الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر– الوادي–

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

اسم النطاق و دوره في المعاملة التجارية الالكترونية

مذكرة مكملة تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر

في: الحقوق تخصص: قانون أعمال

إعداد الطلبة:

- بوليف سعيد
- عبادي الأخضر

إشراف الأستاذ:

* د/ قني سعدية

لجنة المناقشة

الأستاذ	الرتبة	الصفة	الجامعة
أ .د/ دريس كمال فتحي	أستاذ محاضر أ	رئيسا	جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي
د/ قني سعدية	أستاذ محاضر أ	مشرفا ومقررا	جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي
أ/ شيبات سارة	أستـاذ	مناقشا	جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي

السنة الجامعية: 1443-1444هـ/2022-2023م

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وعرفان

يقول سبحانه وتعالى

﴿وإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ ﴾

سورة إبراهيم الآية 07

لا يشكر الله من لا يشكر الناس، ومن لا يعترف بأفضال الناس عليه يكون ناكرا للجميل، فالحمد لله وحده وهوالمحمود على قدره وقضاه، ونشكره والشكر كفيل بالمزيد من عطاياه، والحمد لله الذي هدانا وسدد خطانا ووفقنا لإنجاز هذا العمل المتواضع.

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الدكتورة " **قني سعدية** " على تكرمها بالإشراف على هذا العمل، وعلى كل ما قدمته لنا من أفكار ونصائح وتوجيهات لإنجاز هذا العمل،، فجزاها الله كل خير وبارك لها في علمها ودينها..

الشكر موصول إلى الأساتذة أعضاء اللجنة على قبولهم مناقشة هذا العمل.

كما نتوجه بالشكر جزيل الى كل من قدما لنا يد المساعدة لإنجاز هذا العمل المتواضع.

كما لا يفوتنا أن نشكر جميع الأصدقاء الذين وقفوا بجانبنا ولم يبخلوا علينا بمساعداتهم وعلى والى كل من كان لنا سندا وعونا من اجل إتمام هذا العمل.

ونرجوفي الأخير أن نكون قد وفقنا، لإنجاز هذا العمل البسيط، فإن أصبنا فمن الله وإن أخطانا فمنا ومن الشيطان.

سعيد & لخضر

الإهـــــــداء

إلى من أفضلهما على نفسي ولم لا فلقد ضَّحيا من أجلي ولم يدَّخرا جهدا في سبيل إسعادي على الدَّوام" أمي وأبي"

إلى القلب الذي أودع الله تعالى فيه رحم من فيض رحمته، وحيا من خزائن محبته والحقيقة إن أقلام الدنيا مجتمعة تقف عاجزة في أيدي الابناء إذا أرادوا أن يعبروا عن عظيم الامهات ، فالوالدين نبع للمحبة ورمز للرحمة ومعين للمحبة لا ينصب وكيف نفي حق من قال الله تعالى

" ووصيَّنا الانسان بوالديه حمله أمه وهنا على وهن وفصاله في عامين أن أشكر لي ولوالديك إلى المصير)

ومع عرفاني بالميل واعترافي بالتقصير فإنني استأذنكما أن أهدي إليك بعض ثمرة جهدكما الذي لا أستطيع أن أجزيكما إلا الله عز وجل.

و إلى رفيقة دربي و شريكتي في الحياة القلب الذي أودع فيه الله حبنا "زوجتي العزيزة "

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البريئة إلى رياحين حياتي أبنائي إخوتي وإلى اصدقائي وإلى كل أحبابي كل باسمه وكل بمنزلته.

الأن تفتح الأشرعة وترفع المرسلة لتنطلق السفينة في عرض بحر واسع مظلم هو بحر الحياة وفي هذ الظلمة لا يضيء إلا قنديل الذكريات الاخوة البعيدة إلى الذين أحببتهم وأحبوني جميع أصدقائي

الإهـــــــداء

إلى من أفضلهما على نفسي ولم لا فلقد ضَّحيا من أجلي ولم يدَّخرا جهدا في سبيل إسعادي على الدَّوام" أمي وأبي"

إلى القلب الذي أودع الله تعالى فيه رحم من فيض رحمته، وحيا من خزائن محبته والحقيقة إن أقلام الدنيا مجتمعة تقف عاجزة في أيدي الابناء إذا أرادوا أن يعبروا عن عظيم الامهات ، فالوالدين نبع للمحبة ورمز للرحمة ومعين للمحبة لا ينصب وكيف نفي حق من قال الله تعالى

" ووصيَّنا الانسان بوالديه حمله أمه وهنا على وهن وفصاله في عامين أن أشكر لي ولوالديك إلى المصير)

ومع عرفاني بالميل واعترافي بالتقصير فإنني استأذنكما أن أهدي إليك بعض ثمرة جهدكما الذي لا أستطيع أن أجزيكما إلا الله عز وجل.

و إلى رفيقة دربي و شريكتي في الحياة القلب الذي أودع فيه الله حبنا "زوجتي العزيزة "

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البريئة إلى رياحين حياتي أبنائي إخوتي وإلى اصدقائي وإلى كل أحبابي كل باسمه وكل بمنزلته.

الأن تفتح الأشرعة وترفع المرسلة لتنطلق السفينة في عرض بحر واسع مظلم هو بحر الحياة وفي هذ الظلمة لا يضيء إلا قنديل الذكريات الاخوة البعيدة إلى الذين أحببتهم وأحبوني جميع أصدقائي

قائمة المختصرات باللغة العربية

الرمز	معناه
تر	ترجمة
تح	تحقيق
تع	تعليق
تق	تقديم
دت	دون تاريخ نشر
دط	دون طبعة
دس	دون سنة
ج	جزء
ص	صفحة
ص ص	صفحات
ط	طبعة
ج	الجزاء
ع	عدد
م	ميلادي
هـ	هجري
ت	توفي
ج ر	جريدة رسمية
ع	عدد

قائمة المختصرات باللغة الأجنبية

-DNS : Domaine Name System.
- IP: Internet Protocol.
-Tld :Top Level Domains .
-GTLD: Generic Top Level Domain.
-ccTLD : Contry Code Top Level Domain.
-RFC : Request for comment.
-IANA: Internet assigned names authority.
- ICANN : Internet Corporation assigned names numbers.
- OMPI : Organisation mondial de propriété intellectuelle.
-UDRP: Uniform Domain Name Dispute

مـــــقـــــدمـــــة

مقدمة:

أدى تطور عالم الاتصالات إلي اعتماد الإنسان على المنهج الرقمي، وتغيير معنى الحدود الزمانية والمكانية، وامكانية نقل المعلومة على أية نقطة في العالم، صورة وصوتا ونصوصا بطريقة تفاعلية، وأهم دليل هوبروز شبكة المعلومات الدولية، أو الأنترنت.

ومع تطور شبكة الأنترنت، ومعها تطور التجارة الإلكترونية، ظهرت إحدى الإشارات الجديدة، التي تعرف بأسماء المواقع، أو أسماء النطاق، أو أسماء الحقول، وهي التي تكتب على شكل www.google.comأو www.enty.dzأو غيرها، وبظهور هذه الإشارات الجديدة، ظهر التنازع بينها وبين العلامات التجارية، وتعتبر هذه الأخيرة من أهم عناصر الملكية الصناعية، وتنبع أهمية العلامة التجارية من الوظائف التي توليها، سواء للصانع أو للتاجر أو لمقدم الخدمة أو للمستهلك، فهي مهمة لهؤلاء على حد سواء، باعتبارها رمز الثقة بصفات المنتجات والبضائع والخدمات، وهي وسيلة للإعلان عنها، وهي وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة وضمان لحماية جمهور المستهلكين.

حيث يعد اسم النطاق آلية إتصال الأجهزة ببعضها البعض، عبر شبكة الأنترنت وذلك من خلال نظام أسماء النطاق (**DNS**،)الذي يعمل على تحويل مجموعة من الأرقام يطلق عليها برتوكول الأنترنت **IP**) (إلى حروف أو رموز لتسهيل الحفظ عما كان يصعب إستخدامه في السابق، وإنتقل الدور الذي أسس من أجله إسم النطاق من الجانب التقني إلى دور فعال في الحياة الاقتصادية والتجارة الإلكترونية بصفة خاصة، وذلك من خلال التأثير على المعاملات التجارية وعلاقتها بعناصر حقوق الملكية الفكرية وخاصة الصناعية.

وتسعى الشركات إلى ترويج منتجاتها من خلال شبكة الأنترنت وتستوجب تسجيل اسماء نطاق تحمل علاماتها التجارية، إلا أنه كان هناك أشخاص ذوو النية السيئة حيث كانوا السباقين في التعرف على فائدة اسم النطاق، وخاصة إستغلال مبدأ الأسبقية في التسجيل، والاستفادة منه في تسجيل علامات مشهورة كأسماء نطاق وبيعها بمبالغ باهضة، وازدادت كثرة هذه الإعتداءات بمختلف أشكالها على أصحاب حقوق الملكية الفكرية.

وقد إختلف الفقهاء والتشريعات القانونية في تحديد الطبيعة القانونية لأسماء النطاق، هناك من الفقه من يعتبرها من عناصر الملكية الفكرية وخاصة الصناعية كالعلامة التجارية، وبالتالي تتمتع بحمايتها وهناك من لا يعتبرها من عناصر الملكية الفكرية، على أساس أنه فكرة قانونية جديدة، أو موطن إفتراضي، أو خدمة تشبه خدمة المنتيل في فرنسا، ونتيجة هذه الآراء المختلفة، لم يحدد نظام قانوني خاص بها، وإنما عملت مختلف التشريعات الوطنية على إسقاط حماية حقوق الملكية الفكرية عليها في حالة النزاع، ومن بين الجهود المبذولة في هذا الشأن نشير إلى عمل المنظمة العالمية للملكية الفكرية بالتنسيق مع الأيكان في وضع سياسة موحدة لحل منازعات أسماء النطاق، بإيجاد طريق أنجع وأسهل وأسرع لحل هذه النزاعات.

ومن هنا تتضح أهمية موضوع الدراسة المتعلقة باسم النطاق في نجاح عقود التجارة الإلكترونية من خلال التوجه الجديد الذي تبنته الدولة في عصرنة قطاع التجارة لمواكبة التطور الحاصل في هذا المجال عالميا، خاصة وأن نطاق المعاملات التجارية الإلكترونية دوليا ومحليا قد اتسع بشكل ملحوظ، الأمر الذي قد ينتج عنه العديد من المسائل المتعلقة بضرورة توضيح أسماء النطاق لما لهذه التقنية من أهمية .

أما عن أسباب اختيارنا للبحث في هذا الموضوع تعددت بين دوافع شخصية و أخرى موضوعية، أما الأولى فتكمن في علاقة الموضوع بميدان التخصص في قانون الأعمال الذي اختبرناه في مسارنا الدراسي، بالإضافة إلى الرغبة في البحث و الاطلاع على واقع القوانين المستحدثة في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية، أما بخصوص الدوافع الموضوعية فتتمثل في حداثة الموضوع وقلة الدراسة فيه، كما أنه يعالج جانبا مهما وهو التطور الحاصل في الحياة اليومية للأشخاص المهتمين بالتجارة الإلكترونية لما تتميز به من سرعة وربحا للوقت والجهد وتشجيعهم على التعامل الإلكتروني .

من خلال ما تقدم ذكره فإن الهدف الأساسي للدراسة يكمن في تسليط الضوء على تحديد الدور الذي يلعبه اسم النطاق في المعاملات التجارية الإلكترونية وذلك من خلال الأحكام القانونية التي تضمنته، والوقوف على مدى فعاليته في تحقيق الثقة والائتمان في المعاملات التجارية الإلكترونية.

أما الصعوبات التي وجهناها فتتمثل في قلة المراجع المتخصصة، كون الموضوع حديث، وان كان المشرع الجزائري قد نظم مؤخرا التجارة الإلكترونية وهذا ما زادنا دافع لإختيار الموضوع.

للموضوع أهمية كبيرة من خلال محاولة التعرف على هذه التقنية المتمثلة في اسم النطاق، والتي خرجت من الوظيفة التقنية المرسومة لها وتعدتها إلى أكثر من ذلك، فقد أصبحت توازي حقوق الملكية الفكرية من حيث الأهمية الاقتصادية من خلال تداولهاوبيعها بمبالغ باهظة، وهذا ما جعل الشركات التجارية تسعى لتسجيل علاماتها التجارية كأسماء نطاق، وهذه القيمة المالية كانت وسيلة لإغراء وجلب العديد من الإعتداءات في ظل عدم وجود نظام قانوني خاص وعدم تحديد الطبيعة القانونية لأسماء النطاق.

ومن خلال هذا البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف منها:

- ✓ تحديد مفهوم أسماء النطاق من خلال التعرف على نظام اسماء النطاق وتعريف اسم النطاق والتطرق إلى خصائصه ووظائفه و أنواعه .
- ✓ التعرف على الطبيعة القانونية لأسماء النطاق من خلال التطرق لمختلف الآراء الفقهية والتشريعات المقارنة .
- ✓ التعرف على شروط حماية أسماء النطاق من خلال التعرف على الشروط الشكلية والموضوعية لتسجيله .
- ✓ التعرف على الإجراءات الخاصة بتسجيله في ظل الهيئات المخولة بذلك .
- ✓ التعرف على الحماية القانونية التي يمكن أن يتمتع بها اسم النطاق في ظل النزاعات و الإعتداءات والتعرف على أسباب نشوئها .
- ✓ التعرف على وسائل الحماية سواء على مستوى القضاء العادي
- ✓ التعرف على الإجراءات البديلة الموضوعة كوسيلة بديلة للحماية و التعرف عليه وعلى شروطه وإجراءاتها .

كما يعود سبب إختيار النظام القانوني لأسماء النطاق إلى تميزه بالجدة وعدم تحديد قانون خاص بها بالنسبة للمشرع الجزائري والتشريعات المقارنة وهذا بالنسبة للسبب العام، أما بالنسبة

للسبب الخاص هي التساؤلات الكثيرة، والفضول والرغبة الشخصية في محأو ل معرفة أسماء النطاق والتعرف عليها وعلى القوانين التي يمكن أن تحميها وكيف تكون تلك الحماية.

وبإعتبار أن لإسم النطاق كل هذه الاهمية سواء من الناحية التقنية أو المادية، وهذا ما يدفعنا إلى صياغة الإشكالية الخاصة في هذا الموضوع والمتمثلة في:

- **ما مدى تأثير إسم النطاق على المعاملات التجارية الإلكترونية؟**

وتتفرع عنها التساؤلات التالية:

- ما هو مفهوم أسماء النطاق؟.
- ما هو النظام القانوني لأسماء النطاق؟.
- ماهي شروط حماية أسماء النطاق؟.
- ما هي الحماية القانونية التي تتمتع بها أسماء النطاق؟.
- ما مدى مساهمة إسم النطاق في تطوير وانتعاش التجارة الإلكترونية ورفع القدرة التنافسية؟

وكغيره من البحوث لن يخلوا بحثنا من صعوبات في الدراسة منها في الدراسة وهوحداثة الموضوع وأن مختلف الدارسات السابقة تناولت أسماء النطاق من خلال المنازعات الكثيرة بينها وبين العلامات التجارية على وجه الخصوص، وركزت على موضوع العلامات التجارية بشكل مستفيض واعتبار أن أسماء النطاق هي المعتدي على حقوق الملكية الفكرية دون التطرق إلى أسماء النطاق كعنصر ضعيف في حلقة النزاع وإعطائه حقه المعتدي عليه وكذلك من بين الصعوبات عدم وجود نظام قانوني خاص بها وصعوبة تحديد الطبيعة القانونية لأسماء النطاق واختلاف وجهات النظر في ذلك سواء بالنسبة للفقهاء وحتى التشريعات المقارنة ومن بينها المشرع الجزائري.

أما الدراسات السابقة فتجدر الإشارة إلى أن هذه الدراسة هي عبارة عن دراسة تكميلية للدراسات السابقة، ونذكر من أهم هذه الدارسات السابقة التي تطرقت لدراستنا:

- ✓ حواس فتحية حماية المصنفات الرقمية وأسماء النطاقات على شبكة الأنترنت أطروحة الدكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2016 .
- ✓ جمال وادي، العالمة والأنترنت، مذكرة لنيل شهادة الماجستير فرع الملكية الفكرية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، ،2002 ،2003

وللإجابة عن الإشكالية اتبعنا المنهج الوصفي من خلال التعاريف التي تناولناها في الفصل الأول وكذلك المنهج المقارن من خلال التطرق لمختلف الآراء الفقهية والتشريعية ومحاولة مقارنتها مع ما جاء به المشرع الجزائري كما حاولنا تحديد الطبيعة القانونية لاسم النطاق والتطرق لبعض التطبيقات العملية لبعض النزاعات في بعض الدول لمحاولة التعرف على كيفية فض هذه النزاعات ويكون ذلك من خلال اعتماد الخطة التالية:

أين تطرقنا في الفصل الأول: ماهية اسماء النطاق والذي تطرقنا فيه إلى مفهوم اسم النطاق في المبحث الأول ثم إلى الطبيعة القانونية لاسم النطاق المبحث الثاني ثم عنونا الفصل الثاني بالحماية القانونية لأسماء النطاق حيث تناولنا في المبحث الأول شروط حماية اسماء النطاق ثم تسوية منازعات اسماء النطاق في المبحث الثاني .

الفصل الأول

ماهية أسماء النطاق

بعد ظهور الانترنيت وقوة تدفقها في ربوع العالم، عرفت التجارة الالكترونية انفتاح باهر النظير.

ويظهر هذا جليا في بلدان العالم المتقدم حيث عرفت التجارية الالكترونية مكانة كبيرة لما لها من أهمية في الازدهار الاقتصادي، ولهذا كان لزاما على هذه الأنظمة إجراء تحديث في الترسانة القانونية المتعلقة بهذا المجال التجاري المهم وذلك بمحاولة تنظيم كل ما يتعلق بالعقد التجاري الإلكتروني بصفة عامة، وطرفي المعاملة بصفة خاصة لاسيما أن هذه المعاملة التجارية الالكترونية تتم في عالم افتراضي وفق تقنيات الاتصال الحديثة التي يضل يعتريها الغموض.

