليها على أساس المستندات المقدمة إليها من الأطراف ويجوز أن تطلب من الأطراف إمدادها ببعض المستندات الضرورية أثناء نظر النزاع (م/12 من اللائحة التنفيذية). وفي حالة تعدد المنازعات التي تتعلق بعنوان إلكتروني واحد بين نفس الأطراف فيجوز لكل طرف أن يطلب من اللجنة الإدارية ضم الإجراءات في

إجراء واحد (م/4/f من القواعد ومادة e/10 من اللائحة التنفيذية) . والأصل أن اللجنة للإدارية تنظر النزاع دون مرافعة الأطراف ، فهي تعتمد في حكمها فقط على ما قدمه الأطراف من مستندات وذلك باستثناء ظروف خاصة جداً (م/12 من اللائحة التنفيذية) . وتطبق اللجنة الإدارية على النزاع قواعد الـ UDRP التي وضعتها شركة الـ ICANN واللائحة التنفيذية لهذه القواعد وكل المبادئ القانونية التي تقدر تطبيقها (م/15/a من اللائحة التنفيذية) . وباستثناء ظروف خاصة تصدر اللجنة قرارها في موضوع النزاع خلال 14 يوماً من تاريخ تعيينها (م/15/b من اللائحة التنفيذية) ، وتقوم اللجنة بإخطار الجهة المختصة التابعة لها بالقرار الذي توصلت إليه . ويجب أن يكون هذا القرار مكتوباً ومسبباً (م/15/b من اللائحة التنفيذية) . وتمثل القرارات الصادرة من اللجان الإدارية في نوعين هما :

الأول :

وفيه تتأكد الجهة الإدارية من صحة ما ورد بشكوى المدعى ، وتنتهي إلى وجود إعتداء على العلامة التجارية بسبب تسجيل المدعى عليه عنوانه الإلكتروني ، في هذه الحالة تصدر اللجنة الإدارية قراراً بوقف استخدام العنوان الإلكتروني من جانب المدعى عليه ونقله إلى المدعى . ويجب أن تخطر الجهة المختصة بنظر النزاع الشركة المسئولة عن التنفيذ بهذا القرار حتى تتمكن من تنفيذه وذلك خلال عشرة أيام عمل التالية لصدور القرار (م/4/k من القواعد) .

الثانى :

وفيه تنتهى اللجنة الإدارية إلى رفض حجج المدعى وتؤكد من وجود حق أو مصلحة مشروعة للمدعى عليه من تسجيل العنوان الإلكتروني أو أن المدعى قد قدم شكواه ضد المدعى عليه لمجرد مضايقته وتشويه سمعته التجارية . ويتضح من ذلك أن القرارات الصادرة من اللجنة الإدارية وفقاً لقواعد الـ UDRP تقتصر إما على إلغاء أو نقل العنوان الإلكتروني أو إبقاء استخدامه من جانب المدعى عليه . ومن ثم فلا تملك اللجنة سلطة إصدار قرار يلزم أحد الأطراف بتعويض عن الأخطاء التي يمكن أن تنسب إليه حتى ولو تثبتت اللجنة من وجوده . فالحكم بالتعويض يدخل فى اختصاص المحاكم العادية فقط .

وبصدور القرار تقوم الجهة المختصة بإخطار الأطراف بالقرار الصادر خلال ثلاثة أيام عمل تبدأ من تسلمها القرار (م/16/a من اللائحة التنفيذية) .

(4) موقف العنوان الإلكتروني أثناء نظر النزاع

توجب المادة (8/a) من القواعد الموجهة على المدعى عليه ألا يستغل العنوان الإلكتروني محل النزاع أو ينقله إلى شخص آخر أثناء نظر النزاع وبعد ذلك أيضاً ولمدة خمسة عشر يوماً من إنتهاء هذا النزاع .