ولقد حاول المشرع الجزائري على غرار بلدان العالم وعلى الرغم من تأخره في تنظيم إبرام هذه العقود، إلا أنها استحدثت نصوص لإرساء هذه المعاملات التجارية الالكترونية المستحدثة، لاسيما قانون **18-05**[1] الذي نظم هذا النوع من العقود التجارية ولضمان فعالية لهذه القوانين على ارض الواقع منح المورد الإلكتروني آليات يستفيد منها لتطوير نفسه من جهة، وتطوير تجارته من جهة ثانية، متمثلة في ضرورة وجود له اسم يميزه عن غيره؛ والذي يطلق عليه إسم النطاق الذي يعتبر بمثابة المفتاح الذي يتم الولوج به الي العالم الإفتراضي، ولقد أولى المشرع الجزائري أهمية بالغة لأجل تجسيدها من خلال اشتراطه على مستوى منحه صفة المورد الإلكتروني من خلال القيد في السجل التجاري هذه الأهمية التي من شأنها منح المورد وكذا المستهلك الالكترونيين كل الأريحية في إتمام المعاملة الإلكترونية وإخراجهما من عالمها الافتراضي[2].

ولأجل إضفاء هوية واقعية للمورد الذي يعرض السلع والخدمات عبر وسائل الاتصال الإلكترونية وإعطاء أكثر مصداقية لشخصه وهذا كالتزام عليه، وبالمقابل من حقه وجود إسم نطاق يميزه عن بقية المنافسين أو بالأحرى الموردين الإلكترونيين الآخرين.

[1] القانون رقم 18-05، المؤرخ في 2018/05/18، يتعلق بالتجارة الالكترونية، ج ر العدد28، الصادرة بتاريخ 2018/05/16.

[2] عبد الوهاب ضو وآخرون، وسائل الإثبات في المعاملات التجارية الإلكترونية طبقا لأحكام القانون 18-05، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حمه لخضر الوادي، السنة الدراسية 2021-2022، ص6.

وعليه سنتناول هذا الفصل؛ من خلال مبحثين: الأول معنون بمفهوم إسم النطاق، أما الثاني بعنوان الطبيعة القانونية لإسم النطاق في المعاملة التجارية الإلكترونية.

المبحث الأول

مفهوم اسم النطاق

جعلت التجارة الإلكترونية السوق العالمية مفتوحة بلا حدود إذ تتمكن المؤسسات والأفراد من عرض سلعهم على شبكة الانترنت، ويستطيع أي مستخدم الوصول إلى هذه السلع والخدمات، والعمل على تطوير أساليب التجارة الإلكترونية عبر شبكة الاتصالات الحديثة، حيث بإمكان أصحاب الشركات الاستفادة من هذه التقنية من خلال إنشاء مواقع إلكترونية لترويج منتجاتهم، ومن أجل تحقيق ذلك تم ابتكار نظام أسماء النطاق الذي يعمل على ربط الشبكة التقنية.

المطلب الأول

التعريف بإسم النطاق

آثار التعريف بأسماء النطاق جدلا لدى الفقه فتباينت التعريفات بسبب منظور كل فقيه عند تعريفه لاسم النطاق فانقسم الفقه بين من أخذ الجانب الفني لهذا الاسم ،وبين من استند إلى تكوينه، وآخرون أو لوا أهمية للوظيفة التي يؤديها.

الفرع الأول : التعريف الفقهي لإسم النطاق

يقصد بإسم النطاق أو اسم الموقع أو ما يعرف باسم المجال أو الدومين (domaine de nom)، وباللغة الانكليزية (domain name (الرموز التي تستخدم من قبل كل حاسوب

مرتبط بشبكة الانترنت للدلالة عليه وتمييزه عن غيره من الحواسيب الأخرى المرتبطة بذات الشركة. [1]

أو هي عبارة عن سلسلة من الكلمات التي يفصل بينها نقاط تتولى تعريف عنوان برتوكول الانترنت ينفرد بها حائزه، فلكل حاسوب متصل بشبكة الانترنت بروتوكول خاص به يعرف ب (IP Adresse عنوان بروتوكول الانترنت Internet Protocol Addresse ويقابل رقم البروتوكول اسم الموقع الإلكتروني على الشبكة، يطلق عيه اسم الشبكة، وتكمن مهمة البروتوكول في تحديد الطريقة التي يتم بها تجزئة المعلومات والر سائل ليتاح ارسالها عبر شبكة الانترنت وأثير الفضاء الالكتروني، وتجزأ هذه الرسائل أو الملفات المرسلة سواء اتخذت شكل نصوص أو أحرف أو أرقام أو أصوات أو صور إلى حزم صغيرة تتحرك عن طريق الموجهات من حاسوب إلى آخر.

واختلف الفقه في تحديد معنى اسم النطاق وأثار هذا المصطلح الجدل الكبير بين الفقهاء باختلاف وجهات نظرهم وتنوع الزوايا التي ينظر بها كل فقيه في تعريف اسم النطاق باعتبار ما يتضمنه من حقوق فكرية بالإضافة إلى الدور المهم في تطور التجارة الدولية بصفة عامة والإلكترونية بشكل خاص من حيث تسهيل عملية المبادلات بين السلع والخدمات عن بعد .[2]

ومما سبق نجد أن بعض الفقهاء يعرفه من ناحية الطبيعة الفنية لإسم النطاق، ومنهم من يعرفه في إطار الوظيفة التي يؤديها اسم النطاق في حين يذهب البعض الآخر إلى تعريفه استنادا إلى تكوين اسم النطاق، ومن هذه التعريفات نجد ما يلي:

[1] يونس هادي مسلم، إجراءات وقواعد تسجيل وحماية أسماء النطاق لمواقع الانترنت، مجلة الرافدين، مجلد رقم 03، 2005، ص 140.

[2] ناديه محمد مصطفي قزمار : عقد تسجيل اسم النطاق"، مجلة بحوث الشرق الأوسط، ع ،47، جامعة عين شمس، مركز بحوث الشرق الأوسط، مصر، 2018، ص 453.

أولا: تعريف اسم النطاق استنادا إلى الطبيعة الفنية

يرتكز أصحاب هذا الاتجاه على أن الانترنت هي شبكة تصل بين الحواسيب حول العالم عن طريق برتوكول (IP) يعرف ببرتوكول عناوين الأنترنت، وعرف اسم النطاق بأنه :" سلسلة من الأرقام تستخدم للتعريف على خاصية اتصال الكمبيوتر بالانترنت "[1]، وانه أيضا : " مجرد تحويل أو نقل مجموعة من الأرقام في صورة حروف تشكل مصطلحا يتلاءم واسم المشروع أو منظمة، ونتيجة الصعوبة في حفظ الأرقام الكبيرة والتعامل معها تم استبدالها بحروف بسيطة لتسهيل التعامل من قبل الهيئات والشركات التي تعمل في الانترنت [2]، ويعرف أيضا " اسم النطاق بأنه عبارة عن مجموعة من الحروف والأرقام تستخدم للدلالة على عنوان أو موقع الحاسوب يستخدمه شخص طبيعي أو معنوي على شبكة الانترنت لتحديد هذا الموقع وتمييزه عن غيره من المواقع الأخرى عبر الأنترنت.[3]

ثانيا: تعريف اسم النطاق استنادا إلى الجانب الوظيفي

بالإضافة إلى التعاريف السابقة التي استندت إلى الطبيعة الفنية لاسم النطاق يأخذ أصحاب هذا الاتجاه بالجانب الوظيفي، ويعرف اسم النطاق على أنه: " بدائل العنوان البريدي المحدد للتعرف على شخص بعينه من خلال شبكة المعلومات. وتعرف كذلك أسماء النطاق من جانب الوظيفة التي تؤديها على أنها : تلك العناوين المعرفة بموقع محدد وفريد، والتي بمجرد قيام المستخدم للشبكة الالكترونية بكتابة عنوان الموقع بالمكان المخصص بالبرنامج المستعرض، فإنها توصل الى الموقع المعنون بها عبر شبكة الانترنت، ويقوم عنوان الموقع بتمييز الموقع

[1] فاتن حسين حوى: المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2010، ص 52.

[2] حواس فتحية حماية المصنفات الرقمية وأسماء النطاقات على شبكة الأنترنت أطروحة الدكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2016 ، ص .172.

[3] محمد خير محمود العدوان وسعيد مبروكي، مرجع سابق، ص 107.

الالكتروني عن غيره من المواقع على شبكة الانترنت، فلا يستطيع مستعمل الشبكة الوصول لأي موقع إلا من خلاله .[1]

ثالثا: تعريف اسم النطاق استنادا إلى تكوينه الالكتروني

اعتمد جانب آخر من الفقه في تعريف اسم النطاق إلى تكوينه، حيث تم تعريف اسم النطاق على أنه علامة تأخذ صورة اندماج للسلسلتين، الرقمية والحرفية بحيث تتولى هذه العلامة تحديد مكان الحاسوب أو الموقع أو صفحة الإنترنت، ويتكون من مقاطع ثلاثة . ويمكن تقسيمها إلى:

– البادئة (Prefix) : ويرمز لها بـ (www) وهي ذو طبيعة تقنية ويمثل الجزء الثابت ويكون على يسار الجملة ويسمح لمستخدم الأنترنت بالدخول والتأكد من أن الموقع موجود على شبكة الانترنت (world wide web) ويتمثل في المقطع (http://www) .

_ الجذر(Radical): يمثل الجزء الوسط بين ثلاث أجزاء وهو أهم عنصر حيث يبن صفة صاحب اسم النطاق سواء كان مؤسسة أو هيئة أو أشخاص ومثال ذلك (wipo) (الموقع الرسمي للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (www.wipo.int).

اللاحقة (Suffix): ويمثل الجزء الأخير لأسم النطاق ويتواجد على يمين الجملة ويمثل طبيعة النشاط أو المؤسسة أو الموقع الجغرافي الذي ينتمي إليه مثال ذلك) (com، int .) .....إلخ.[2]

وتعريف آخر يعتبر اسم النطاق يتكون من جزئين: الجزء الأول ثابت والجزء الثاني متغير ويتمثل الجزء الثابت في المقطع WWW. ويشير إلى البرتوكول المستخدم ووجود الموقع على شبكة الاتصالات العالمية World Wide Web)، أما الجزء الثاني فهو الذي يميز المشروعات ويطلق عليه اسم النطاق Domain Name، وهو الجزء المتغير وينقسم إلى

[1] الشيخ حمدون وإبراهيم يامة، مرجع سابق، ص 2.

[2] محمد خير محمود العدوان وسعيد مبروكي، مرجع سابق، ص 107.

فرعين عناوين اسماء النطاق من الدرجة الأولى (TLD) واسماء النطاق من الدرجة الثانية (SLD)، ومثال على ذلك عنوان موقع منظمة التجارة العالمية (wto) يتمثل في http://www.wto.org ويكون http://www هو الجزء الثابت من العنوان هو المقطع " org. " هو اسم النطاق من المستوى الأول " wto " ومن المستوى الثاني .

ويعرف أيضا على أنه " اسم النطاق بأنه عبارة عن مجموعة من الحروف والأرقام تستخدم للدلالة على عنوان أو موقع الحاسوب يستخدمه شخص طبيعي أو معنوي على شبكة الانترنت لتحديد هذا الموقع.[1]

رابعا: تعريف المشرع الجزائري

عرف إسم النطاق في القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق لـ: 10 مايو سنة 2018 والمتعلق بالتجارة الالكترونية على أنه : سلسلة أحرف أو أرقام مقيسة ومسجلة لدى السجل الوطني لأسماء النطاق وتسمح بالتعرف والولوج إلى الموقع الالكتروني.[2]

ومن التعاريف السابقة التي تم تناولها حول تحديد معنى اسم النطاق ورغم الاختلافات التي نلمسها في كل تعريف، إلا أنه يمكننا تحديد تعريف شامل لاسم النطاق بالجمع بين الجوانب التي ارتكز عليها كل تعريف بالقول أن اسم النطاق" يقصد به مجموعة من الحروف والأرقام والعبارات التي تستخدم للدلالة على عنوان أو موقع حاسوب يستخدمه الشخص على شبكة الإنترنت لتحديد هذا الموقع وتمييزه عن غيره من المواقع الأخرى.

أمام قصور كل تعريف سبق عن الإحاطة بمفردات هذا المفهوم، فقد كان الحل هو وقد ظهر هذا جمع كل نقاط الارتكاز السابقة في تعريف واحد، وهوما نراه صائبا المنهج في تعريف اسم لنطاق بأنه:" عبارة عن مجموعة من الحروف والأرقام أو العبارات تستخدم

[1] ليندة حاج صدوق، " أسماء المواقع الإلكترونية بين التقنية والقانون "مجلة الدراسات القانونية والسياسية، المجلد الرابع، العد 2 جوان 2018 جامعة الجزائر، ص 233.

[2] القانون 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية 16 مايو، العدد 28، 2018، ص05.

للدلالة على عنوان أو موقع حاسوب يستخدمه شخص طبيعي أو اعتباري على إذ يتنأو ل شبكة الانترنت لتحديد هذا الموقع وتمييزه عن غيره من المواقع الأخرى.[1]

من خلال هذه التعريفات نجد أن المشرع الجزائري قد وفق في تعريف اسم النطاق حيث أنه تطرق من خلاله إلى طبيعته والتي هي عبارة عن أحرف وأرقام وكذلك تطرق إلى الجهة المسؤولة عن منحه، كما ذكر المشرع الوظيفة التي يؤديها اسم النطاق بحيث تسهل عملية الولوج إلى موقع المورد الإلكتروني.[2]

الفرع الثاني : التعريف الاصطلاحي لإسم النطاق

ما يميز أسماء النطاق أنها حديثة الوجود وهذا ما كان له الأثر البارز على نظامها القانوني، فنجد في التشريعين الأردني والجزائري ما يسعفنا في بيان تعريف اسم النطاق، وفي ظل هذا الفراغ القانوني كان البد من البحث في القواعد التنظيمية التي وردت على صورة سياسة تسجيل أسماء النطاق في الأردن أما في الجزائر فجاءت على شكل وثيقة تسمى ميثاق تسمية النطاقات وضعت هذه الأسس لتنظيم إجراءات تسجيل أسماء النطاق وكل ما يتصل بها.

وسياسة تسجيل أسماء النطاق الأردنية وعلى غرار ميثاق التسمية في الجزائر لم يتضمن أي تعريف السم النطاق، هذا ما يقودنا للبحث في القواعد العامة والقوانين الخاصة التي لها عالقة بالموضوع كقانون المعاملات الالكترونية في التشريعين.

وبالرجوع للقواعد العامة والقوانين الخاصة ذات العالقة بالموضوع في كلا التشريعين نجد أي تعريف السم النطاق، وهذا ما يفتح باب النقد للتشريع الجزائري والأردني، فكان من الأولى إدراج تعريف السم النطاق في أسس وإجراءات تسجيل أسماء النطاق، ألنه في الأساس هذا ما كان يجب تحديده كأول مرحلة، فمن غير المنطقي قبول مثل هذه الفراغات

[1] مسلم يونس هادي: أسماء النطاق على الأنترنت وطبيعتها القانونية ،مجلة الرافدين للحقوق، المجلد 2،العدد 25،ص146.

[2] عبد الوهاب ضو وآخرون، مرجع سابق، ص 28.

القانونية، وما يفتح باب النقد أكثر هو عدم تدارك هذا الفراغ القانوني في القواعد العامة أو في القوانين الخاصة المتعلقة بالمعاملات الالكترونية.

وميثاق التسمية في الجزائر يمكن تعريف أسماء النطاق بأنها »عنوان فريد قد يكون لاتينيا أو عربيا يقع ضمن النطاقات العليا للدولة، بحيث يسمح هذا العنوان بتحديد الموقع على شبكة الانترنت وصاحبه وفقا للأحكام المنصوص عليها في سياسة التسجيل.[1]

الفرع الثالث: كيفية اختيار اسم النطاق

لا يمكن للمورد أن يختار اسم نطاق عشوائيا وبحسب رغبته، بل من الضروري أن يراعي فيه بعض الشروط التي نظمها ميثاق التسمية للامتداد. الجزائر، حيث يمنع على المورد الكيان مقدم الطلب استخدام بعض "الكلمات الممنوعة، وهي تلك التي تشمل أسماء الدول المدن، أسماء المهن الأسماء العامة، أسماء الأشخاص وأسماء الشخصيات، فحتى لوكان طلب الشخص الراغب في أن يكون موردا مستوفيا للمعايير المطلوبة، لا يمكن لمركز أسماء النطاقات إعطاء اسم نطاق له إذا احتوى هاته الكلمات الممنوعة .

يخضع اسم النطاق لقواعد وشروط يمكننا تصنيفها إلى شروط نحوية وشروط إدارية:

أولا: الشروط النحوية

فهي تلك التي تنحصر في التسمية بحد ذاتها، فيجب أن يكون اسم النطاق مكون على الأقل من حرفين أو 24 حرف كحد أقصى، وتنحصر هذه الحروف في اللغة العربية من حرف "الألف إلى الياء" بدون حركات التشكيل والشدة ولا يمكن الخلط بين الأحرف العربية وغير العربية، ومن 0 إلى 9"، فلا يجوز أن يحتوي اسم النطاق على الأرقام وحدها، ويستخدم الرمز (-) بشرط ألا يأخذ هذا الرمز المرتبة الأولى أو الأخيرة في التسمية. حيث يجوز استخدام

[1] ميثاق التسمية في الجزائر http://webidn.nic.dz/images/pdf_nic/charte.pdf ، تاريخ الزيارة: 28 أفريل 2023 .22:16 .

الرمز (-) للفصل بين الكلمات في اسم النطاق خاصة إذا كان دمج الكلمتين يؤدي إلى لبس. بعد تسجيل اسم نطاق يحتوي على حرف أو أكثر من الأحرف المتشابهة، يجوز تسجيل أسماء أخرى والتي يمكن إنشاءها من خلال تغيير الحروف الأخرى المتشابهة بشرط ألا تتعدى على حقوق الآخرين.

ثانيا: الشروط الإدارية

الواجب توفرها في اسم النطاق فنجدها محصورة فيما يلي:

-يجب على كل كيان يتقدم بطلب اسم النطاق أن يقدم وثيقة تبرر ملكيته للاسم المطلوب كما هو مطلوب في الملف .

-يجب أن يكون لأي كيان تقدم بطلب اسم نطاق مقر في الجزائر أو مكتب اتصال في الجزائر.

-اسم النطاق هو ملك الكيان الذي يطلب تسجيله وليس إلى مزود خدمات الأنترنت أو ممثله لتطبيق عملية التسجيل.

-يجب على أي مسجل أو وسيط تقديم وثيقة رسمية صادرة عن الكيان الطالب للتسجيل لتبرير العملية.[1]

وعلاوة على ذلك نجد أنّ اسم النطاق مثله مثل الاسم التجاري من حيث قابليته للتعديل والإلغاء، حيث يمكن تحديث المعلومات في مركز أسماء النطاقات عبر طلب إجراء تعديلات في أي وقت من الأوقات على العناصر الإدارية لأسماء النطاق كتغيير الاتصال التقني والإداري، تغيير معلومات، وكل تغيير يمكن أن يجري خلال مدة التسجيل التي تبقي الاسم ساري المفعول طول مدة صلاحية ملكية الاسم لمقدم الطلب.....الخ. أما طريقة إلغائه فتتم إذا تم إلغاء تسجيله بناء على طلب لجنة المنازعات في أسماء النطاق الجزائر؛ بسبب كون المعلومات المصرح بها لم تعد صالحة بسبب تغييرات لم يتم التبليغ عنها، أو تم استخدام اسم

[1] يونس هادي مسلم، مرجع سابق، ص 145.

النطاق لإرسال رسائل بريد الكترونية غير مرغوب فيها، الهجمات الشبكية أو أي أغراض أخرى قد تسببت في تعطيل الشبكة وإلحاق الأذى بالآخرين.[1]

المطلب الثاني

مفهوم نظام أسماء النطاق

في هذا المطلب سنتطرق إلى تعريف نظام إسم النطاق في الفرع الأول ثم إلى إدارة أسماء النطاق (DNS) الفرع الثاني.

الفرع الأول: تعريف نظام إسم النطاق

أصبح تطور شبكة الانترنت واتساعها من العوامل المساعدة على تبادل المعلومات بسرعة نتيجة اتصال الحواسيب عبر العالم بشبكة عالمية بحواسيب عملاقة (الحواسيب المضيفة Host Computer) وتنفرد كل منها بعنوان يميزها عن غيرها من الحواسيب يمكنها الاتصال ببعضها البعض وهو ما يعرف بعنوان برتوكولات الانترنت (IP Internet Portocol address).

ويتكون كل عنوان من أربع مجموعات من الأرقام منفصلة عن بعضها بنقاط، ونتيجة تعدد الحواسيب حول العالم كان من الصعب على مستخدم الأنترنت تذكر هذه الأرقام لذا ظهر نظام أسماء النطاق (DNS لتسهيل هذه العملية بربط العناوين الرقمية بنظام يستخدم حروف ابجدية ويعمل على تحويلها إلى حروف تشكل كلمات أو مصطلحات .. نظام أسماء النطاق (DNS) عبارة عن قاعدة بيانات منتشرة في حوالي 13 من خادم جدري (Root Server) ، الذي يحتوي على كافة بروتوكولات الانترنت الخاصة بمستويات أسماء المواقع العليا العامة مثل:com) و (net) و (org) ، ويقوم نظام أسماء النطاق بتحويل الحروف الأبجدية

[1] مبروكي سعيد، تسوية المنازعات المتعلقة بأسماء النطاق، مجلة تاريخ العلوم، العدد السادس، جامعة زيان عاشور الجلفة، 2017، ص 52.

اللاتينية www.wipo.int إلى أرقام 194.77.88.97 ولغة يمكن للحواسيب أن تفهمها قبل أن يصل الشخص للموقع الذي يرغب بالوصول إليه، ويطلق على هذه العملية عملية تحديد اسم النطاق.[1]

وتعتبر الخوادم الجذرية (ROOT SERVERS) والتي عددها 13 المسؤولة عن التوجيه الصحيح لحركة التصفح عبر الانترنت، وتشغل هذه الخوادم طرف اثنى عشر منظمة إحداها عمومية حكومة الولايات المتحدة الأمريكية (التي تشغل 3 خادمات والبقية لكيانات خاصة.

ويعتبر (DNS) برتوكول يقوم على مجموعة من المعايير التي تتحكم بكيفية تبادل الحواسيب للبيانات عبر الانترنت، وعبر مختلف الشبكات الخاصة التي تعرف هذه المعايير باسم (TCP IP)) وعملها الأساسي هو تحويل اسم نطاق مكتوب لمستخدم ما .[2]

ويعرف (DNS) أيضا بأنه نظام يقوم بتخزين المعلومات التي تتعلق بأسماء نطاق الانترنت في قاعدة بيانات لامركزية على الانترنت حيث يمكن لخادم اسم النطاق ربط العديد من المعلومات بأسماء النطاق، ويعد كفهرس عالمي للمعلومات عن أسماء النطاق ويمثل حجر الأساس بالنسبة للأنترنت منذ عام 1985، تعتبر تقنية هذا النظام مشابهة لدليل الهاتف الذي يستخدم كوسيلة للاتصال بالأشخاص، أما بالنسبة لنظام (DNS) فإن طريق التخاطب بين الأجهزة من اجل الاتصال عليها معرفة العنوان الرقمي لتبادل المعطيات فيما بينها ولذا تعتمد على العنوان الرقمي برتوكولات الأنترنت (IP Address) مكون من 32 خانة ثنائية الإصدار الرابع (IP Version 4) و 128 خانة ثنائية الإصدار السادس IP Version 6) وتم تصميمه وفق قاعدة بيانات ذات حجم غير محدد نظريا ويعرف بأنه قاعدة معلومات غير مركزية على حسب الموقع: http://www.ot servers.com هناك 13 من جذور الخوادم (AM) منها 10

[1] محمد موسى أحمد هلسة، منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق في النظام القانوني الفلسطيني (دراسة مقارنة) ، رسالة ماجستير منشورة كلية الدراسات العليا جامعة بنزرت، فلسطين، 2010، ص ص 04، 05.

[2] أحمد هبة بدر: "مقال" حول الطبيعة القانونية للسياسة الموحدة لتسوية منازعات عناوين المواقع الالكترونية"، منشور بمجلة العلوم القانونية والاقتصادية، جامعة عين شمس، 2011، ص 66.

موجودة في الولايات المتحدة الأمريكية وهي الخوادم (A.B.C.D.E.F.G.H.L.J) وواحد في ستوكهولم في السويد وهو (D) وواحد في لندن وهو الخادم (K) والأخير في طوكيو باليابان وهو الخادم (M).[1]

3- اختلف المشرعين العرب في إعطاء ترجمة موحدة فتم ترجمته إلى عدة مصطلحات منها (الدومين، أو اسم المجال أو اسم الموقع، أو اسم المنطقة).

الفرع الثاني: إدارة أسماء النطاق (DNS)

يعتبر التحول في استعمال شبكة الانترنت من قبل الولايات المتحدة الأمريكية من احتكارها والسيطرة عليها لأغراض عسكرية، إلى إمكانية استخدامها في الجانب المدني بمنح تفويض، ومنح الامتياز لشركة خاصة تدعى network solution Inc مقرها ولاية فرجينيا سنة 1993 بتوزيع النطاقات com , org , net مقابل رسوم ، وهذا ما عرضها للعديد من الانتقادات وتم استبدالها بمنظمة تدعى الأيكان بناءا على إتفاق تم بين الولايات المتحدة الأمريكية والفاعلين في مجال الأنترنت،[2] والأيكان هي منظمة تحديد الأسماء والأرقام عبر الإنترنيت، وهي هيئة غير ربحية تأسست عام، 1998 ومقرها في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، وهي المنظمة المسؤولة على أمن واستقرار الإنترنيت، بحيث تقوم بحفظ السجلات من بروتوكولات الإنترنيت IP ، وتوزيع أسماء النطاقات ثم لin ، com، كما تقوم بإدارة نظام DNS والذي هو نظام توليد عناوين IP التي تسمح للمستخدمين على شبكة الإنترنيت للوصول إلى المواقع المختلفة ببساطة عن طريق كتابة اسم الموقع بدلا من كتابة رمز رقمي طويل.[3]

---

[1] الشيخ حمدون الشيخ وإبراهيم يامة، مرجع سابق، ص 3.

[2] المرجع نفسه، ص 4.

[3] سمير سليم، منظمة أيكان ومفاتيح الإنترنيت السبعة، مقال منشور على www.arageek.com اطلع عليه بتاريخ 20 أفريل 2023 11:38.

ويدعم الأيكان ثلاث منظمات وهي:

1- **منظمة دعم الأسماء العامة GNSO**، والتي تعتبر أكبر المنظمات داخل الأيكان، بحيث أنها تتكون من مجموعة كبيرة من الدوائر والتي بمجملها تركز على سياسات الأسماء العامة للنطاقات.

2- **منظمة دعم الأسماء الكودية CCNSO** فهي ترتكز على بناء السياسات وتبادل الخبرات بين مجتمع سجلات مستويات النطاقات العليا الخاصة بالبلدان

3- **منظمة ASO** والتي تتولى وضع سياسات عناوين بروتوكولات الإنترنت وتشمل على سجلات الإنترنت الإقليمية.

وقبل عام 2010 كانت منظمة الآيكان تحت سيطرة الحكومة الأمريكية ممثلة في هيئة الاتصالات والمعلومات الوطنية NTIA ونظرا لوجود شكوك حول حيادية المنظمة طالب كل الاتحاد الأوروبي والبرازيل وروسيا باستقلاليتها ووضعها تحت إشراف دولي.

أما منذ عام 2010 فالتحكم في الأنترنت أصبح يتم من قبل مجموعة مكونة من سبعة أشخاص من جميع أنحاء العالم، يحملون سبعة مفاتيح وذلك لجعل النظام أكثر أمنا، ومهمة هؤلاء الأشخاص هي المصادقة والتحقيق من عناوين الإنترنت، والتأكد من أن المستخدمون لن يتوجهوا إلى مواقع مزيفة.[1]

وتعد هيئة الأيكان من الجهات الداعمة لمنتدى حوكمة الإنترنت على الصعيد الدولي أو الإقليمي أو المحلي، على أساس مشاركتها في اللجان الاستشارية لهذه المنتدبات وتنظيمها لورشات عمل وتقديم خبرات فيها وكذا مشاركتها في تمويل هذه المنتدبات.

وتعد مذكرة التفاهم Mou والموقعة بين ICANN ووزارة التجارة الأمريكية هي الأساس في تكوين نظام الأيكان وطريقة إدارتها، بحيث تم الاتفاق على الأهداف التالية :

- تقديم الخبرة في مجال تقرير أرقام قطاعات بروتوكول الإنترنت.
- تشجيع التعاون الدولي وتشجيع حركة الاتصال عبر الإنترنت.
- تنمية روح التعاون في مجال البحث العلمي فيما يتعلق بالخوادم الجذرية.[2]

[1] سمير سليم : مرجع السابق،ص2.

[2] عمر محمد بن يونس، الأيكان، منشورات الجمعية المصرية لقانون الإنترنيت، ب.س.ن. ص 12

المبحث الثاني

الطبيعة القانونية لاسم النطاق

مع تطور التجارة الإلكترونية ظهرت أسماء المواقع، او أسماء النطاق أو أسماء الحقول، وهو ما أدى الى ظهور نزاعات بينها وبين العلامات التجارية، التي تعتبر من أهم العناصر الملكية الصناعية سواء لفائدة الصانع أو التاجر أو لمقدم الخدمة أو للمستهلك بما تكون الثقة بصفات المنتجات والبضائع والخدمات، وهي وسيلة للإعلان عنها وهي وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة وضمان لحماية المستهلكين[1].

ولتحديد الطبيعة القانونية لإسم النطاق كان لا بد لنا من التطرق اسم النطاق ينتمي الى عناصر الملكية الفكرية في المطلب الأول ثم إلى اسم النطاق فكرة قانونية جديدة في المطلب الثاني.

المطلب الأول

اسم النطاق ينتمي الى عناصر الملكية الفكرية

في هذا المطلب سنتطرق إلى اسم النطاق والعلامة التجارية في الفرع الأول ثم اسم النطاق والاسم التجاري في الفرع الثاني .

الفرع الأول : اسم النطاق والعلامة التجارية:

تعتبر العلامة التجارية أحد أهم حقوق الملكية الفكرية فيتم تصنيفها على أنها من الممتلكات الفردية ولذلك تكون أقرب إلى شخص المبتكر ويقصد بها كل إشارة أو دلالة يتخذها

[1] كوثر مازوني، الطبيعة القانونية لأسماء النطاق الإلكترونية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، المجلد 59، العدد03، سنة2022، ص636

الصانع أو التاجر أو صاحب خدمة من أجل تمييز صناعته أو بضاعته أو خدماته عن المنافسين الآخرين.[1]

وقد نظم المشرع الجزائري كل ما تعلق بالعلامات بموجب الأمر 03-06 الصادر في 19 جويلية 2003 واعتبرها وفقا لنص المادة الثانية من هذا الأمر " كل الرموز قابلة للتمثيل الخطي" وهذا يعني أن المشرع الجزائري أخذ بالعلامات البصرية فقط على خلاف ما جاءت المادة 15 من اتفاقية تريبس التي تسمح للدول الأعضاء تسجيل الشارات غير البصرية على أنها علامات وبالتالي أصبح قانونيا تسجيل العلامات المدركة بالحواس مثل الصوت والرائحة والصوت.[2]

وحسب التشريع الجزائري فإن العلامة قد تتخذ أشكالا عدة قد تتكون من الأسماء المستعارة أو العائلية أو التسميات المبتكرة والرموز والأسماء بصفة عامة التي يمكن بها تمييز المنتجات أو السلع أو الخدمات ولهذا يوجد العديد من العلامات من حيث محلها توجد علامة صنع وقد ألزم المشرع الجزائري بذلك وفقا لنص المادة الثالثة من الأمر 03-06 اضافة الى علامة خدمة وهي إلزامية أيضا وفقا لنفس المادة وقد تكون تجارية لم ينص المشرع على إلزاميتها وهذا ما يعني أنها اختيارية.

ومن حيث صاحب الحق عليها هناك علامة فردية وعلامة جماعية وما يعاب على المشرع الجزائري أنه لم يتطرق إلى العلامات المشهورة بالرغم من أهميتها على المستوى العالمي في استقطاب الزبائن اضافة الى دورها في التعريف بالبضائع والخدمات والمؤسسات التجارية الصادرة عنها.

وهنا يتبين التشابه بين العلامة وبين اسم النطاق حيث أن كلاهما يقوم بدور المميز والمحدد كما يعتبر التسجيل شرطا للحماية سواءا بالنسبة للعلامة أو اسم النطاق وتكمن العلاقة

[1] صلاح زين الدين : الملكية الصناعية والتجارية، مكتبة دار الثقافة للنشر و التوزيع، د.ط، عمان ،2004،ص07.

[2] فرحة زرواي صالح:الكامل في القانون التجاري الجزائري المحل التجاري و الحقوق الفكرية، ابن خلدون للنشر و التوزيع ،د.ط، الجزائر،1998،ص214.

بينهما من حيث مشروعية تسجيل علامة كاسم نطاق وتسجيل اسم نطاق كعلامة. كما أن الإدارة المختصة بتسجيلها تعفي نفسها من البحث عن الأسبقية وهذا الأمر يقوم به المودع اضافة الى ان كل من ملك العلامة واسم النطاق يتمتعان بحماية مؤقتة يمكن تجديدها بشرط احترام بعض الاجراءات المعمول بها.

ورغم التشابه الموجود بين اسم النطاق والعلامة إلا أنه توجد فروقات ابرزها جهة التسجيل فالعلامة تسجل أمام هيئات وطنية بينما أسماء النطاق تتم أمام هيئات غير حكومية مثل الأيكان.[1]

الفرع الثاني : اسم النطاق والاسم التجاري

الإسم التجاري هو التسمية التي يختارها التاجر ليطلقها على محلة تمييز عن غيره من المحلات المتشابهة وغالبا ما تشمل هذه التسمية عندما يكون التاجر شخصا طبيعيا على اسمه الشخصي وقد تكون استعارة أو مبتكرة أما إذا كان التاجر شخصا معنويا كالشركات فان اختيار الإسم التجاري يتوقف على نوع الشركة.

فالاسم التجاري يختلف عن الإسم المدني فهومن الناحية القانونية يعتبر احد العناصر الأساسية الهامة للمشروع التجاري إذ من الطبيعي أن أي شخص يحترف التجارة يتخذ لملحه أو لمنشآته التجارية اسما تجاريا يباشر بموجبه تجارته كما أن الإسم التجاري يكون العنوان البارز الذي يوضع على المحل ليميزه عن مثيلاته ويكون أيضا وسيلة لجذب العملاء اضافة الى ان الاسم التجاري عادة ما يوضع على الفواتير والمراسلات والعقود وغيرها بينما العلامات التجارية تكون مميزة للمنتجات والخدمات وتجذب العملاء بالجودة والنوعية لا بالشكل والمظهر.

وعلى كل حال فانه رغم أن العلامات التجارية تختلف عن الإسم التجاري إلا أنه لا يمكن أن يكون الإسم التجاري علامة تجارية إذا ما أراد صاحب الإسم التجاري وفي هذه الحالة فإن

[1] شريف محمد غنام، مرجع سابق،ص56.

الاسم التجاري يقوم بدور العلامة التجارية بالإضافة إلى دوره في تمييز المحل أو المنشاة التجارية أو الصناعية.[1]

المطلب الثاني

اسم النطاق فكرة قانونية جديدة

من خلال هذا المطلب سنتناول اسم النطاق والموطن الافتراضي في الفرع الأول ثم اسم النطاق فكرة قانونية في الفرع الثاني وكذا أوجه الاختلاف بين العلامة التجارية واسم النطاق في الفرع الثالث.

الفرع الأول : اسم النطاق والموطن الافتراضي.

يتفق الفقهاء في هذا الاتجاه على أن اسم النطاق هو موطن افتراضي على أساس الحقوق المستقلة للفرد. في الواقع، لا يوجد وجود مادي، ولا يوجد سوى مكان واحد يوجد فيه، وهو الإنترنت. صاحب هذا الرأي، ما يحدد طبيعة اسم المجال هو الوظيفة التي يؤديها، وهي تحديد عنوان الشخص، وهوما يشبه تحديد عنوان المنزل أو المكتب. لذلك، لا ينحرف اسم المجال عن العنوان الافتراضي غير الموجود فعليًا على الإنترنت، وعندما يقوم شخص بتسجيل اسم مجال على الإنترنت، فإنه يختار مكانًا قانونيًا لبدء أنشطته.[2]

وتقوم هذه الفكرة ايضا على اعتبار اسم النطاق الموطن الافتراضي للشخص على شبكة الانترنت وما يقابه من موقع مادي على ارض الواقع حيث اثيرت هذه الفكرة في قضية الطالب والمدرسة امام محكمة استئناف باريس حيث ادعى احد الأطراف أن تسجيل اسم نطاق خاص بالشخص على شبكة الانترنت يمثل حق قانوني مرتبط به وبمصالحه يجب حمايته من

[1] مبروك مقدم :المجال التجاري ،دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع ،الجزائر، 2007،ص15.

[2] محمد موس أحمد هلسة: منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق في النظام القانوني الفلسطيني،دن،2010،ص6.