ولا يجوز للمدعى عليه أن يطلب تسجيل نفس العنوان الإلكتروني أمام شركة تسجيل أخرى وذلك أثناء نظر النزاع أو بعد إنتهائه بخمسة عشر يوماً . وإذا خالف المدعى عليه هذا الحظر تخاطب الـ ICANN شركة التسجيل المختصة لكى تلغى كل الإجراءات التى تمت على العنوان الإلكتروني فى هذه

الفترة . ونفس الأمر إذا لم يرتض الطرفان القرار الإداري الصادر من اللجنة الإدارية ورفعوا دعوى جديدة لنظر النزاع أمام محكمة وطنية أو محكمة تحكيم . ففي هذه الحالة لا يجوز لمسجل العنوان أن يتصرف فيه للغير أو يغير تسجيله إلا إذا صدر الحكم النهائي في الموضوع . ومع ذلك فقد استثنت المادة (8/ii a) من ذلك الحالة التي يلتزم فيها المدعى عليه كتابة باحترام الحكم الصادر أيًا كانت طبيعته ، ففي هذه الحالة الاستثنائية يجوز له استخدام العنوان الإلكتروني أو تغيير تسجيله أثناء نظر النزاع.

ثانياً : إنتهاء الإجراء الإداري

يتبين من قراءة نصوص القواعد واللائحة التنفيذية لها أن الإجراء الإداري قد ينتهي لأحد الأسباب لآتية:-

- 1 - توصل الأطراف إلى اتفاق بشأن العنوان الإلكتروني محل النزاع قبل صدور القرار الإداري من جانب اللجنة الإدارية ، وفي هذه الحالة تشترط المادة (17/a) من اللائحة التنفيذية على اللجنة أن توقف الإجراء الإداري .
- 2 - إذا قرر أحد الأطراف (المدعى مالك العلامة التجارية) أو (المدعى عليه مسجل العنوان الإلكتروني) اللجوء إلى القضاء للفصل في الموضوع بحكم ملزم للطرفين . ففي هذه الحالة توقف اللجنة نظر الإجراء وتترك الأمر للقضاء المختص.

- 3 - صدور قرار من اللجنة الإدارية سواء كان في صالح المدعى أو المدعى عليه . ويكون القرار في صالح المدعى لو أمر بإلغاء أو نقل العنوان محل

النزاع إلى المدعى ، ويكون في صالح المدعى عليه لو أمر ببقاء استخدام العنوان من جانب المدعى عليه .

ونجد أن القرار الإداري الصادر في النزاع غير ملزم للأطراف ، فقد يرتضون ما انتهت إليه اللجنة الإدارية وينفذون مضمون القرار أو يرفضونه كلية ويقرر أحدهما اللجوء إلى القضاء المختص ليستصدر حكماً قضائياً في الموضوع .