الاعتداء عليه إلا أن الانتقادات التي وجهت الى هذه النظرية في اعتبار ان اسم النطاق مجرد عنوان افتراضي على شبكة الانترنت وليس له وجود مادي على الرغم من وجوده المادي خلال تسجيله وكذلك القيمة المادية التي يتمتع بها من خلال تداوله بالبيع والشراء حيث يتمتع بقيمة اقتصادية كبيرة ذات فيم مالية ضخمة في بعض الاحيان وكذا الانتقادات أنه موقع افتراضي حيث أم لا يوجد شيء يطلق عليه اسم موقع قانوني الكتروني وهذا ما أكدته محكمة الاستئناف في حكمها في القضية وعلى اعتبار الموقع الالكتروني متاح للجمهور وبكل حرية إلا في حالة اقفاله بكلمة مرور من قبل صاحبه والانتقاد يقوم على فكرة الموطن في القانون بصفة عامة مرتبطة بمكان حقيقي يتم تعيينه وهذا ما لا يمكن تطبيقه على اسم النطاق الذي يكون ارتباطه ووجوده الحقيقي بالأجهزة المستخدمة في ذلك للاتصال بشبكة الانترنت.[1]

الفرع الثاني : اسم النطاق فكرة قانونية.

نتيجة للاختلاف وعدم استقرار الفقه أو الاحكام القضائية في تحديد الطبيعة القانونية لأسماء النطاق نجد تيار يطرح نظرية قائمة على أن اسم النطاق فكرة قانونية خارجة عن دائرة الملكية الفردية بشكل عام وله طبيعة خاصة ومستقلة عن أي نظام قانوني آخر وقد أكد القضاء الفرنسي هذا بوجه خاص. حيث يعتبر القضاء الفرنسي أن اسم النطاق لا يخضع لأي تنظيم قانوني خاص ولا يتمتع سوى بالحماية التي تقررها المبادئ العامة في القانون وحسب هذا القضاء فان اسم النطاق لا يخضع إلا للقواعد القانونية العامة بالاضافة الى الشروط العقدية التي تحكم أفراد العلاقة العقدية ولا يتمتع سوى بالحامية وإنما تطبق عليه القواعد القانونية.[2]

ومن خلال ما سبق فيمكننا القول ان هناك من اعتبر ان اسماء النطاق ليس عنصر من عناصر الملكية الفردية واعتبره موفقا افتراضيا وفكرة قانونية مستقلة بذاتها وهناك من الفقه من

[1] يونس هادي مسلم، مرجع سابق،ص161.

[2] المرجع نفسه، ص 164.

اعتبره من عناصر الملكية الفردية وخاصة الملكية الصناعية والتجارية وأن اسم النطاق لم يعد مجرد نظام تقني لتحديد المواقع وتمييزها عن غيرها بل أصبح يلعب نفس الدور الذي تلعبه حقوق الملكية الفكرية وخاصة حقوق الملكية الصناعية وبالتحديد ومعرة سبل الحماية التي تتمتع بها حقوق الملكية الصناعية وبالتحديد العلامة التجارية والاسم التجاري لتحديد الطبيعة القانونية لها وبالخصوص في حالة استعمالهما الكترونيا ومن حيث الوظائف التي يقومون بها للتميز بين المنتوجات والمشروعات ونجد كذلك في حالة وقوع نزاع بين هذه الحقوق فإنها تخضع للقوانين التي تحميها ويخضع لها اسم النطاق لأنه لا يتمتع بنظام قانوني خاص به ومن خلال هذا نجد حسب رأي أصحاب البحث أن اسم النطاق الى عناصر الملكية الفكرية وخاصة الصناعية للتقارب الكبير بينهما وامكانية اسقاط القواعد القانونية التي تتمتع بها عليه.

الفرع الثالث: أوجه الاختلاف بين العلامة التجارية واسم النطاق

تختلف العلامة التجارية واسم النطاق في بعض النقاط منها:

من حيث الانتماء إلى حقوق الملكية الفكرية تعتبر العلامات التجارية هي عنصر من عناصر الملكية الفكرية الصناعية المنظمة بقوانين الدول الداخلية والمستمدة من الاتفاقيات الدولية المبرمة في هذا الخصوص والتي تشرف على تنفيذها منظمة الملكية الفكرية العالمية الويبو (WIPO) أما بالنسبة لعناوين أسماء النطاق فالهيئة المختصة بها هي هيئة تحديد الأسماء والأرقام عبر الأنترنت الأيكان((4) ICANN) . من حيث الوظيفة العلامة التجارية تقوم بتمييز منتجات سلع أو خدمات لتاجر عن باقي التجار في حين أن اسم النطاق يقوم بتعيين عنوان على شبكة الأنترنت يتم من خلاله تسويق هذه المنتجات .[1]

من حيث التسجيل: يعتبر التسجيل بالنسبة للعلامة التجارية مقرر للحق وليس منشئ لها حيث ان ملكية العلامة تنشأ بالاستعمال، وليس بالتسجيل عكس اسم النطاق الذي لا يكتسب الحق

[1] كوثر مازوني الشبكة الرقمية وعلاقتها بالملكية الفكرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، بن عكنون، 2005، ص 130

إلا بعد التسجيل، ولا يمكن تسجيل نفس العلامة التجارية لنفس المنتج من قبل شخص آخر وإمكانية تسجيل نفس العلامة من قبل أكثر من شخص مع شرط عدم وجود ترابط بين المنتجات والبضائع أما بالنسبة لاسم النطاق فلا يمكن تسجيل نفس اسم النطاق لتمييز كل اسم عن غيره ويتم تسجل العلامة التجارية لدى الهيئات الوطنية بينما تسجيل اسماء النطاق يتعدى الحدود الإقليمية وكذلك الغرض من التسجيل بالنسبة للعلامة هو تمييزها وحمايتها عن غيرها من العلامات الغير مسجلة وتكون هذه العلامة داخل حدود الدولة ولكن يمكن استخدامها في أقاليم أخرى غير مسجل فيها، أما بالنسبة لاسم النطاق هو تمييز عنوان على شبكة الانترنت عن غيره من العناوين ويتعدى التسجيل النطاق العالمي حتى ولو كان التسجيل دوليا أو وطنيا يكون غير مسموح عالميا.[1]

من حيث المحل: يتم تسجيل العلامة التجارية لتمييزها بين بضائع وخدمات ولارتباطها بها ولكن لا يكون ذلك بالنسبة لتسجيل أسماء النطاق فلا يكون بالضرورة مرتبط ببضائع او خدمات محددة بل يمكن أن يكون مرتبط بحكومات او منظمات اودول مثل العلامة التجارية لشركة كوكاكولا ترتبط بصناعة المشروبات الغازية لكن اسم النطاق www.cocacola.com يكون مرتبط بصناعة، تسجيل اسم النطاق عمل تكنولوجي وليس مادي وقيمته تنحصر في الأنترنت وليس له قيمة خارجه وهذا التسجيل لا يمنح لصاحبه الحق في مواجهة الأخرين وإنما تمنحه الحق في استخدامه.

من حيث التخصص: بمعنى ارتباط العلامة التجارية بمنتجات محددة دون غيرها وهذا ما يعرف "بمبدأ التخصص" أي تخصص في حماية المنتجات التي تحمل العلامة دون غيرها على عكس اسم النطاق الذي لا يعتبر مقيد فهو يمنح صاحبه حق مطلق عند التسجيل في اي نطاق سواء دولي أو وطني وليس نسبي بالنسبة للعلامة على منتوج مخصص بهذه العلامة وإمكانية الغير من استخدام العلامة في منتوجات مختلفة، وفي حالة استخدام العلامة التجارية كعنوان لاسم

[1] فاتن حسين حوى ، مرجع سبق ذكره، ص 71.

النطاق في فئة جديدة من الخدمات (الخدمات المعلوماتية) في أقاليم جديدة وعبر قنوات اتصال مختلفة، وهذا الاستخدام الجديد والموسع هو ما سينشئ نزاع مستقبلا مع مستخدم آخر أو مسجل للعلامة نفسها من حيث أن الحق في التسجيل يعطي الحق لصاحبها في استخدامها كعنوان بشكل حصري أو يمنع تسجيلها كعنوان من قبل الغير.

من حيث الحق في الاعتراض على التسجيل : يتم القيام بإجراءات البحث قبل تسجيل العلامة التجارية المراد تسجيلها إذا كانت مسجلة من قبل وبالتالي يسمح في تقديم اعتراضات بمدى استعمال العلامة أو مدة حياتها بينما نجد عند تسجيل اسم النطاق لا يوجد أي نوع من الاعتراضات بين أسماء النطاق إلا أنه يمكن تقديم اعتراض تشابه اسم نطاق مع علامة تجارية. والسؤال الذي يطرح نفسه عن استخدام العلامة التجارية كعنوان للسم النطاق في فئة جديدة من الخدمات (الخدمات المعلوماتية) في أقاليم جديدة وعبر قنوات اتصال مختلفة، وهذا الاستخدام الجديد والموسع هو ما سينشئ نزاع مستقبلا مع مستخدم آخر أو مسجل للعلامة نفسها من حيث أن الحق في التسجيل يعطي الحق لصاحبها في استخدامها كعنوان بشكل حصري أو يمنع تسجيلها كعنوان من قبل الغير.

ورغم أن هذا الاتجاه يعتبر أن اسم النطاق اقرب إلى العلامة التجارية إلا هناك من يجد أنه أقرب إلى الاسم التجاري وهذا ما سنتناوله لاحقا .[1]

[1] فاتن حسين حوى المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية، المرجع نفسه، ص 70.

خلاصة الفصل :

تناولنا في هذا الفصل مختلف النقاط التي تتعلق باسم النطاق من خلال التعرف على ماهية اسم النطاق، وعلى نظام اسم النطاق (DNS) ومختلف آلياته والتعرف على كيفية عمل هذا النظام من خلال الخوادم سواء كانت مركزية أو ثانوية، أو تخزينية وكيف يتم إرسال المعلومات واستقبالها بين هذه الآليات في ثواني معدودة، دون أن يشعر مستخدم شبكة الانترنت بذلك من خلال رسائل استعلامية تتابعية وإدارته المتمثلة في هيئة الأيكان ومختلف اللجان والمنظمات القائمة على تسيرها، وإدارتها لضمان سير شبكة الأنترنت، والتطرق إلى مفهوم اسم النطاق من خلال التعرف على مختلف التعاريف التي تناولته سواء الفقهية من الجانب الفني والتقني والتكويني وكذا الجانب القانوني لمختلف التشريعات القانونية بما فيها المشرع الجزائري، وكذلك التعرف على الطبيعة القانونية لأسماء النطاق، والتعرف على مختف الاتجاهات الفقهية في تحديد الطبيعة القانونية لها من خلال من يرى أنها تنتمي إلى عناصر حقوق الملكية الفكرية، وبالتالي إمكانية إسقاط قوانينها وتكيفيها على أسماء النطاق وحمايتها كالعلامة التجارية والاسم التجاري والعنوان التجاري من خلال أوجه التقارب والاختلاف، وهناك من الفقه من فكرة قانونية جديدة بل تمثل موطن افتراضي أو تشبه خدمة المنتيل في فرنسا أو فكرة قانونية مستقلة.

الفصل الثاني

دور إسم النطاق في المعاملات التجارية الإلكترونية

تحدثنا في الفصل الأول على المكانة التي تلعبها أسماء النطاق في تحريك التجارة الإلكترونية، وتناولنا مختلف الآراء الفقهية والتشريعية التي عرفت أسماء النطاق وأهميتها، وعلى عدم إمكانية تحديد الطبيعة القانونية التي تحكمها لعدم وجود نظام قانوني خاص بها ، حيث هناك من الفقه من يعتبرها من عناصر الملكية الفكرية للتقارب الكبير بينهما وبالتالي إسقاط الحماية القانونية الخاصة بعناصر حقوق الملكية الصناعية والتجارية وخاصة العلامات التجارية على أسماء النطاق في حالة نشوء نزاع بينهما، مما جعل ضرورة التعرف على كيفية إكتساب ملكيته أسماء النطاق من خلال مبدأ أسبقية التسجيل (Premier arriver premier servi)، ضمن إجراءات تسجيل توضع من قبل جهات مختصة ، لما يمنحها الحماية في حالة التعدي عليها ومعرفة الأسباب التي تنشأ النزاع وهذا من خلال التعرف إلى شروط حماية اسماء النطاق والحماية القانونية لأسماء النطاق .

المبحث الأول

الحماية القانونية لأسماء النطاق

تتمتع أسماء النطاق بحماية قانونية لضمان حقوق الملكية الفكرية وتجنب الاستخدام غير المشروع أو الضار بها، ولذلك قسمن هذا المبحث لذكر أهم شروط حماية أسماء النطاق في المطلب الأول ثم إلى تسوية منازعات أسماء النطاق في المطلب الثاني.

المطلب الأول

شروط حماية أسماء النطاق

إن التطور السريع للأنترنت جعل المواقع الإلكترونية تشكل عالما إفتراضيا يمس جميع الجوانب الإقتصادية والإجتماعية والثقافية، وبكل ما هو مرتبط بنشاط الإنسان، وللولوج إلى هذه المواقع يكون عن طريق اسم النطاق، هذا الأخير الذي يفرض على صاحبه ضرورة التسجيل من أجل إكتساب ملكية إسم النطاق وإثبات الحق عليه، وهو بذلك يتشابه مع الإسم التجاري المكتسب عن طريقة تسجيله بالسجل التجاري الذي يمكن اكتسابه أيضا بالإستعمال بشروط ، كما يتشابه مع العلامة التجارية التي يتم اكتسابها بالتسجيل في سجل العلامات، بينما يتم تسجيل اسم النطاق لدى هيئات تسجيل مخولة بذلك، يكتسب من خلالها الحماية القانونية في مواجهة الإعتداء عليه ضمن شروط شكلية وموضوعية ضرورية لحمايته (الفرع الأول) وبإتباع إجراءات تسجيله (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الشروط الشكلية والموضوعية لحماية اسماء النطاق

سنتطرق في هذا المطلب إلى الشروط الشكلية لحماية اسماء النطاق في الفرع الأول ثم الشروط الموضوعية لحماية أسماء النطاق في الفرع الثاني.

أولا : الشروط الشكلية لحماية اسماء النطاق:

ومن الشروط الأساسية لتسجيل اسم النطاق، منها ما هو متعلق باسم النطاق ومنها ما هو متعلق بمنح اسم النطاق والتي سيتم توضيحها كما يلي:

1: الشروط المتعلقة باسم النطاق : ومن بين هذه الشروط الشكلية الواجب توفرها ما يلي

_ :يجب أن يبدأ اسم النطاق بحرف من الحروف الأبجدية A :Z أو رقم من 0إلى 9 بالإضافة إلى ذلك يمكن استخدام حرف الوصل hyphen ،،- ،، بشرط ألا يبدأ بها الاسم ، وأن لا يزيد عدد أحرف الاسم عن 63 حرف ، ومن الأحسن أن يكون بسيط وسهل الحفظ وقصير ويعبر عن الشركة بما يتناسب مع طبيعة عملها لجذب أكبر عدد من الزوار.[1]

ويجب أن لا يحتوي اسم النطاق على الأرقام فقط ، ويمكن أن يحتوي على مسافات (_) إلا أنه لا يبدأ ولا ينتهي بها ، ولا تهم الأحرف إن كانت كبيرة أو صغيرة[2]

2: القواعد المحدد لصياغة اسم النطاق في الجزائر:

- عدم استخدام حركات التسجيل والشدة.
- عدم الخلط بين الحروف العربية وغيرها من الحروف.
- استخدام الشرطة للفصل بين الكلمات في اسم النطاق الواحد خاصة إذا كان دمج الكلمتين يؤدي إلى لبس.
- عدم وضع الشرطة في بداية أو نهاية اسم النطاق وعدم استخدام شرطين متتاليتين.
- بعد تسجيل اسم النطاق يحتوي على حرف أو أكثر من الأحرف المتشابهة.[3]

[1] مؤمن طاهر شوقي محمد، "النظام القانوني لأسماء النطاق" ، المرجع السابق ،ص ، 229.

[2] حواس فتحية ، حماية المصنفات الرقمية وأسماء النطاقات على شبكة الأنترنت ، مرجع سابق ذكره ، ص. 201

[3] قواعد أسماء النطاق، http://www.nic.dz تاريخ الزيارة: 30 أفريل 2023 14:19.

- يجب على كل اسم نطاق الالتزام باتفاقية التسمية لضمان منطقي للامتداد الجزائر ومن الشروط النحوية التي نصت عليها الاتفاقية.
- يمكن تسجيل أي اسم كنطاق ما لم يتعارض مع القانون والآداب العامة وتوجد ممنوعات لا يمكن اتخاذها كاسم حتى ولوكان طلبها مقبول قانونا مثل أسماء الأعلام والشخصيات والدول وغيرها.[1]

ثانيا: الشروط الموضوعية لحماية أسماء النطاق

وبالنسبة للشروط الموضوعية لحماية أسماء النطاق فإنه يمكننا تلخيصها في ما يلي:

1: صفة تمييز إسم النطاق:

وصفة التمييز تعد من الوظائف التي يتمتع بها اسم النطاق من أجل التعريف بالمنتوجات الخاصة به وتميزها عن غيرها ولا تحتمل أي شكل من أشكال التضليل للجمهور أو التشابه وهذه نقطة مشتركة بين العلامة التجارية واسم النطاق ومما يجدر الاشارة اليه ان القوانين الخاصة بالعلامة التجارية قد خصصت ونصت على الصفة المميزة للعلامة التجارية كما سبق وتحدثنا عنها سابقا وأي تجاوز لهذه الصفة يفقد صاحبه الملكية الفكرية.[2]

2: صفة الجدة

بالنسبة للعلامة التجارية فيجب أن تكون جديدة عموما ولم يسبق استعمالها على نفس المنتوجات لتفادي التضليل والتغليط للجمهور.

ونرى أيضا أن هذا العنصر مشترك لدى كل من اسم النطاق والعلامة التجارية فمن حيث الجدة نجد أن اسم النطاق لا يمكن أن يكون مشتركا ولا يمكن بأي شكل من الأشكال الاعتداء

[1] المادة 13-1 من ميثاق التسمية في الجزائر

[2] سمية عطاء الله ، حماية العلامة التجارية في علاقتها مع العنوان الإلكتروني ، مذكرة ماستر ، كلية الحقوق والعلوم السياسة ، قسم حقوق ،جامعة المسيلة، 2014 ، ص 36.

على اسم نطاق آخر أو أن يحاول أحد أن يستولي ويستعمل اسم نطاق خاص بمنتج آخر بسبب التسجيل على الحق في الملكية الفردية لاسم النطاق المراد تسجيله.[1]

3: مشروعية اسم النطاق:

حيث أن اسم النطاق لا يمكن ولا يجب أن يخالف القانون والتقاليد والأعراف وكذا النظام والآداب العامة وهذا ما يجعله يتفاوت ويختلف من دولة لأخرى ونجد أن هيئة الأيكان تلزم أن اسم النطاق لا يجب أن يخالف تشريعات الدول على أساس أن الدول المشرفة على تسجيل وادارة اسماء النطاق فوضعت قواعد في صورة توصيات في تقريرها 1999 وتتمثل في :

- قبول سياسة تسوية المنازعات UDRP
- تقديم طلب للتسجيل يشمل كل البيانات الخاصة واللازمة للتعرف عليه والاتصال به.
- عدم تسجيل أسماء مشابهة للعلامات التجارية المشهورة إلا اذا كان صاحب الطلب هو صاحب العلامة.
- عدم استخدام كلمات تخالف النظام العام أو الآداب العامة وكذا أسماء الدول ولا يجب أن يحتوي على عبارات من شأنها المساس بكرامة الأشخاص.[2]

الفرع الثاني: اجراءات تسجيل اسم النطاق

نصت المادة 09 من القانون 18-05 سالف الذكر على أنه " **لا يمكن ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية إلا بعد إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري**".

[1] سمية عطاء الله ، مرجع سابق، ص 37.

[2] المرجع نفسه،ص38.

إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري له وظيفتان الأولى يعتبر نقطة البداية لمباشرة التجارة الإلكترونية حيث لا يمكن مباشرتها إلا بعد إيداعه والثانية يعتبر وسيلة للتعرف على الموقع الإلكتروني للمورد حيث يعتبر إشارة مميزة يتخذها التاجر لتمييز مؤسسته عن المؤسسات الأخرى في البيئة الافتراضية.

وبهذه الإجراءات يكتسب اسم النطاق الدور المنوط له حيث يعتبر في هذه الحالة ذو أهمية سواء لصالح المورد أو للمستهلك، حيث يسمح برقابة المورد وأعماله وينظر إلى مدى احترامه للقوانين والأنظمة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية،[1] من جهة ومن جهة أخرى إكتساب المورد الإلكتروني الشهرة والإتصال بالعملاء كونه وسيلة إشهارية، ولاستكمال هذه الإجراءات لتحقيق ما يهدف إليه المشرع الجزائري لإسم النطاق، إشترط وضع إسم النطاق ضمن البطاقية الوطنية للموردين الإلكترونيين.

ولتسجيل اسم نطاق، يتعين عليك اتباع بعض الإجراءات الأساسية التي تتضمن الخطوات المتمثلة في الفروع التالية:

أولا: اجراءات تسجيل النطاقات العليا:

تأخذ هيئة الأيكان على عاتقها الجانب التقني لإدارة تسجيل اسماء النطاق وتشرف على الإجراءات الخاصة بتسجيل اسماء النطاق العامة العليا من خلال تفويض اختصاصها بالتسجيل إلى هيئات وشركات خاصة وتتمثل هذه الإجراءات فيما يلي:

1: إختيار أحد المسجلين المعتمدين وإختيار اسم النطاق :

إختيار أحد المسجلين المعتمدين registras من قبل هيئة الأيكان المدرجين على موقعها الرسمي، الذي يقوم بدوره بالتأكيد من إمكانية تسجيل اسم النطاق المر غوب فيه ، أو عدم إمكانية تسجيله، حيث يقوم الراغب بالتسجيل في تسجيل اسم النطاق المرغوب بتسجيله من خلال خدمة البحث في قواعد البيانات التي يوفرها موقع whois كما يمكن لطالب الخدمة

1 زوبير حمادي ، مرجع سابق، ص 85.

الإطلاع على الخدمات الفنية المقدمة من قبل المسجل وتزويده بنسخ من الشروط والأحكام التي يخضع لها طرفا العقد، بعد أن يقوم طالب التسجيل باختيار المسجل يختار اسم النطاق وفق شروط يتم تحديدها.

2: فتح الحساب

يقوم الشخص الراغب بالتسجيل بفتح حساب له مع الشركة المسجلة يتضمن معلومات متعلقة بشخصه يتضمن ملء استمارة إلكترونية يدرج فيه معلومات تخصه اسمه الأول، العائلة ، عنوانه ، رقم هاتفه، الفاكس، بريده الإلكتروني، ويختار مستخدم user login به وكلمة سر حتى يستطيع معأو دة الدخول للحساب في أي وقت.[1]

3: تعبئة طلب التسجيل

يعبىء الشخص استمارة التسجيل forme Registration ويدخل البيانات الخاصة به ومن ضمنها اسمه وعنوانه الذي يتيح الإتصال به ، ويذكر المسائل التقنية ايضا المتعلقة بالخادم الرئيسي أو الثانوي التابع له أو لغيره وعنوان برتوكول الأنترنتAdress IP ، ولا يكون ذلك إلا بعد أن يتأكد أن اسم النطاق غير محجوز أو مسجل باسم شخص أخر، أو بعد أن يختار اسم النطاق الجديد في حالة كون الإسم مسجل سابقا.

4: دفع رسوم الإشتراك

حسب عقد الخدمة المبرم بين طالب التسجيل والمسجل المعتمد واستكمال الإجراءات الضرورية يقوم صاحب اسم النطاق بسداد الرسوم المستحقة وحتى وإن سددها يكون المسجل المعتمد هو المسؤول أمام المنظمة لأنه ينوب عنه ويعمل لحسابه الخاص وفي حالة عدم سداد الرسوم المستحقة من قبله يتم عدم تسجيل اسم النطاق، أو إلغائه يقوم طالب التسجيل بدفع رسوم التسجيل للهيئة ، وفي حالة عدم الدفع اتفاقية تسجيل اسم النطاق المبرمة بينه وبين

[1] عبد السلام أم الخير و بلوافي مليكة: النظام الثانوي لأسماء النطاق، مذكرة ماستر في الحقوق ،جامعة محمد العربي بن مهيدي ،الجزائر،2021/2020،ص 55

الجهة المسجلة، يحدد الشخص الراغب بالتسجيل وسيلة دفع مناسبة له عادة ما تكون بطاقة إئتمان، ويوافق على بنود وتظهر رسالة للمسجل تتيح له التأكد من المعلومات التي سجلها ، وتقوم الجهة بالتأكد من وجود رصيد كافي لشراء اسم النطاق في بطاقة الدفع التي حددها ، ويمنح اسم النطاق حسب السياسة الخاصة بالشركات المسجلة لأسماء النطاقات.[1]

ثانيا: اجراءات تسجيل النطاقات

تنقسم إلى نوعين: أسماء المواقع العامة أو الدولية وأسماء المواقع المحلية

1: أسماء النطاق العامة: وتختار هذه المواقع إما لطبيعة المنظمة أي نشاطها بصفة مستقلة أو دون الأخذ بعين الاعتبار بلدها الأصلي وهم

- com بالنسبة للمؤسسات التجارية
- org بالنسبة للمنظمات غير الربحية
- Net بالنسبة للمنظمات الدولية.
- Edu بالنسبة للمعاهد التربوية.
- Gov بالنسبة للمنظمات الحكومية.

2: أسماء النطاق المحلية: وهذه المواقع تشير إلى بلد التسجيل فهي أسماء مواقع محلية حسب إشارة الدولة والمعبر عنهم بواسطة حرفين يشيران الى البلد مثل dz بالنسبة للجزائر وقد تم اضافة اسماء جديدة في منطقة المواقع المحلية وتسمى بأسماء المواقع المحلية الدنيا وهي asso و barreau بالنسبة للمحامين وغيرها.[2]

يختلف نظام تسجيل أسماء المواقع حسب نوعها، فبالنسبة لأسماء المواقع العامة تكون أمام هيئات دولية مختصة وهو اتحاد منح الأسماء والأعداد في الانترنت سنة 1999

[1] عبد السلام أم الخير، مرجع سابق،ص57.

[2] جمال وادي، العالمة والأنترنت، مذكرة لنيل شهادة الماجستير فرع الملكية الفكرية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002، 2003 ص 39

ICANN وبالعربية تأخذ ترجمة الكلمة الأخيرة لكونها مشهورة الأيكان نسبة إلى الحروف الأولى من الاسم الكامل المشار إليه باللغة الإنجليزية ، تقوم هذه الأخيرة على التحكم في الأسماء والأرقام، وبما يعني ذلك السيطرة على آلية المعاملات الاتصالات عبر الأنترنت.

أما تسجيل أسماء المواقع المحلية، فكل بلد يختار الهيئة أو المؤسسة العمومية الخاصة المؤهلة لتسيير أسماء المواقع المحلية، ففي فرنسا فإن الهيئة المسئولة عن إدارة وتسيير المواقع على شكل –fr– هي الجمعية الفرنسية المشتركة لمنح أسماء الأنترنت، وقامت هذه الأخيرة بوضع ميثاق التسمية الخاص بتسجيل أسماء المواقع على شكل" fr "، يقوم على قواعد إدارية وتقنية، وفي فرنسا يسمح لأفراد العاديين فتح أسماء مواقع فردية أي شخصية وذلك على شكل « nom.fr ».وفي الجزائر، فإن الهيئة المختصة لمنح اسم الموقع على شكل"dz "، هو مركز البحث في العالم العلمي والتقني، وذلك منذ جوان ،1999 ويختص هذا المركز بمنح أسماء المواقع المحلية مثال » dz.com » بالنسبة للشركات ذات طابع تجاري .

وفي هذا الإطار أو ردت المادة التاسعة 09 من قانون التجارة الالكترونية الجديد إجراءات خاصة بإيداع اسم النطاق على ان تنشا بطاقية وطنية للموردين الالكترونيين لدى المركز الوطني للسجل الوطني للسجل التجاري تظم الموردين الالكترونيين المسجلين في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية الحرفية.[1]

وبالنسبة لأسماء النطاق الوطنية في الجزائر التي تنتهي بـ DZ تتم الاجراءات على النحو التالي:

1) إيداع الملف.
2) البث في طلب التسجيل من طرف الشركة.
3) قبول طلب التسجيل.
4) تعديل طلب التسجيل (من أجل استكمال النواقص).

[1] سمير جمال القتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، ص 281

5) رفض طلب التسجيل (مع إعطاء حق للطعن).

6) الانتهاء من التسجيل.

7) تسجيل الإسم في القاعدة الخاصة بأسماء النطاق في الجزائر مع احتفاظ المالك بتحديث المعلومات المقدمة عبر طلب تغيير على شرط عدم الاخلال بالقوانين والقواعد الأولى.[1]

ومنه يمكن القول أن الإجراءات وحسب المشرع الجزائري تتمثل في نشر موقع إلكتروني وإيداع اسم النطاق لدى المصالح المختصة :

01-نشر الموقع الإلكتروني على الإنترنت مستضاف في الجزائر بامتداد:"com.dz"

بالرجوع للمادة 08 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، نجد أنها ألزمت أي مورد إلكتروني أن ينشر صفحة أو موقع إلكتروني في الجزائر بامتداد "com.dz" على أن يتوفر هذا الموقع على وسائل تسمح بالتأكد من صحته.

ولشرح العملية نجد المختصر الذي أوجبه المشرع يتكون من شقين الأول "com" ويشير إلى قطاع التجارة فكل قطاع له رمز خاص فمثلا نجد "org" خاص بالمنضمات و "net" بالنسبة للشبكات وغيرها من المختصرات، أما بالنسبة "dz " فيدل على اسم بالإضافة للدولة الجزائرية والتي يرتبط بها المورد الإلكتروني.

ويتم تسجيل اسم النطاق من خلال هيئات في الجزائر معتمدة من مركز تسجيل أسماء نطاق الجزائر "NIC-DZ" حيث يقدم ملف التسجيل لدى هاته الهيئة والتي تتولى بدورها تسجيل اسم النطاق عن طريق الإنترنت من خلال موقع مسجل مركز أسماء نطاقات الجزائر "registrar.nic.dz" مرفقا بملف يحتوي أساسا على نسخة من إيداع الاسم كعلامة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية إذا كان الإيداع وطنيا، وهذا من أجل التثبت من عدم تداخل اسم النطاق هذا مع أخر بالإضافة إلى ملفات أخرى.

02-إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري:

نصت المادة 09 من القانون 18-05 سالف الذكر على أنه " **لا يمكن ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية إلا بعد إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري**".

[1] عبد السلام أم الخير: المرجع السابق، ص 57-58

إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري له وظيفتان الأولى يعتبر نقطة البداية لمباشرة التجارة الإلكترونية حيث لا يمكن مباشرتها إلا بعد إيداعه والثانية يعتبر وسيلة للتعرف على الموقع الإلكتروني للمورد حيث يعتبر إشارة مميزة يتخذها التاجر لتمييز مؤسسته عن المؤسسات الأخرى في البيئة الافتراضية.

وبهذه الإجراءات يكتسب اسم النطاق الدور المنوط له حيث يعتبر في هذه الحالة ذو أهمية سواء لصالح المورد أو للمستهلك، حيث يسمح برقابة المورد وأعماله وينظر إلى مدى احترامه للقوانين والأنظمة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، من جهة ومن جهة أخرى إكتساب المورد الإلكتروني الشهرة والإتصال بالعملاء كونه وسيلة إشهارية، ولاستكمال هذه الإجراءات لتحقيق ما يهدف إليه المشرع الجزائري لإسم النطاق، إشترط وضع إسم النطاق ضمن البطاقية الوطنية للموردين الإلكترونيين.[1]

[1] عبد الوهاب ضو وآخرون، مرجع سابق، ص 39

المطلب الثاني

تسوية منازعات اسماء النطاق

تسوية منازعات أسماء النطاق تعني حل النزاعات المتعلقة بحقوق الملكية والاستخدام لأسماء النطاق على الإنترنت ويحدث النزاع عادةً عندما يكون هناك تداخل في المطالبات بشأن اسم النطاق بين أطراف مختلفة.

الفرع الأول: الحماية القضائية لأسماء النطاق

الحماية القضائية لأسماء النطاق تتعلق بالإجراءات القانونية التي يمكن اتخاذها لحماية حقوق مالكي العلامات التجارية أو الأسماء التجارية في عالم الإنترنت. عندما يقوم شخص ما بتسجيل اسم نطاق يتضمن اسمًا تجاريًا أو علامة تجارية تنتمي لشخص آخر دون إذنه، فإن مالك العلامة التجارية يمكنه أن يلجأ إلى القضاء لحماية حقوقه وسنتطرق لهذه الحماية في النقاط التالية:

أولا : أسباب نشوء النزاع بين اسم النطاق والعلامة التجارية:

يخضع تسجيل أسماء النطاق على شبكة الانترنت لمبدأ الأسبقية في التسجيل ويعتبر هذا المبدأ أسباب النزاعات المطروحة بين مالكي العلامات التجارية ومسجلي أسماء النطاقات إلى خضوع العلامات لمبدا التخصيص وهذا خلافا لأسماء النطاق.

1: مبدأ الأسبقية في التسجيل:

يعني هذا المبدأ انه لا يحق لأي شخص في أي مكان في العالم أن يقوم باختيار اسم ويسجله ولا يوجد أي مانع يمنعه من ذلك، طالما أن هذا الاسم لم يسبقه إليه شخص آخر.

فالمبدأ المطبق على شبكة الانترنت هو مبدأ عالمي مقتضاه من يطلب أو لا يخدم أو لا فالشركات والهيئات المختصة بتسجيل أسماء النطاق تعفى نفسها من إجراء أي بحث عن وجود حقوق مسابقة لعملية التسجيل وتنص مشارطات التسجيل على ذلك حيث يتم منح اسم النطاق مرة واحدة لمن يقدم طلبه أو لا. وهذا يتفق مع العلامات فمالك العلامة هو الشخص الذي يقوم بالتسجيل أمام الهيئات يختلف عن الجهات المختصة بتسجيل أسماء المواقع بحث يقوم المعهد الوطني الجزائري بفحص الملف من الناحية الموضوعية والشكلية للتأكد من عدم تسجيل علامة مماثلة لنفس السلع أو البضائع أو الخدمات وفي حالة حدوث ذلك فإن المعهد يصدر قرار برفض تسجيل هذه العلامة أو يطلب من المعني تعديل الاسم لتفادي اللبس ويجث لكل من له مصلحة أن يعترض على هذا التسجيل.[1]

2: مبدأ التخصيص على شبكة الانترنيت:

يقصد بمبدأ التخصيص أن القانون لا يحمي العلامة بالنسبة للمنتجات أو السلع أو الخدمات المحددة في طلب تسجيل العلامة وبالتالي فإن الحماية لا تمتد إلى المنتجات المماثلة أو المشابهة لتلك المحددة في طلب التسجيل، هذا المبدأ لا يمكن تطبيقه على أسماء النطاق لأن هذه الأسماء تمنح لشخص واجد فقط كان الأول في التسجيل ولا يهم المجال الطي يستخدم فيه فهذا قام شخص بتسجيل اسم نطاق يمثل علامته في المجال الدولي com فان هذا الاسم يصبح غير متاح داخل هذا المجال لباقي الأشخاص أو المشاريع الأخرى حتى ولو كانت في مجال وأنشطة مختلفة.

[1] شريف محمد غنام، مرجع سابق،ص56.

وهذا المبدأ أثار إشكالات على الانترنت لان اسماء النطاق كما سبق القول تمنح مرة واحدة فقط وفي حالة سبق تسجيلها من الغير فهذا يمنع مالكها الحقيقي من تسجيلها كاسم نطاق ولوغير مجال استخدامها.[1]

[1]كوثر مازوني: الحماية القانونية للعلامة التجارية عبر الشبكة الرقمية في علاقتها مع أسماء الدومين ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية ، جامعة الجزائر، عدد 3،2008،ص306.

ثانيا: الحماية الجزائية والمدنية والتجارية لأسماء النطاق

1-الحماية المدنية:

تستند الحماية المدنية المقررة الأسماء النطاق على القواعد العامة في القانون المدني. وتخول لصاحبها الحق في الحصول على تعويض إذا ما وقع الاعتداء على نطاقه سواء من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة أو المسؤولية التقصيرية .

ففي دعوى المنافسة غير المشروعة؛ يمكن لصاحب اسم النطاق الذي قام بتسجيله خاصة إذا استعمل عالمته التجارية كاسم نطاق أن يرفع دعوى المنافسة غير المشروعة من خلال إثبات ملكيته للعالمة التجارية الذي قام بتسمية اسم النطاق بها، ناهيك عن وجوب توفر الخطأ والضرر والعالقة السببية.