الحواشي

- 1 مدرس القانون الجنائي بالمعهد العالي للدراسات النوعية
- (2) - د/ سميحة القليوبي ، القانون التجاري ، دار النهضة العربية ، ص 269 وما بعدها ، 1981 .
- (3) - د/ عبد الرحمن بن عبدالله السند ، وسائل الإرهاب الإلكتروني " حكمها في الإسلام وطرق مكافحتها" ، بحث مقدم للمؤتمر العالمي عن موقف الإسلام من الإرهاب - جدة 2004م ص 12 .
- (4) - د/ عمر محمد أبو بكر بن يونس : الأيكان ، دراسة تم عرضها في محاضرة في ندوة تأثير محركات البحث عن إدارة الإنترنت ، الإسكندرية من 31 يوليو- 4 أغسطس 2005م ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، جامعة الدول العربية.ص22 .
- (5) - د/ عبد الفتاح بيومي حجازي ، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية ، ص 249 وما بعدها ، دار الفكر الجامعي ، 2004 .
- (6) - د/ عمر محمد أبو بكر بن يونس ، الجرائم الناشئة عن استخدام الإنترنت ، ص47 .
- (7) www.law.tulane.edu/journals/jtip/v211/index.html - (3)
- (8) - بروتوكول نقل الربط الفائق Hyper text Transfer Protocol وهو بروتوكول يربط مواقع الويب الموصولة بشبكة الإنترنت فيما بينها ويسمح بالاتصال بها والتجول في عمقها باستخدام نظام الوصلات الفائقة .
- (9) <http://www.verisign.com> - (1)
- (10) - تعد اختصاراً لمصطلح Uniform Resource Locator
- (11) - (1) بدأت تدخل فكرة Domain Name في منتصف الثمانيات . وكان أول عنوان إلكتروني يتم تسجيله عن - www.verisign.com أنظر في ذلك <http://www.verisign.com> .
- (12) - (2) Milchir (M), Marques et Noms de domaine de quelques Richard actuels lamy droit commercial.no 135 problemes d'actualite p2 juillet .2000.Bulletin
- (13) - د/ عمر محمد أبو بكر بن يونس : الأيكان ، دراسة تم عرضها في محاضرة في ندوة تأثير محركات البحث عن إدارة الإنترنت الإسكندرية 31 يوليو- 4 أغسطس 2005م ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، جامعة الدول العربية.ص22 .
- (14) - حول هذا التعريف أنظر : د/ محمد حسام محمود لطفي : المشكلات القانونية في مجال المعلوماتية " خواطر وتأملات" ، بحث مقدم إلى مؤتمر تحديات حماية الملكية الفكرية من منظور عربي ودولي والذي عقد في القاهرة في الفترة من 21-23/3/1997م وذلك برعاية الجمعية المصرية لحماية الملكية الصناعية والجمعية الدولية لحماية الملكية الصناعية ص 94
- (15) - د/ محمد حسام محمود لطفي ، المشكلات القانونية في مجال المعلوماتية ، خواطر وتأملات ، بحث مقدم إلى مؤتمر " تحديات حماية الملكية الفكرية من منظور عربي ودولي " ، عقد في

- القاهرة في الفترة من 21-23 أكتوبر 1997 تحت رعاية الجمعية المصرية لحماية الملكية الصناعية والجمعية الدولية لحماية الملكية الصناعية ص 94 .
- (16) Larrfeu (j) , Protection d'une marque renommee contre le cyberpritage, expertises, aout et septembre 1999 ,pp 260
- (17) د/ عمر محمد أبو بكر بن يونس ، مرجع سابق ، ص 22 .
- (18) _ يقصد بالمقطع (Hypertext Transfert Protocol : http) . د/ سهير فهمي حجازي ، مقدمة في تكنولوجيا الحاسبات والشبكات الطبعة الأولى ص 288 ، 2002/2001 .
- (19) _ يقصد به (Top Level Domain Name) .
- (20) _ يقصد به (Second Level Domain Name) .
- (21) _ يقصد به Transmission Control Protocol /Internet Protocol
- (22) Ledrich (E) , Le statut de noms de domain, Memoire DEA, Montpellier, 2000 , p.2 ,
- (23) _ تجدر الإشارة إلى أن معجم الكمبيوتر المثبت على شبكة الإنترنت يترجم الـ Domain Name على أنه " اسم مجال " أو " اسم حيز " . ويعرفه بأنه " عنوان اتصال شبكة يقوم بتحديد مالك هذا النوع في نسق هرمي يكون كالتالي " Type,Server,org " أي (الخادم- المنظمة- النوع) د/ سهير فهمي حجازي ، مقدمة تكنولوجيا الحاسبات والشبكات ، المرجع السابق ، ص 292 . ويترجمه بعض الفقه بأنه " اسم دومين " . د/ محمد حسام محمود لطفي المرجع السابق ص 94 .
- (24) J.Zadeik(F) , Domain Name disputes. The united states experience, in " file :/a:\domain/name/disputes/the united/states/experience.htm", p.3
- (25) _ وفقا لبعض الإحصاءات التي تبين استخدام الإنترنت في العالم العربي أن هناك نسبة 64% من إجمالي الشركات المشتركة في خدمة الإنترنت تستخدم الشبكة كوسيلة للإعلان عنها . ويتمثل الاستخدام الرئيسي لمواقع هذه الشركات عبر الشبكة في عرض البيانات الرئيسية عنها مثل عنوان الشركة وطبيعة نشاطها وأرقام التليفونات والفاكس والبريد الإلكتروني مهندس / رأفت رضوان ، اتجاهات مجتمع الأعمال العربي نحو التجارة الإلكترونية 1999 ص 245 .
- (26) د/ سميحة القليوبي ، المحل التجاري – دار النهضة العربية 2000 الطبعة الرابعة بند 3 ص 5 .
- (27) د/ محمد حسام محمود لطفي : النزاع بين أسماء الحقوق على الإنترنت والعلامات التجارية ، بحث مقدم إلى ندوة الويبو الوطنية عن آخر التطورات في مجال الملكية الفكرية المنعقدة في مسقط في الفترة 20-21/10/2002م برعاية المنظمة العالمية للملكية الفكرية الويبو بالتعاون مع وزارة التجارة والصناعة بسلطنة عمان ص 4-5 .

(28) - يعتبر هذا الاسم هو الأشهر بالنسبة لمستخدمي الإنترنت ، حيث تشير إحصائية تم نشرها عبر شبكة الإنترنت عن عدد العناوين التجارية التي تم تسجيلها حتى الأول من شهر يونيو 1999 ، أنه من بين حوالي 8 ملايين اسم تم تسجيلها توجد أربعة ملايين وتسعمائة وسبعة وستون ألف وستمائة وثمانية وثمانين اسم اتخذ النهاية .com أنظر الدكتور شريف محمد غنام ، حماية العلامات التجارية عبر الإنترنت فى علاقتها بالعنوان الإلكتروني ص 23 ، دار النهضة العربية 2003.

(29) - وهى اختصار لـ International Ad Hoc وهي شركة أمريكية تم إنشائها عام 1990م لتنظم وضبط العناوين التجارية ، وأثارت اللجنة الدولية (International Ad Hoc IAHC) التى تكونت لدراسة منازعات العناوين الإلكترونية تحفظاً على مصطلح الدولية أو العامة التى توصف بها هذه العناوين ، وذلك فى تقريرها الصادر فى 4 فبراير 1997 . ورأت الهيئة أن المشروعات والشركات الوطنية فى أية دولة يمكنها تسجيل هذه العناوين دون أن يكون لها نشاط دولى حقيقى أو يكون لها فروع دولية . هذا التقرير متاح على العنوان التالى : " <http://www.iahc.org/docs/draft-iahc-recommend-fr.htm> .

(30) - وتعد إختصاراً لـ Internet Corporation for Assigned Names and Numbers ويطلق عليها هيئة الإنترنت للأسماء والأرقام المخصصة (الأيكان) وهى منظمة غير ربحية تأسست عام 1998م وذلك لمنح الأسماء والأرقام ، وهى مؤسسة أمريكية خاصة من فئة المؤسسات غير الربحية مقرها مدينة لوس أنجلوس بولاية كاليفورنيا مهمتها الأساسية تقوم على التحكم فى الأسماء والأرقام وبالتالي السيطرة على آلية المعاملات والاتصالات عبر شبكة الإنترنت. ، تتولى مسئولية توزيع مجالات العناوين فى بروتوكول الإنترنت وتخصيص معزفات 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. وقد كانت هذه الخدمات تقدم أصلاً ، بموجب عقد حكومي أمريكي من قبل سلطة تخصيص أسماء الإنترنت (IANA) وهى اختصار لـ Internet Assigned Number Authority ثم انتقلت سلطة منح هذه الأسماء بعد ذلك إلى الأيكان . www.icann.org

(31) - توجد قائمة بأسماء الشركات التى فوضتها شركة الـ ICANN فى تسجيل هذه الأسماء بموقع الشركة www.icann.org/registration

(32) www.networksolutions.com

(33) - وتعد إختصاراً لـ Internet Assigned Number Authority

(34) - د/ طونى عيسى ، مستوى جاهزية لبنان للوصول إلى الحكومة الإلكترونية ، مركز المعلومات السورى مجلة المعلوماتى ، العدد 9 ، رقم 94 ، دمشق 2000 .