والخطأ بهذا الصدد يتمثل في القيام بأعمال منافية للنزاهة تؤدي باللبس والخلط بين الأنشطة التجارية أما الضرر فيستوي أن يكون ماديا يتمثل في تحويل العملاء أو معنويا يطال سمعة المنافس ومؤسسته. ويستوي أن يكون محققا أو احتماليا ألن غايتها ليس التعويض فقط، وإنما وضع حد للمنافسة غير المشروعة ويقع عبء الإثبات في هذا الصدد على المدعي. ناهيك عن وجوب توافر العلاقة السببية بين كلاهما.

أما دعوى المسؤولية التقصيرية فتتسم بالمرونة في تحقيق الحماية المدنية، إذ تستوجب توفر أركان المسؤولية المتمثلة في الخطأ والضرر والعالقة السببية حتى تقوم المسؤولية. وبهذا الصدد نستشهد بحكم قضائي صادر عن محكمة" Nanterre" الابتدائية في فرنسا، التي أصدرت حكما في حق شخص استعمل كاسم نطاق"com.Vichy" ، ألمر الذي أحدث لبسا

لدى المتعاملين ظنا منهم أن المنتجات التي يعرضها الموقع تابع لمنتجات " Vichy"التي تمتلكها شركة L'oreal" مما أثار المسؤولية التقصيرية لصاحب نطاق " com.Vichy [1]

2-الحماية الجزائية:

تستند الحماية الجزائية على قاعدة الشرعية من منطلق لا جريمة ولا عقوبة إلا بنص قانوني. إلا أن أسماء النطاق لم يتصدى لها المشرع الجزائري بالتنظيم بنصوص خاصة وال أغلب مشرعي الدول على المستوى المقارن.

وعليه ال محال من تقرير الحماية لأسماء النطاق بالنظر إلى الغرض الذي تم من خلال إنشاء هذه الحقول. وبناء على ذلك تتقرر الحماية الجزائية بإعمال قواعد الملكية الفكرية.

فبالرجوع إلى المادة 151 من الأمر رقم 05/03 سابق الذكر، نجدها تنص على مجموعة من الأفعال المادية التي تشكل الركن المادي لجنحة التقليد؛ والتي تشمل كل من المساس غير المشروع بالمصنف أو استنساخه....الخ ورصد المشرع عقوبة في المادة 153 من القانون نفسه تتمثل في الحبس من ستة أشهر إلى ثالث سنوات، وغرامة من خمسمائة ألف دينار إلى مليون دينار.[2]

وبالرجوع أيضا إلى الأمر قم 06/03 المتعلق بالعالمات سالف الذكر، نجده ينص على جنحة التقليد في المواد 26 وما يليها، إذ اعتبر أن كل من يمس بالحقوق الاستئثارية لصاحب العالمة عن طريق خرق حقوق صاحبها، يتعرض إلى العقوبة المقررة في المادة00 من ذات القانون، وهي الحبس من ستة أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة دينار إلى عشرة

[1] حليمة بن دريس: دعوى المنافسة غير المشروعة لحماية حقوق الملكية الصناعية و التجارية ،مجلة الدراسات القانونية، مركز البصيرة للبحوث و الدراسات و الاستشارات و الخدمات التعليمية ،المجلد 10،ع21، 2014، ص48.

[2] المادتين 151 و 153 من الأمر رقم 05/03 المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة.

مليون دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، ومصادرة الأشياء أو الوسائل التي استعملت في المخالفة، وإتلافها[1].

فنص المادة سالف الذكر يجد حيزا للتطبيق خاصة أن أغلب أصحاب الأنشطة التجارية الرائجة يتخذون كاسم نطاق لمواقعهم الالكترونية علاماتهم التجارية.

ورتب المشرع أيضا في نفس الإطار مسؤولية مقدمي خدمات الانترنت بهذا الصدد بموجب القانون رقم 8/84 ، حيث نص في المادة 90 منه على وجوب تدخلهم الفوري لسحب المحتويات غير المشروعة التي يتيحون الاطلاع عليها بمجرد علمهم بأنها مخالفة للقوانين عند إخطارهم بذلك. ويتوجب عليهم التدخل في هذا الصدد لوضع حد للاعتداءات التي تقع على المحتويات بما فيها أسماء النطاق تحت المساءلة القانونية في حال تخلفهم عن ذلك[2].

الفرع الثاني : حماية أسماء النطاق عن طريق الاجراءات البديلة

حماية أسماء النطاق عن طريق الإجراءات البديلة يمكن أن تتضمن عدة خطوات وإجراءات والتي سنتطرق إليها في الفروع التالية:

أولا: مفهوم اجراء القواعد الموحدة لتسوية المنازعات

تبدأ إجراءات تسوية منازعات أسماء النطاق وفق السياسة الموحدة UDRP بتقديم شكوى من المشتكي متضمنة بيانات معينة، يتم التأكد من موافقتها لقواعد السياسة الموحدة UDRP من طرف الهيئة التي تنظر في النزاع، ثم تقوم هذه الهيئة بإخطار المشتكى عليه للرد على ما جاء في الشكوى، وتفصل الهيئة بعد ذلك في النزاع وفق قواعد السياسة الموحدة UDRP ، وهذا ما سيتم بيانه في الآتي:

[1] المادة 26 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة.

[2] القانون رقم 04/09 المؤرخ في 05 غشت 2009 المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الاعلام والاتصال ومكافحتها، الجريدة الرسمية ،العدد 47 ، 16 غشت 2009.

أ. إيداع الشكوى:

تتم تسوية منازعات أسماء النطاق عن طريق السياسة الموحدة UDRP وفق إجراءات يجب على المشتكي إتباعها في تقديم شكواه، وهي أن يقوم المشتكي باختيار أحد مراكز التسوية الأربعة السابق ذكرها، ويمكن تقديم الشكوى ورقيا أو إلكترونيا بما لا يزيد عن عشرة 10صفحات أو 3000 كلمة، ويجب تضمين الشكوى بعدة بيانات تتطلبها

قواعد السياسة الموحدة UDRP وهي كالآتي:

1.بيانات شخصية عن المشتكي.

2.أدلة تدعم ملكية المشتكي لاسم النطاق أو العلامة.

3.بيان تعيين لجنة تسوية النزاعات، أي لجنة أحادية أو ثلاثية.

4.البيانات الشخصية المتعلقة بالمشتكى عليه.

5.تعيين اسم النطاق أو العلامة محل النزاع.

6.بيان اسم النطاق أو العلامة المعتدى عليها، مع بيان المنتجات والخدمات التي تمثلها.

7.بيان الأسس التي بنيت عليها الشكوى، كأن يثبت صاحب اسم النطاق أنه تعرض للقرصنة الالكترونية، أو أن اسم النطاق محل النزاع يتشابه مع اسم نطاق آخر[1].

ب. إخطار المشتكى عليه

بعد إيداع الشكوى، تقوم لجنة تسوية النزاعات المختارة بفحص وتدقيق الشكوى المقدمة والتأكد من موافقتها لقواعد السياسة الموحدة ، UDRP فإذا كانت مستوفية لجميع القواعد يتم تبليغ المشتكى عليه بإرسال نسخة من الشكوى، ويكون ذلك بعد ثلاث 03 أيام من استلام الشكوى وسداد الرسوم اللازمة[2].

ت. اللائحة الجوابية

[1] غنام محمد شريف،ص238.

[2] غنام محمد الشريف، مرجع سابق، ص238.

يجب على المشتكى عليه الرد على الشكوى بلائحة جوابية خلال عشرين 20 يوما من إعلامه بالشكوى، إذ يجب على المشتكى عليه أن يضمن في لائحته الجوابية دفاعه حول الادعاءات التي وردت في الشكوى على أساس أن استخدامه لاسم النطاق أو العلامة التجارية عمل مشروع، وله أن يبدي رأيه في تشكيل اللجنة كأن يطلب أن تكون اللجنة ثلاثية، وفي حال لم يقم المشتكى عليه بالرد على التبليغ فإن لجنة النزاعات تقضي في النزاع بما ورد من طلبات في الشكوى.[1]

ث. نظر النزاع وإصدار القرار:

يصدر قرار المحكم أو اللجنة الثلاثية خلال أربعة عشر يوما من تاريخ بدء اجراءات النظر في الشكوى في الأحوال العادية وغياب الظروف الاستثنائية ويجب أن يصدر القرار مكتوبا ومسببا وأن يكون منطوق القرار إما بنقل أو شطب النطاق أو العلامة التجارية أو رفض الشكوى ويتم إعلام الأطراف بقرار اللجنة خلال ثلاثة أيام من صدوره.

ج. تنفيذ القرار:

يتم تنفيذ القرار خلال عشرة 10 أيام من إعلانه، ما لم يقم أحد الأطراف بمباشرة دعوى قضائية أمام المحاكم الوطنية، وعليه يجب أن تقدم نسخة من صحيفة الدعوى تثبت ذلك قبل انقضاء عشرة 10 أيام من صدور القرار، ومن هنا يكون قرار اللجنة موقوف النفاذ ويتم إيقاف استعمال أسم النطاق إلى غاية صدور الحكم من المحكمة، أما إذا لم يتم مباشرة أي دعوى قضائية يتم التنفيذ عن طريق إرسال نسخة من القرار إلى مزود الخدمة الذي قام بتسجيل اسم النطاق لتنفيذ ما جاء في القرار، ويتم بعد ذلك نشر القرار كاملا على مواقع الانترنت

من هنا يظهر أن هذا الإجراء يضل اللجوء إليه مقتصرا على أصحاب العلامات التجارية حصريا ، ويمكن أن يلاحظ أن بعض الدول خاصة الولايات المتحدة الأمريكية

[1] شوقي مؤمن طاهر، النظام القانوني لاسم النطاق، مجلة مصر المعاصرة، المجلد ،103العدد ،502مصر، .2011، ص 242.

تعترف بوجود علامة تجارية قابلة للحماية مع غياب التسجيل، يحظى هذا الإجراء بشعبية كبيرة وسط أصحاب العلامات التجارية لأنه يخدمهم بشكل كبير، إذ أن حوالي 80 %من النزاعات تسوى لفائدة رافعي الشكاوى من أصحاب العلامات التجارية، فضلا على أن الإجراء بسيط كونه قابل للمباشرة عن طريق الانترنت كما أنه غير مكلف، ويفصل في النزاع من خبير إلى ثلاثة خبراء بدون الحاجة إلى حضور الأطراف المتنازعة.[1]

ثانيا: اجراءات سير السياسة الموحدة لتسوية المنازعات UDRP

أن استحداث الايكان كان له بالغ الأثر في حماية حقوق مالكي أسماء النطاق ، وهوما انعكس أيضاً على حماية حاملي العلامة التجارية، وقد كان لإجراءات السياسة الموحدة التى أقرت دور كبير في فض المنازعات الحقوقية المتعلقة بسوء استعمال اسم النطاق، أو الاعتداء عليه، بل امتد الامر لفض التنازع المتوقع بين اسم النطاق وبين العلامة التجارية

ولا يجرح مما سبق أن إعمال قواعد وإجراءات السياسة الموحدة منوط بإرادة أطراف النزاع، إذ أن هذا هو حال كل القواعد البديلة عن القانون لفض المنازعات، كالتحكيم والوساطة، إذ يغدو اللجوء الى هذه الاجراءات استثناء عن الأصل وخروجاً عن القواعد الاجرائية العامة، والمتتبع لكنه هذه القواعد البديلة وتركيبها سيلحظ مدى تخصصها وملائمتها للمسائل الناجمة عن منازعات اسماء النطاق، لذا فإن اللجوء الاختياري لها قد يكون ضرورة تفرضها ملائمة هذه الاجراءات والبعد عن عقم القواعد القانونية العامة[2]

ويحسب لهذه الإجراءات أنها تطلبت لقبول الخصومة أن يثبت المشتكى سوء نية المشتكى عليه، بحيث لا يغدو الاختصام كيدياً أو لا طائلة منه، فلا يكفي الاعتداء أو سوء الاستعمال بل يجب أن يكون ذلك مشفوعاً بقصد الإضرار وبسوء النية، كما أن هذه

[1] شوقي مؤمن الطاهر: مرجع سابق، ص242.

[2] http://www.wipo.int/services/ar/index.html#disputes تاريخ الزيارة: 20 أفريل 2023 17:23

الاجراءات وضعت أمثلة إذا تحققت فرضياتها كان المشتكى عليه سيء النية، وبجعل هذه الفرضيات أمثلة لا حالات محددة حصراً فإن هذه الاجراءات توسع هامش تقدير هيئة الحكم لسوء نية المشتكى عليه أو حسنها

وإذا كان رائد هذه الإجراءات هو حماية حقوق أصحاب العلامات التجارية/اسماء النطاق ولئن كانت هذه الاجراءات سلسة وغير مكلفة، لكن يؤخذ عليها أنها توقف صلاحيات هيئة الحكم عند حد شطب العلامة/الاسم أو نقله أو رفض الشكوى، ولا يتعدى الأمر ذلك، فلا يملك المشتكى إن ثبت صحة ادعائه أن يطلب الحكم له بالتعويض وفقاً لهذه الإجراءات، هذا فضلا عن أن الحكم الصادر لا يملك حجية أمام القضاء الوطني ،إذ بمجرد رفع دعوى قضائية فسيترتب حكماً وقف مفعول الحكم الاجرائي البديل.

ثم ماذا لو رفض المشتكى عليه الانقياد لإجراءات السياسة الموحدة سالفة الذكر، فإذا كان إعمال هذه الاجراءات اختيارياً فإن حل النزاع وفقها سيظل منوطاً بإرادة طرفي النزاع، فضلا عن أن الاجراءات ذاتها لم تبين أثر رفض تطبيق الاجراءات، وآليته، وأثره على الحكم الصادر بموجبها، والقيمة القانونية لهذا الرفض.[1]

[1] http://www.wipo.int/services/ar/index.html#disputes تاريخ الزيارة: 20 أفريل 2023 17:23.

المبحث الثاني

أهمية أسماء النطاق

تكمن الأهمية الكبرى لاسم النطاق في اعتباره النقطة الأولى والخطوة الأساسية في الولوج إلى شبكة الانترنت، سواء تعلق الأمر بالأفراد أو الجهات أو شركات معينة، تلك الشبكة التي تستخدم من طرف العدد الكبير من الأشخاص حول العالم، وله أهمية فنية واقتصادية.

ولقد أصبحت أهمية أسماء النطاق لا تقتصر على الجانب الفني فقط، بل أصبحت لها أهمية اقتصادية كبيرة في مجال المعاملات الالكترونية لاسيما التجارية منها في ظل الانفتاح على السوق العالمية من خلال شبكة الانترنت، الأمر الذي يسر لرجال التجارة والمال عرض سلعهم ظل خدماتهم، وأعطت هامشا من الحرية للمستهلكين في اقتناء السلع والخدمات في المنافسة التي تعرفها التجارة الالكترونية، مما أدى إلى كسب ثقة المتعاملين. ومن خلال هذا المبحث سنتناول في المطلب الأول (القيمة الاقتصادية)، وفي المطلب الثاني (القيمة التقنية).

المطلب الأول

القيمة الاقتصادية لأسماء النطاق

ما دامت التجارة الالكترونية تقوم على مبدأ السرعة في المعاملات التجارية فإن أسماء النطاق تساهم بدرجة كبيرة وفعالة في تطوير معاملات التجارة الالكترونية من خلال المظاهر الاقتصادية المتمثلة في اعتبار أن أسماء النطاق تمثل البنية التحتية للتسويق والتسوق الالكتروني، أو من خلال المظاهر التقنية المتمثلة في استرجاع المعلومات والبحث عنها.

الفرع الأول: أسماء النطاق تمثل البنية التحتية للتسويق والتسوق الالكتروني

تختلف القيمة التي تؤديها أسماء النطاقات، فقد تساهم في التسويق (أولا)، كما قد تساهم أسماء النطاق في التسويق الالكتروني(ثانيا) .

أولا: أسماء النطاق تساهم في التسويق الالكتروني

تمثل أسماء النطاق البنية التحتية للتسويق الالكتروني، إذ لا يمكن الولوج إلى عالم التجارة الالكترونية دون اختيار اسم النطاق المناسب لطبيعة النشاط التجاري على شبكة الانترنت، وهو يمثل نقطة البداية في التواجد على شبكة الانترنت فالنطاق الجديد الخاص بالموقع هو الواجهة الرئيسية للنشاط والهوية الخاصة بالمشروع المراد إدارته.

لذلك أعتبره المشرع الجزائري شرط أساسي من شروط ممارسة التجارة الالكترونية بموجب نص المادة 08 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية " يخضع نشاط التجارة الالكترونية للتسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية، حسب الحالة ، ولنشر موقع الكتروني أو صفحة الكترونية على الانترنت ، مستضاف في الجزائر بامتداد " com.dz "، ويجب أن يتوفر الموقع الإلكتروني للمورد الإلكتروني على وسائل تسمح بالتأكد من صحته، كما نصت المادة 09 فقرة 02 من نفس القانون – السالف الذكر – * ...لا يمكن ممارسة نشاط التجارة الالكترونية إلا بعد إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري .....

وعليه يتضح من خلال نص المادة أن التسجيل المسبق لأسماء النطاق إلزامي على كل مورد من خلال صيغة المادة " لا يمكن"، بل ورتب المشرع جزاء على الإخلال بهذا الإلزام بموجب نص المادة 42 من القانون رقم 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، لذلك فان أهم خطوة لممارسة النشاط التجاري الإلكتروني هو حجز اسم نطاق على شبكة الانترنت لتسهيل ممارسة

التجارة الالكترونية، انطلاقا من حقيقة منطقية مفادها لا تجارة إلكترونية دون وسائل إلكترونية، مما يدل على أهمية ودور أسماء النطاق في ممارسة التجارة الالكترونية. والتسويق الالكتروني (Markiting – يمثل جزء أساسي من أنشطة التجارة الالكترونية على اعتبار أنه يضم كافة الأنشطة التسويقية التي تم تنفيذها من خلال شبكة الانترنت يقوم على إدارة التفاعل بين المنظمة والمستهلك في فضاء البيئة الافتراضية من أجل تحقيق المنافع المشتركة [1]، أو أنه الاستخدام الأمثل للتقنيات الرقمية بما في ذلك تقنيات المعلومات والاتصالات لتفعيل إنتاجية التسويق وعملياته المتمثلة في الوظائف التنظيمية والعمليات والنشاطات الموجهة لتحديد حاجات الأسواق المستهدفة وتقديم السلع والخدمات للعملاء وأصحاب المصلحة في المنظمة.[2]

من خلال هذه التعريفات نستنتج أن التسويق الالكتروني هدفه تلبية احتياجات وطلبات الزبائن أو المستهلكين وإتمام عملية التبادل باستخدام التكنولوجيا الرقمية المعتمدة على شبكة الانترنت ، حيث يعمل على عرض المنتجات على عدد ممكن من العملاء بمجرد إنشاء الموقع الالكتروني بالإضافة إلى البحث الإلكتروني، الرسائل البريدية المجتمعة ... الخ، لأن اسم النطاق هو الذي يذكرنا بعنوان منتج معين أو علامة تجارية معينة على الانترنت وبدونه لا يستطيع الزبائن معرفة العنوان الالكتروني للمنتج وتصفح منتجاته وأخبار علامته التجارية والتفاعل معها والتسويق الالكتروني من مكونات المزيج التسويقي الذي يعني مجموعة الأدوات المتاحة للمؤسسة والتي تستعملها لبلوغ أهدافها في أسواقها المستهدفة تتكون من أربعة عناصر تعرف بـ PS4 أو رباعية p، وهي: المنتج عبر الانترنت :(Product) محور النشاط التجاري الذي تدور العملية التسويقية حوله هو انتاج المنتج أو الخدمة وإيصاله إلى المستهلك في الوقت

[1] نور الصباغ، أثر التسويق الالكتروني على رضاء الزبائن في قطاع الاتصالات (دراسة ميدانية)، مذكرة ماجيستير ، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2016، ص 14.

[2] كريمة صراع، واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية جامعة وهران، الجزائر، 2014 ص45.

المحدد، فالمنتج سواء كان سلعة أو خدمة أو فكرة أو فردا أو منظمة ... هو جوهر نشاط تجاري تقليدي أو نشاط تجاري إلكتروني يجري عبر شبكة الانترنت.

السعر عبر الانترنت (Price) : هو القيمة التي يدفعها المستهلك لبائع السلعة أو الخدمة لقاء الحصول عليها، أو الوحدات النقدية التي يحددها البائع ويرتضي قبولها لقاء السلعة أو الخدمة.[1] **الترويج الالكتروني (promotion)** : هو تعريف المستهلك بتقديم المعلومات عن السلعة أو الخدمة العلامة التجارية، الأسعار، استخدامات السلعة أو الخدمة باستخدام أدوات وأساليب لبناء علاقة وخلق الثقة. في العميل. التوزيع أو المكان الالكتروني place) هو منفذ التوزيع أو قناة التوزيع أو مسلك التوزيع، ويهدف إلى إيصال السلعة أو تقديم الخدمات من منتجيها إلى طالبيها .[2]

فإذا أسقطنا هذه العناصر الأربعة للتسويق الالكتروني على أسماء النطاق المعرفة العلاقة بينهما، نجد أن أسماء النطاق تعتبر وسيلة فعّالة للإعلان عن المشروعات والترويج لها، حيث تقوم هذه الأخيرة بتعريف الجمهور بالمنتجات والخدمات بوضع البيانات الكافية عن السلعة أو الخدمة المقدمة والتي من شأنها خلق تفكير واع متبصر يعمل على تكوين إرادة واعية مستنيرة لدى المستهلك عندما يقدم على التعاقد، [3]فأصبح التحدي الرئيسي في المعاملات التجارية عموما هو وضع إعلان يجذب اهتمام المستهلك ، ولا يكتفي فقط بوضع إعلان على صفحة إلكترونية لحث المتصفح على الشراء. وقد نصت المادة 10 القانون رقم 18 05- المتعلق بالتجارة الالكترونية – السالف الذكر –

* يجب أن تكون كل معاملة تجارية الكترونية مسبوقة بعرض تجاري الكتروني وأن توثق بموجب عقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني "، كما نصت المادة 11 من نفس

[1] محمد الصحن، التسويق : المفاهيم والاستراتيجيات ، الدار الجامعية ، القاهرة، جمهورية مصر العربية ، 1999، ص 22.

[2] المرجع نفسه، ص 26.

[3] ياسين حسن كاظم، الاعلانات التجارية الالكترونية وأثرها على حماية المستهلك، مجلة رسالة الحقوق (العدد الثالث)، 2016، ص 214.

القانون على أنه " يجب على المورد أن يقدم العرض التجاري بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن تتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر، المعلومات الآتية: رقم التعريف الجبائي، والعناوين المادة والالكترونية، ورقم هاتف المورد الالكتروني، رقم السجل التجاري، أو رقم البطاقة المهنية للحرفي، طبيعة، وخصائص اسعار السلع او الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم، حالة توفر السلعة أو الخدمة كيفيات ومصاريف وأجال التسليم .

وبهذه الطريقة تجاوزت أسماء النطاق الدور الإعلاني عن المشروعات إلى دور أكبر ومهم وهو تصريف المنتجات والخدمات التي تقدمها هذه المشروعات تمهيدا لإبرام العقد الالكتروني، مما أدى إلى تزايد أهميتها يوماً . بعد يوم، فأخذت المشاريع التجارية تولي أهمية لهذه الأسماء ومكوناتها وذلك لكي تحظى بالشهرة التي تحقق لها رواجاً عبر فضاء الانترنيت، تماما كما تهتم هذه المشاريع بأسمائها أو علاماتها التجارية في عالم التجارة التقليدية .[1]

ثانيا – أسماء النطاق تساهم في التسوق الالكتروني

يعد التسوق عبر شبكة الانترنت من الخدمات التي أصبحت رائجة ومتزايدة، وذلك بسبب سهولة الوصول إلى شبكة الانترنت وإلى المواد المراد شراؤها وانخفاض الأسعار والحرية في الاختيار، وأصبح عملاء المواقع الالكترونية يبحثون عن منتجات ذات جودة عالية وبأسعار مناسبة وبخدمات أفضل الكردي ، بلا تاريخ). ويعرف على أنه شراء مجموعة من المنتجات والخدمات من خلال شبكة الانترنت بالإضافة إلى خدمات التسليم وغيرها، فالمستهلك تجذبه الأسواق الإلكترونية بالاعتماد على قيمة السلعة جودة المنتج، وجود العلاقة مع الزبون الراحة والملاءمة وخبرة في استعمال متجر السوق الالكتروني عبر الانترنت أو سلوك التبضع وشراء المستهلك من مواقع التسوق الالكترونية عبر الحدود الدولية .

[1] يونس هادي مسلم، إجراءات وقواعد تسجيل وحماية أسماء النطاق المواقع الانترنت، مجلة الرافدين، مجلد رقم 03، 2005، ص 137.

وتساهم أسماء النطاق في تحديد هوية المعاملات التجارية على شبكة الانترنت، حيث يستطيع المستهلك أو المتسوق من خلال هذا العنوان أن يتصل بصفة web لهذا المشروع، ويتعرف من خلالها على أنشطة المشروع وما يقدمه من منتجات وخدمات، وعليه فإن أسماء النطاق لها قيمة اقتصادية لا تقل أهمية عن دور شبكة الانترنت بحد ذاتها، انطلاقا من حقيقة كون هذه الأسماء هي المحطات التي يمكن من خلالها تحديد ومعرفة موقع معين، فكما نحتاج عنوان شخص معين حتى نرسل له رسالة معينة ، كذلك الحواسيب الآلية تحتاج إلى عنوان إلكتروني تعبر عنه، ولابد أن يكون لكل موقع إلكتروني على شبكة الانترنت عنوان يميزه عن غيره من المواقع لتسهيل وصول المستخدمين إلى الموقع المطلوب، وذلك عن طريق العنوان الالكتروني الخاص به، وهذا ما يمثل قفزة نوعية في مجال تطور النشاط التسويقي عن طريق جذب العملاء من مختلف بقاع العالم وتدعيم كافة الممارسات لتحقيق رضاهم.[1]

الفرع الثاني: أهم مواقع العناوين الالكترونية العالمية والوطنية المساهمة في تطور التجارة الالكترونية

يوجد العديد من العناوين الالكترونية العالمية والوطنية على الويب التي ساهمت في تطوير معاملات التجارة الالكترونية عن طريق بيعها لمختلف أنواع المنتجات نذكر من أهمها:

أولا – العناوين التجارية العالمية.

1 – موقع " امازون Amazon : يعتبر هذا الموقع الذي تأسس سنة 1994 المنصة رقم واحد في عالم التجارة الالكترونية ، لذلك فهو يتربع على عرش القائمة دون منازع ، فقد حقق هذا الموقع حسب آخر الإحصائيات أكثر من ملياري زيادة شهرية ، الأمر الذي يدل على الثقة التي يحظ بها هذا الموقع في قولب زبائنه ، نظرا لتوفره على واجهة استخدام سهلة بسيطة

[1] محمد خير محمود العدوان، وسعيد مبروكي، تسوية المنازعات المتعلقة بأسماء النطاق – دراسة مقارنة بين التشريعين الأردني والجزائري، مجلة جامعة الشارقة للعلوم القانونية، العدد 15 ، (جوان (2018)، ص 43.

وتقديمه عروض وخصومات على العديد من المنتجات لا يمكن ايجادها في غيره من المتاجر الالكترونية الأخرى، بالإضافة إلى ذلك يمتاز هذا الموقع بالسرعة في التسليم) من المواقع القليلة في العالم التي بدأت خدمة التسليم في نفس اليوم وكذلك تواجده بعدة دول أخرى مثل : الولايات المتحدة الأمريكية ، كندا المملكة المتحدة ، الهند ، فرنسا ، الإمارات ....

2 – موقع " على اكسبريس Ali express : يعد من أفضل مواقع التجارة الالكترونية في العالم، لتوفره على قاعدة مستخدمين ضخمة تقدر بـ 01 بليون مستخدم تقريبا، يقع المقر الرئيسي للمتجر بدولة الصين ويعتبر فرعا للشركة الأم لمجموعة " علي بابا" يقدم الموقع مجموعة ضخمة ومتنوعة من المنتجات حيث يمكن شراء كل شيء تقريبا.

3 – موقع " ايباي : eBay : موقع مميز هو الآخر، ولا يقتصر على شراء المنتجات فقط، بل يمكنك أيضا عرض منتجاتك الخاصة للبيع، حيث يمكنك إنشاء متجر التسوق الخاص بك بمساعدة تطبيق eBay store على الويب وبعدها يمكنك البدء في عملية التسويق والبيع يجذب هذا الموقع عدد كبير من المشترين سنويا ومن أنحاء العالم، ويقدم في المناسبات الخاصة عروض مميزة وعلى فئات مختلفة من جميع المنتجات.

4– موقع " علي بابا Ali baba ثاني موقع صيني: وقد أنشأ في الأصل لتسهيل عملية التداول بين المشتري والبائع على الصعيد العالمي (المورد بشكل أدق لدى هذا المتجر شعبية كبيرة بالقارة الآسيوية وينطوي على مفهوم أساسي هو البيع بالجملة، ويوفر هذا الموقع للموردين منصة هامة لبيع سلعهم بأسعار جد معقولة، حيث يوجد اليوم أكثر من 02 مليون مورد مسجل بالموقع، وهو منافس قوي بالنسبة لموقع أمازون .

ثانيا – العناوين التجارية الوطنية

1 – موقع واد كنيس " www.ouedkniss.com : يعتبر هذا الموقع من أشهر المواقع التجارية الجزائرية إقبالا في أوساط مستعملي الانترنت ، أسس هذا الموقع من طرف خمس شبان جزائريين سنة 2006 وهو متخصص في مجال التسويق الالكتروني، يقدم عدة خدمات

كتصميم المواقع بأنواعها دعم المواقع المختلفة بالبرامج والأفكار اللازمة ، كما يقوم بصفة أساسية بتوفير فرص الإعلان لكل من يريد عرض سلعه وخدماته : كما يوفر مساحات إشهارية للشركات والمؤسسات الاقتصادية.

2- موقع سوق الجزائر : www.dezog.com: يشبه هذا الموقع إلى حد كبير موقع eBay أسس من طرف السيد سالم يوسف بعد رجوعه إلى الجزائر لاستثمار خبراته في مجال المواقع الالكترونية، صمم هذا الموقع بتقنية عالمية من حيث تقنيات الاتصال والبرمجة يهتم بالتبادل التجاري الالكتروني .[1]

3- **موقع جوميا " jumia dz" www.jumia.dz :** يعد هذا الموقع من أهم مواقع التسوق الالكتروني في الجزائر، والذي يعد رائدا للتجارة الالكترونية في افريقيا والجزائر يستقبل الموقع حوالي 1.5 مليون زائر ، كما استقبل ما بين 15000 و20000 طلبا شهريا في سنة 2017 زيادة بنسبة 50%% على أساس سنوي، وارتفع عدد زوار هذا الموقع إلى 1.7 مليون في أوائل 2018.[2]

ومن خلال عرض لأهم العناوين التجارية العالمية والوطنية يتضح لنا أن حجم التجارة الالكترونية العالمية في نمو متسارع، حيث وصلت مبيعات التجارة الالكترونية العالمية بحلول 2020 إلى 4135 تريليون دولار، مما يجعل التجارة الالكترونية صناعة متنامية ومربحة، لا سيما في ظل انتشار كوفيد 19 وتبني سياسة التباعد الاجتماعي الذي ساهم بشكل كبير في ارتفاع الطلب على عدد السلع الرئيسية عبر متاجر السوق الالكتروني والتجارة الالكترونية (السيد ، 2020، كما تشير الاحصائيات إلى أن التسوق المباشر عبر الانترنت Shopping

[1] مصطفى طايل، أهمية التوقيع الالكتروني الآمن في حماية المتعاقدين عبر الإنترنت، مجلة جيل الأبحاث القانونية المعمقة.، ماي 2016، ص 161-160 .

[2] مؤمن طاهر شوقي محمد: " النظام القانوني لاسم النطاق"، مجلة مصر المعاصرة، الجمعية المصرية للاقتصاد السياسي والإحصاء والتشريع للنشر، العدد 502، 2011، ص 218.

Online من أهم مجالات استخدام الإنترنت فقد بلغ عدد المواقع التجارية على الإنترنت أكثر من 250000 موقع تجاري .

أما على المستوى الوطني فالنشاط التجاري الإلكتروني سجل نموا متزايدا بفعل إنشاء الشركات الصغيرة والمتوسطة وحتى الكبيرة منها، إذ أدركت هذه المؤسسات أهمية التسويق الالكتروني كجانب مهم من التجارة الالكترونية، ولكنه لم يرق إلى نشاطات التجارة العالمية وحتى العربية منها على غرار السعودية وقطر ومصر.[1]

المطلب الثاني

المظاهر التقنية

تتجلى المظاهر التقنية لأسماء النطاق في أنها وسيلة لاسترجاع المعلومات المخزنة داخل شبكة الانترنت والتي لسبب من الأسباب قد يفقدها العملاء أو المتعاملين، كما أن تشكل وسيلة للبحث عن المعلومات التي يريدها العملاء عن أي سلعة أو معلومة تخص المعاملات التجارية الإلكترونية من خلال استخدام محركات البحث المخصصة لذلك.

الفرع الأول: استرجاع المعلومات

يتعامل مستهلكي التجارة الإلكترونية مع المعلومات المسجلة على شبكة الانترنت من خلال نظام إجرائي يطلق عليه البرنامج العالمي للتعامل مع الانترنت Word wide web أو باختصار (www) (وهو برنامج إجرائي ينطوي على معايير مقبولة عالميا لفرز واسترجاع وتشكيل عرض الملفات داخل بيئة الانترنت هذه المعلومات إذا ما تعلقت بمعاملة تجارية سابقة تم نسيانها أو رغب الأطراف في تخزينها دون تذكر موقع تخزينها فان هذا الموقع وغيره من العناوين الالكترونية، كما يوجد برنامج يختص في نقل الملفات اختصاره (FTP) وهو برنامج

[1] كوثر مازوني، الشبكة الرقمية وعلاقتها بالملكية الفكرية، دار هومة للنشر والتوزيع ، الجزائر، 2021، ص 45.

إجرائي كذلك يسمح لمستخدمي شبكة الانترنت بنقل الملفات سواء كانت تحتوي على بيانات نصية أو صوتية أو رسوم أو صور من حساب آلي إلى آخر عبر الشبكة، وتقوم حاليا العديم من المنظمات بإنشاء مواقع على شبكة الانترنت، تعرض خلالها أهم المعلومات التي أن يطلع عليها عملائها، وهو ما يخدم استراتيجيتها التسويقية .[1]

الفرع الثاني: البحث عن المعلومات

يتم البحث عن المواقع والصفحات الالكترونية داخل شبكة الانترنت من خلال برنامج يسمى برنامج البحث أو محرك البحث search engine ويستخدم لإيجاد الملفات المخزنة داخل الموقع دبوس و بوتوميت، العناوين الإلكترونية ودورها في تطوير التجارة الالكترونية).

ويعرف محرك البحث search engine على أنه " عبارة عن قواعد بيانات ضخمة بعناوين ومواقع ومع وصف مصغر الصفحات الانترنت المختلفة والتي بواسطتها أي محركات البحث يمكن البحث عن موضوع معين في حقل من الحقول المختلفة في الشبكة بشكل دائم بغرض إيجاد دليل معين لهذه الصفحات .[2]

فالشبكة ومواقعها لن تكون ذات فائدة كبيرة بالنسبة لنا لو لم تكن محركات البحث على الانترنت موجودة في البدء كانت محركات البحث عبارة عن أدلاء تقوم بفهرسة مواقع الإنترنت الجديدة، وقد كان ذلك فعالا عندما كان حجم إنترنت يقدر بملايين الصفحات، ثم تطورت إنترنت وانضم إليها الملايين من مؤسسات الأعمال، والمؤسسات الحكومية وبلايين الصفحات من أدلة استخدام المنتجات والمعلومات الخاصة بالمستثمرين، وغير ذلك من المعلومات التي تقوم بتسيير عجلة اقتصاد إنترنت، ومع هذا النمو أصبح من الضروري بل ومن الحتمي إضافة

[1] هلا شحادة، حل المنازعات المتعلقة بأسماء المواقع الإلكترونية التجارية (مذكرة ماجستير) ،: كلية الحقوق، جامعة حلب ، سوريا، 2013، ص 84.

[2] نادية زواني، حل منازعات أسماء النطاق في ظل منظمة الويبو والأيكان، حوليات جامعة الجزائر 01، العدد(03)، 2020، ص 297.

محرك بحث فعال إلى كافة مواقع انترنت يقوم بفهرسة وتصنيف المعلومات الموجودة ضمن هذا الموقع كي تتمكن من خدمة زوارها بشكل فعال.

نستنتج مما سبق أن أسماء النطاق تشكل بوابة أساسية للوصول إلى المواقع التجارية التي تعد من مرتكزات سياسة الشركات التجارية، كما تشكل وسيلة ذات أهمية كبيرة في ربط المستهلك بالمتجر الافتراضي في عالم التجارة الإلكترونية الذي تغيب فيه العلاقة المباشرة بين البائع والمشتري اختصرت فيه معالم الزمان والمكان وسهلت على الكثيرين عبئ الاتصال والترويج للسلع، فيكفي أن يمتلك أي شخص حاسوب وربطه بشبكة الأنترنت لإنشاء موقع إلكتروني تجاري يمارس من خلاله الأنشطة التجارية.