(35) - وهو اختصار لـ Domain name System .

(36) - ولقد انبثق عنها مجموعة من اللجان الاستشارية أبرزها اللجنة الاستشارية الحكومية Committee Governmental Advisory وهي لجنة مراقبة خاصة مؤلفة من ممثلين عن حكومات الدول الموصولة بشبكة الإنترنت ، تتولى مهمة الإشراف على حسن إدارة

عمليات التسجيل من قبل ICANN ومن قبل مكاتب التسجيل التابعة لها وتقدم الآراء في حال حصول تعارض بين قرارات ICANN وبين مضمون الاتفاقيات الدولية أو النصوص التشريعية الداخلية للدول الأعضاء في هذه اللجنة . لمزيد من المعلومات حول هذه اللجنة أنظر www.icann.org/governmental :

(37) - هذا النظام الجديد في منح أسماء النطاقات الناشئ عن لجنة ICANN وإن كان مختلفا كثيرا عن النظام السابق الناشئ عن لجنة IANN، إلا أنه أبقى على الكثير من المبادئ والقواعد التي كانت سارية في النظام القادم حيث أبقى على التقسيم ذاته المعتمد لقطاعات الدول ، وعلى مبدأ الثنائية بين عناوين المستوى الأول وبين عناوين المستوى الثاني ، كما أبقى على القطاعات العمومية المستقلة .

(38) - <http://www.networksolutions.com> (1)

(39) - د/ شريف محمد غنام ، مرجع سابق ، ص 337 وما بعدها .

(40) - د/ هدى حامد قشقوش ، المرجع السابق ، ص 79 .

(41) - تنص المادة 65 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002 على " يعتبر من قام بتسجيل العلامة مالكا لها متى اقترن ذلك باستعمالها خلال الخمس سنوات التالية للتسجيل ، ما لم يثبت أن أولوية الاستعمال كانت لغيره . ويحق لمن كان أسبق إلى استعمال العلامة ممن سجلت باسمه الطعن ببطالان التسجيل خلال الخمس سنوات المذكورة ، ومع ذلك يجوز الطعن ببطالان تسجيل العلامة دون التقيد بأى مدة متى اقترن التسجيل بسوء نية. "

(42) - د/ سميحة القليوبى ، المحل التجارى ، الطبعة الرابعة ، بند 19 - ص 34 ، دار النهضة العربية .

(43) - د/ سميحة القليوبى ، الملكية الصناعية ، الطبعة الثانية ، بند 326 ، ص 410 ، الطبعة الثانية ، دار النهضة العربية ، 2000 .

(44) - د/ محمود مختار بربرى ، قانون المعاملات التجارية ، مرجع سابق ، بند 228 ، ص 229 ، دار النهضة العربية ، 2000 .

(45) - تنص المادة (64) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية على " تختص مصلحة التسجيل التجارى بتسجيل العلامات التجارية فى السجل الخاص بهذه العلامات وفقاً لأحكام هذا القانون ولائحته التنفيذية وذلك مع مراعاة حكم المادتين (43 و4 من القرار بقانون رقم 115 لسنة 1958 م فى المكاتبات واللافقات بوجوب استعمال اللغة العربية " .

(46) - تنص المادة (77) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية على " يجوز لمصلحة التسجيل التجارى بقرار مسبب أن تكلف طالب التسجيل بإجراءات التعديلات اللازمة على العلامة المطلوب تسجيلها لتحديد وتوضيحها لتفادى التباسها بعلامة أخرى سبق تسجيلها أو تقديم طلب بذلك . ويخطر الطالب بهذا القرار بموجب كتاب موصى عليه مصحوباً بعلم الوصول وذلك خلال ثلاثين يوماً من تاريخ صدوره . ويجوز للمصلحة أن ترفض الطلب إذا لم ينفذ الطالب ما كلفته به المصلحة من تعديلات خلال ستة أشهر من تاريخ الإخطار .