ولكن إنشاء اسم النطاق في المجال التجاري لا يكفي وحده، بل لابد من ربطه مع العلامات التجارية لمعرفة عائديه المتجر الافتراضي من أجل ضمان جودة الخدمات والبضائع التي يقدمها، مما نتجت عنه مظاهر سلبية من بينها القرصنة الإلكترونية ومنازعات ملكية أسماء المواقع الإلكترونية ومعرفة طبيعتها القانونية وهذا كله يرجع إلى عدم إيجاد قانون شامل يضم تنظيم أسماء النطاق تنظيما قانونيا دقيقا ، فكل القوانين التي تطرقنا إليها في مجال التجارة الإلكترونية ومنها القانون الجزائري رقم 18 – 05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية نصت بصفة عرضية على اسم النطاق من خلال تعريفه واعتباره شرطا أساسيا لممارسة التجارة الإلكترونية، دون التطرق إلى ما يثيره هذا الأخير من منازعات، وحتى المحاكم الوطنية تعاملت مع أسماء النطاق على أنها مجرد عناوين الكترونية تعتمد على إجراءات فنية في عملها، وهو ما يدل على أن المشرع الجزائري لم يساير الثورة الرقمية مع العلم أنه أصدر العديد من التشريعات الخاصة بالبيئة الالكترونية مثل : التوقيع الالكتروني.[1]

[1] نادية زواني، المرجع السابق، ص 298.

خلاصة الفصل:

تحتل أسماء النطاق مكانة متميزة على الصعيد الاقتصادي عموما والتجارة الالكترونية خصوصا لاسيما في ظل تطور وسائل التكنولوجيا، وظهور شبكة الانترنت فأصبحت أسماء النطاق تساهم في التسويق والتسوق الإلكتروني عبر شبكة الانترنت في عالم افتراضي لا يلتقي فيه العملاء في مكان واحد، إضافة إلى اعتبارها وسيلة إعلان فعّالة للإعلان عن المشاريع التجارية والتعريف بها إلى جمهور المستهلكين والعملاء للإعلان أيضا عن منتجاتها وخدماتها التي تقدمها أما من الناحية التقنية فإن أسماء النطاق تساعد على استرجاع المعلومات المخزنة على الشبكة، وكذلك تساعد على البحث من خلال استعمال محركات البحث.

الخـــاتـــمـــة

خاتمة:

أثرت التطورات التي حدثت في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في كل المجالات بما فيها القانونية، وفي كل الميادين بما فيها التجارية، فتجاوز القانون عتبة التقسيم التقليدي إلى قانون عام وخاص من خلال إضفاء الطابع الرقمي على بعض فروع القانون ناهيك عن المستجدات التي صاحبت ذلك وبالأخص في الميدان التجاري والاقتصادي، فالمعاملات التجارية اليوم لا تقتصر على مفاهيم التاجر والمحل التجاري والعلامة التجارية....الخ بل أصبحنا نتحدث عن مورد الكتروني ومحل افتراضي يكون في شكل نطاق بامتداد جزائري إذا ما كان النشاط في الجزائر، مما يجعلنا نتساءل عن تحديد مفهوم هذا المستجد، ناهيك عن طبيعته القانونية لمعرفة الحماية المقررة له.

وتتمثل نتائج هذه الدراسة في :

- إسم النطاق هو الحقل الافتراض ي الذي يمكن الوصول من خلال إلى النشاطات والخدمات التي يقدمها المورد الالكتروني، وهو يختلف عن العالمة التجارية والاسم التجاري، ويمكن أن يتكون من هذا الأخير
- أوجب المشرع الجزائري لممارسة التجارة الالكترونية أن يكون النطاق بامتداد جزائري يخضع للقيد في السجل التجاري.
- يشرف على عملية منح أسماء النطاق في الجزائر مركز أسماء نطاقات الجزائر التابع للمركز الوطني للإعلام في المجال العلمي والتقني.
- عدم وجود نص قانوني خاص يوفر حماية خاصة الأسماء النطاق في الجزائر مما يستوجب تطبيق القواعد العامة.

– إسقاط نص المادة 04 الفقرة أ من الأمر رقم 05/03 المتعلق بحماية حقوق المؤلف والحقوق المجاورة على أسماء النطاق، وإحاطتها بالحماية التي يوفرها هذا القانون للمصنفات والتي توفرها نصوصه.

– تتمثل الحماية المدنية لأسماء النطاق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة أو المسؤولية التقصيرية.

– إعمال قواعد الملكية الفكرية بما فيها أحكام العلامات التجارية لحماية أسماء النطاق من جنحتي التقليد والتزوير.

التوصيات:

– على الرغم من أن المشرع الجزائري قد تطرق الي اسم النطاق وفق قانون التجارة الإلكترونية 05/18، الا أن التنظيمات فيما يخص الحصول عل اسم النطاق تظل اجراءاتها طويلة وهو ما قد يؤثر على السرعة المطلوبة في التجارة الإلكترونية التي لا تعكس تلك الإجراءات.

– لا بد أن تعمل الدول بجهد اكثر من أجل إيجاد نظام قانوني خاص بأسماء النطاق، لما لها من تأثير على المعاملات التجارية، لبعث الإطمئنان والأمن لدى مسيري الشركات ضد الإعتداءات على حقوقهم.

– يجب إعادة النظر في السياسة الموحدة لتسوية منازعات أسماء النطاق (UDRP) ، من حيث إظفاء شرط الإلزامية للإجراء وعدم ترك الإختيار في ترك النزاع في أي مرحلة إلا بشروط.

– توحيد السياسة الموحدة لحل منازعات أسماء النطاق وتعميمها على مستوى جهات الإمتداد الجغرافي والإستفادة من التقنيات المختلفة لحل النزاعات .

الخاتمة:

- تأطير المحكمين الوطنيين لدى جهات التسجيل الوطنين من قبل محكمين دوليين للتعرف على مختلف الإجراءات والتقنيات.
- يجب تعزيز حماية الحقوق المعنوية في البيئة الرقمية.
- وضع تقنيات آلية لحماية حقوق المؤلفين عبر الإنترنت بما فيها تقنية تشفير، وتقنية تنقية المواقع التي تعزز هذه الحقوق وتحميهم في الفضاء الإلكتروني.
- الإطار منح المشرع حماية اكبر لصاحب العلامة التجارية مقارنة بإسم النطاق وذلك بتوفير عدة دعاوى قضائية.

قائـــمة

المـصادر والمـــراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولا المصادر:

القوانين والأوامر:

1. القانون رقم 04/09 المؤرخ في 05 غشت 2009 المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الاعلام والاتصال ومكافحتها ،الجريدة الرسمية ،العدد 47 ، 16 غشت 2009.

2. الأمر 03-06 الصادر في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات ،الجريدة الرسمية ،عدد 44، 23 جويلية 2003.

3. القانون 18-05 المؤرخفي 10 ماي 2018 الجريدةالرسميةللجمهوريةالجزائرية، 16 مايو 2018،العدد 28، 2018.

ثانيا :المراجع:

أ) الكتب:

1. سمير جمال الفتلاوي، الملكية بالصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر

2. شريف محمد غنام: حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني ،دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية

3. صلاح زين الدين : الملكية الصناعية والتجارية، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع،د.ط، عمان ،2004

4. عمر محمد بن يونس، الأيكان، منشورات الجمعية المصرية لقانون الإنترنيت، ب.س.ن.

5. فرحة زرواي صالح:الكامل في القانون التجاري الجزائري المحل التجاري والحقوق الفكرية، ابن خلدون للنشر والتوزيع ،د.ط، الجزائر،1998

6. مبروك مقدم :المجال التجاري ،دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع ،الدزائر، 2007

7. محمد موسى أحمد هلسة: منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق في النظام القانوني الفلسطيني،دن،2010

8. مصطفى موسى العطيات: الجوانب القانونية لتعاملات التجارة الالكترونية،دار وائل للنشر، ط1، عمان ،الأردن، د.ت.

9. فاتن حسين حوى: المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2010.

10. محمد الصحن، التسويق : المفاهيم والاستراتيجيات ، الدار الجامعية ، القاهرة، جمهورية مصر العربية ، 1999.

11. كوثر مازوني، الشبكة الرقمية وعلاقتها بالملكية الفكرية، دار هومة للنشر والتوزيع ، الجزائر، 2021.

ب) المذكرات:

أطروحات الدكتوراه :

حواس فتحية حماية المصنفات الرقمية وأسماء النطاقات على شبكة الأنترنت أطروحة الدكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2016 .

رسائل الماجستير:

1. جمال وادي، العالمة والأنترنت، مذكرة لنيل شهادة الماجستير فرع الملكية الفكرية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، ،2002 ،2003 .

2. نور الصباغ، أثر التسويق الالكتروني على رضاء الزبائن في قطاع الاتصالات (دراسة ميدانية)، مذكرة ماجيستير ، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2016.

3. كريمة صراع، واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية جامعة وهران، الجزائر، 2014 .

4. هلا شحادة، حل المنازعات المتعلقة بأسماء المواقع الإلكترونية التجارية (مذكرة ماجستير) ، كلية الحقوق، جامعة حلب ، سوريا، 2013.

5. محمد موسى أحمد هلسة، منازعات العلامات التجارية وأسماء النطاق في النظام القانوني الفلسطيني (دراسة مقارنة) ، رسالة ماجستير منشورة كلية الدراسات العليا جامعة بنزرت، فلسطين، 2010.

مذكرات الماستر:

1. سمية عطاء الله ، حماية العلامة التجارية في علاقتها مع العنوان الإلكتروني ، مذكرة ماستر ، كلية الحقوق والعلوم السياسة ، قسم حقوق ،جامعة المسيلة، 2014

2. عبد السلام أم الخير وبلوافي مليكة: النظام الثانوني لأسماء النطاق، مذكرة ماستر في الحقوق ،جامعة محمد العربي بن مهيدي ،الجزائر،2021/2020.

3. عبد الوهاب ضو وآخرون، وسائل الإثبات في المعاملات التجارية الإلكترونية طبقا لأحكام القانون 18-05، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حمه لخضر الوادي، السنة الدراسية 2021-2022

ج) المجلات والملتقيات:

1. حليمة بن دريس: دعوى المنافسة غير المشروعة لحماية حقوق الملكية الصناعية والتجارية ،مجلة الدراسات القانونية، مركز البصيرة للبحوث والدراسات والاستشارات والخدمات التعليمية ،المجلد 10،ع21، 2014

2. شوقي مؤمن طاهر، النظام القانوني لاسم النطاق، مجلة مصر المعاصرة، المجلد ،103العدد ،02مصر، .2011،

3. كوثر مازوني: الحماية القانونية للعلامة التجارية عبر الشبكة الرقمية في علاقتها مع أسماء الدومين ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية ، جامعة الجزائر، عدد 3،2008

4. مسلم يونس هادي:أسماء النطاق على الأنترنت وطبيعتها القانونية ،مجلة الرافدين للحقوق،المجلد 2،العدد 25.

5. نادية محمد مصطفي قزمار : عقد تسجيل اسم النطاق"، مجلة بحوث الشرق الأوسط، ع ،47، جامعة عين شمس، مركز بحوث الشرق الأوسط، مصر، 2018.

6. ليندة حاج صدوق، " أسماء المواقع الإلكترونية بين التقنية والقانون "مجلة الدراسات القانونية والسياسية، المجلد الرابع، العد 2 جوان 2018 جامعة الجزائر.

7. مبروكي سعيد، تسوية المنازعات المتعلقة بأسماء النطاق، مجلة تاريخ العلوم، العدد السادس، جامعة زيان عاشور الجلفة، 2017.

8. سرحان عدنان إبراهيم: "أسماء النطاق على الشبكة العالمية للمعلوماتية (الأنترنت) المفهوم والنظام القانوني دراسة مقارنة"، مجلة الشريعة والقانون ع ،25، 2006.

9. مؤمن طاهر شوقي محمد: " النظام القانوني لاسم النطاق"، مجلة مصر المعاصرة، الجمعية المصرية للاقتصاد السياسي والإحصاء والتشريع للنشر العدد 502 2011.

10. أحمد هبة بدر: "مقال" حول الطبيعة القانونية للسياسة الموحدة لتسوية منازعات عناوين المواقع الالكترونية"، منشور بمجلة العلوم القانونية والاقتصادية، جامعة عين شمس، 2011.

11. الشيخ حمدون الشيخ وإبراهيم يامة، "حماية أسماء النطاق الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي– ضرورة الانتقال وتحديات الحماية المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف، ميلة، 2018.

12. ياسين حسن كاظم، الاعلانات التجارية الالكترونية وأثرها على حماية المستهلك، مجلة رسالة الحقوق (العدد الثالث)، 2016.

13. يونس هادي مسلم، إجراءات وقواعد تسجيل وحماية أسماء النطاق المواقع الانترنت، مجلة الرافدين، مجلد رقم 03، 2005.

14. محمد خير محمود العدوان، وسعيد مبروكي، تسوية المنازعات المتعلقة بأسماء النطاق – دراسة مقارنة بين التشريعين الأردني والجزائري، مجلة جامعة الشارقة للعلوم القانونية، العدد 15 ، (جوان (2018).

15. مصطفى طايل، أهمية التوقيع الالكتروني الآمن في حماية المتعاقدين عبر الإنترنت، مجلة جيل الأبحاث القانونية المعمقة.، ماي 2016.

16. مؤمن طاهر شوقي محمد: " النظام القانوني لاسم النطاق"، مجلة مصر المعاصرة، الجمعية المصرية للاقتصاد السياسي والإحصاء والتشريع للنشر، العدد 502، 2011.

17. نادية زواني، حل منازعات أسماء النطاق في ظل منظمة الويبو والأيكان، حوليات جامعة الجزائر 01، العدد(03)، 2020.

د) المواقع الإلكترونية:

1. http://www.nic.dz
2. http://www.wipo.int/services/ar/index.html#disputes
3. www.arageek.com
4. http://webidn.nic.dz/images/pdf_nic/charte.pdf

فهرس المحتويات

شكر وعرفان

الإهداء

قائمة المختصرات

مـــقـــدمـــة.....7

الفصل الأول: ماهية أسماء النطاق.....6

المبحث الأول: مفهوم اسم النطاق.....7

المطلب الأول: التعريف بإسم النطاق.....8

الفرع الأول : التعريف الفقهي لإسم النطاق.....8

الفرع الثاني : التعريف الاصطلاحي لإسم النطاق..... 13

الفرع الثالث: كيفية اختيار اسم النطاق..... 14

المطلب الثاني: مفهوم نظام أسماء النطاق..... 16

الفرع الأول: تعريف نظام إسم النطاق..... 16

الفرع الثاني : إدارة أسماء النطاق (DNS)..... 18

المبحث الثاني: الطبيعة القانونية لاسم النطاق..... 20

المطلب الأول: اسم النطاق ينتمي الى عناصر الملكية الفكرية 20

الفرع الأول : اسم النطاق والعلامة التجارية:..... 20

الفرع الثاني : اسم النطاق والاسم التجاري..... 22

المطلب الثاني: اسم النطاق فكرة قانونية جديدة..... 23

الفرع الأول : اسم النطاق والموطن الافتراضي..... 23

الفرع الثاني : اسم النطاق فكرة قانونية..... 24

خلاصة الفصل.....28

الفصل الثاني: دور إسم النطاق في المعاملات التجارية الإلكترونية..... 29
المبحث الأول: الحماية القانونية لأسماء النطاق..... 31
المطلب الأول: شروط حماية أسماء النطاق..... 31
الفرع الأول: الشروط الشكلية والموضوعية لحماية اسماء النطاق..... 31
الفرع الثاني: اجراءات تسجيل اسم النطاق..... 34
المطلب الثاني: تسوية منازعات اسماء النطاق 41
الفرع الأول: الحماية القضائية لأسماء النطاق..... 41
الفرع الثاني : حماية أسماء النطاق عن طريق الاجراءات البديلة..... 46
المبحث الثاني: أهمية أسماء النطاق..... 51
المطلب الأول: القيمة الاقتصادية لأسماء النطاق..... 51
الفرع الأول: أسماء النطاق تمثل البنية التحتية للتسويق والتسوق الالكتروني..... 52
الفرع الثاني: أهم مواقع العناوين الالكترونية العالمية والوطنية المساهمة في تطور التجارة الالكترونية..... 56
المطلب الثاني: المظاهر التقنية..... 59
الفرع الأول: استرجاع المعلومات..... 59
الفرع الثاني: البحث عن المعلومات..... 60
خلاصة الفصل..... 62
الخـاتـمـة 63
قائـمة..... 63
المصادر والمـراجع..... 63

ملخص:

تعد أسماء النطاقات من أهم وسائل التقنية الحديثة للاتصال بالإنترنت ، والتي تمثل بوابة الوصول إلى هذه الشبكة عبر نظام أسماء النطاقات (DNS) ، وهذا ما جعلها أرضًا خصبة للنزاعات الحقوقية. لعدم وجود نظام قانوني خاص بها ، واختلاف الآراء الفقهية والتشريعية لتعريف هذه الطبيعة كفكرة قانونية مستقلة ، أو أنها تنتمي إلى عناصر الملكية الفكرية.

نظرا للأهمية الكبيرة لأسماء النطاقات من خلال الدور الذي تجاوزته من الناحية الفنية إلى الناحية القانونية ، واكتسابها حق الملكية بتسجيلها لدى الجهات المختصة سواء كانت دولية أو وطنية ، ضمن إطار الإجراءات والشروط التي تضمن لهم الحماية القانونية ، ومن ثم ضمان حقهم في مواجهة أي نزاع. أوصت به المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو).

الكلمات المفتاحية: أسماء النطاق ، دومين ، الحماية القانونية، علامة تجارية

Abstract :

Domain names are one of the most important means of modern technology to connect to the Internet, which represents the gateway to access this network via the Domain Name System (DNS), and this is what made it a fertile ground for legal disputes. For the lack of a legal system of its own, and the difference of jurisprudential and legislative opinions to define this nature as an independent legal idea, or that it belongs to the elements of intellectual property.

Due to the great importance of domain names through the role that it transcended from the technical point of view to the legal point of view, and their acquisition of the right of ownership by registering them with the competent authorities, whether international or national, within the framework of procedures and conditions that guarantee them legal protection, and then guarantee their right to face any dispute. Recommended by the World Intellectual Property Organization (WIPO).

Keywords: domain names, domain, legal protection, trademark