(47) - تنص المادة (80) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 على " يجب على المصلحة نشر قبول تسجيل العلامة فى جريدة العلامات التجارية والتصميمات

والنماذج الصناعية وذلك بالكيفية التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون . ويجوز لكل ذي شأن أن يعترض كتابة على تسجيل العلامة بإخطار يوجه إلى المصلحة متضمناً أسباب الاعتراض وذلك خلال ستين يوماً من تاريخ النشر وفقاً للأوضاع التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون . وعلى المصلحة أن ترسل صورة من إخطار الاعتراض إلى طالب التسجيل وذلك خلال ثلاثين يوماً من تاريخ ورود الإخطار إليها وعلى طالب التسجيل أن يقدم للمصلحة رداً كتابياً مسيياً على الاعتراض خلال ثلاثين يوماً من تاريخ تسلمه الإخطار وإلا اعتبر متنازلاً عن طلب التسجيل . وتحدد اللائحة التنفيذية لهذا القانون القواعد والإجراءات المنظمة لذلك ."

(48) - تنص المادة (90) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصرية على " مالحماية المترتبة على تسجيل العلامة عشر سنوات ، وتمتد لمدة أو لمدد مماثلة بناء على طلب صاحبها في كل مرة خلال السنة الأخيرة من مدة الحماية ومقابل سداد الرسم المستحق على طلب التسجيل لأول مرة ويجوز بعد فوات تلك المدة بما لا يجاوز ستة شهور أن يتقدم صاحبها بطلب تجديد مدة الحماية وذلك مقابل أداء الرسم المقرر ورسم إضافي تحدده اللائحة التنفيذية لهذا القانون بما لا يجاوز خمسمائة جنيه وإلا قامت المصلحة بشطب العلامة " .

(49) - وهي اختصار لـ L'Association Francaise Pour Le Nomme Internet en Coope'ration

(50) - هذه الشركة نشأت نتيجة تعاون بين المعهد الوطني للبحث المعلوماتي والتلقائي والدولة ممثلة في وزارة الاتصالات والصناعة والبحث العلمي وقد نشأت هذه الشركة بهدف تولى مهمة تسجيل العناوين الكترونية وإدارتها وفقاً للتفويض الصادر لها من الشركة الأمريكية IANA في عام 1986 ، انظر العنوان التالي www.afnic.asso.fr أنظر الدكتور شريف محمد غنام ، مرجع سابق ص 30، دار النهضة العربية 2003.

(51) - د/ سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، المرجع السابق ، بند 249 ، ص 327 وما بعدها .

(52) - د/ عمر بن يونس، المجتمع المعلوماتي والحكومة الإلكترونية - مدخل إلى العالم الافتراضي وقانونه، الطبعة الثانية- دار النهضة العربية القاهرة 2004.

(53) - www.albayan.co.ae/albayan/2003/06/07/mnw/15.htm

(54) - www.gulfpark.com/showartical.php?cat=news&article-id=252

(55) - www.albayan.co.ae/albayan/05/12/2000/mnw/12.htm

(56) - www.rawna/articles/full-articl.cfm?id=8183

(57) - أنظر في ذلك د/ عبد الفتاح بيومي حجازي - النظام القانوني لحماية الحكومة الإلكترونية - الكتاب الأول - دار الفكر الجامعي - الإسكندرية ص 303-306 ، بهاء شاهين - العولمة والتجارة الإلكترونية ص 143 .

(58) - يقصد بخطوط الاتصالات العالمية : الخطوط التي تربط جهاز الحاسب الآلي الخاص بالمشتري بذلك الخاص بالتاجر .

(59) www.alriyadh.com.sa/contents/13-5-2004/Riyadhnet/cov_1275.php

(60) - بحث منشور على موقع شبكة المعلومات العربية القانونية على شبكة الإنترنت:

<http://www.esatlaws.com>

(61) - د/ جميل عبد الباقي الصغير : الحماية الجنائية والمدنية لبطاقات الائتمان الممغنطة ، دار النهضة العربية القاهرة 1999 ص 37 .

(62) - الرائد/ علي حسن عباس : مخاطر استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت (المشاكل والحلول) ورقة عمل مقدمة إلى ندوة "الصور المستحدثة لجرائم بطاقات الدفع الإلكتروني" ، التي نظمها مركز بحوث الشرطة بأكاديمية الشرطة ، القاهرة 1998/12/14 ص 17 .

(63) - جريدة الأهرام المصرية - العدد 420069 - 2002/2/1 م .

(64) - ومن الأمثلة على هذه المواقع: www.drak-secrts.com و موقع

www.hackers.secrts/credit/credit3txt

(65) - www.akbarelyom.org.eg/akbarelyom/issues/5118/1500.html

(66) - www.al-jazirah.com.sa/digimag/20062004/wr25.htm

(67) - www.eastlaws.com

(68) - www.bab.com/articles/full_article.cfm

(69) - WIPO , Arbitration and mediation center , administrative panel decision , Horrods limited c/ Robert boyed , case no D.2000-0060 .

(70) - WIPO case no d 2002-0036 , Volvo trademark holding AB/ e-motor dealse ltd, 22 march , in " [http:// www.arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2002/d2002-0036.html](http://www.arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2002/d2002-0036.html)

(71) - www.khayma.com/tanweer/textes/hacar.htm

(72) - د/ عبد الرحمن بن عبد الله السند ، وسائل الإرهاب الإلكتروني " حكمها في الإسلام وطرق مكافحتها" ، بحث مقدم للمؤتمر العالمي عن موقف الإسلام من الإرهاب ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية ، ص 16-17 2004 .

(73) - www.alarbiya.net/Articlep.aspx?p=4390

(74) - هشام سليمان - حملة على مواقع الإنترنت الحكومية بالعالم- مقال منشور على موقع إسلام أون لاين على شبكة الإنترنت بتاريخ 2001/1/23 .

- (75) - إختراق المواقع وطرق الوقاية - دراسة منشورة على شبكة الإنترنت بتاريخ 2005/9/6 على شبكة الإنترنت من خلال موقع: www.websy.net/learn/hackers/course.htm.
- (76) - من أكثر هذه البرامج انتشاراً: Cracker Jack، و John The Ripper، و Jack The Ripper، و Brute Force Cracker.
- (77) - وهو اختصار لـ File Transfer Protocol يمكن من خلال هذا البروتوكول نقل أى حجم من الملفات أو البرامج من الكمبيوتر لأى شركة أو مؤسسة أعمال أو غيرهم ووضعها على ذاكرة جهاز الكمبيوتر الخاص بالجهة الأخرى، وتتميز هذه الطريقة بسهولة بالمقارنة بعمليات نقل الملفات عن طريق الأقراص أو الأشرطة الممغنطة.
- (78) - الاسم الكامل لهذا البروتوكول. Internet Control Message Protocol.
- (79) - www.arabact.com/vb/showthread.php?t=
- (80) - يقصد بهذا المصطلح الدفاع ويعود إلى عام 1921م عندما تشكلت منظمة عسكرية صهيونية استطانية في القدس بغرض إقتحام الأراضي الفلسطينية. أنظر موضوع الهاجنة حرب صهيونية على مواقع الإنترنت الإسلام مقال منشور على شبكة الإنترنت بتاريخ 2005/10/5م على موقع طريق الإسلام على شبكة الإنترنت.
- (81) - www.islamway.com
- (82) - <http://web.fares.net>
- (83) - www.cert.org/erports/dsit_workshop.pdf
- (84) - د/ محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر، ص259، الإسكندرية 2003.
- (85) - د/ محمد نور شحاته، التجارة الإلكترونية، بحث منشور بتاريخ 2005/5/15م على شبكة الإنترنت www.eastlaws.com
- (86) - المستشار. محمد محمد الألفي: أنماط جرائم الإنترنت، بحث منشور على شبكة الإنترنت بتاريخ 2005/9/24م من خلال موقع: www.eastlaws.com
- (87) - يمكن الحصول على معلومات إضافية عن السطو الإلكتروني والجزاءات من خلال مركز الويبو للتحكيم والوساطة، تسوية المنازعات بشأن أسماء الحقول <http://arbiter.wipo.int/domains/index.html>.
- (88) - Uniform Domain NameDispute Resolution Policy
- (89) - لمزيد من المعلومات يمكن الرجوع إلى موقع مركز الويبو للتحكيم والوساطة على شبكة الإنترنت: <http://arbiter.wipo.int/domains>
- (90) - نصوص هذا التفاهم أو البروتوكول متاحة على العنوان التالي www.gtldmou.org.
- (91) - هذا التقرير متاح على العنوان التالي <http://wipo2.wipo.int>
- (92) - <http://articles.corporate.findlaw.com//computerstechnologylaw>
- (93) - موقع مركز تحكيم الويبو <http://www.arbiter.wipo.int>

- (94) _ نصوص المبادئ مطروحة على العنوان
www.icann.org/udrp/udrp-pokicies-24 oct 99.htm
 ونصوص قواعد الإجراءات مطروحة على العنوان
www.icann.org/udrp/udrp-rules24oct99.htm
- (95) _ د/ عاشور مبروك ، النظام الإجرائي لخصومة التحكيم ، الطبعة الثانية ، مكتبة الجلاء الجديدة ، ص 140 وما يليها ، بند 50 ، 1998 .
- (96) _ تنص المادة (55) من قانون التحكيم المصري على " تحوز أحكام المحكمين الصادرة طبقاً لهذا القانون حجية الأمر المقضى وتكون واجبة النفاذ بمراعاة الأحكام المنصوص عليها فى هذا القانون " .
- (97) _ تنص المادة (13) من قانون التحكيم المصري رقم 27 لسنة 1994 على " يجب على المحكمة التى يرفع إليها نزاع يوجد بشأنه اتفاق تحكيم أن تحكم بعدم قبول الدعوى إذا دفع المدعى عليه بذلك قبل إيداعه أى طلب أو دفاع فى الدعوى " .
- (98) _ د/ محمود مختار بريرى ، التحكيم التجارى الدولى ، الطبعة الثانية ، ص 46 ، بند 30 ، دار النهضة العربية 1999 .
- (99) _ انظر
www.wipo2.wipo.int
- (100) _ انظر مختارات من قضايا المحاكم المتعلقة بالسياسة الموحدة على الموقع التالي:
<http://arbiter.wipo.int/domains/challenged>
- (101) _ انظر قائمة الويبو بأسماء المحكمين والوسطاء في مجال أسماء الحقول:
<http://arbiter.wipo.int/domains/panel/panelists>
- (102) _ يمكن الاطلاع على الفهرس من خلال موقع المركز التالي:
<http://arbiter.wipo.int/domains/search/legalindex>
- (103) _ يمكن الاطلاع على العرض المذكور على الموقع التالي:
<http://arbiter.wipo.int/domains/search/overview>
- (104) _ انظر قائمة اللقاءات التي ينظمها المركز على الموقع التالي:
<http://arbiter.wipo.int/events>
- (105) _ هذه الإحصائية على الموقع التالي
<http://www.arbiter.wipo.int/events/worksjops/2002/domains/index-fr.htm>
- (106) _ لمزيد من التفاصيل
www.eresolution.com
- (107) _ لمزيد من التفاصيل
www.eresolution.com
- (108) _ Center for Public Resources

(109) – لمزيد من التفصيل عن المركز

<http://www.cprad.org>

(110) – هذه القواعد متاحة بالتفصيل على العنوان التالي - www.icann.org/udrp/udrp-policy24oct99

(111)

<http://www.arbforum.com/about/index-asp.htm>

(112) – <http://www.icann.org/udrp/proceeding-list-number.htm>

(113) - <http://www.vmag.law.vill.edu:8080>