

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria

أمانة التعليم العالي والبحث العلمي - جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
Ministry of Higher Education and Scientific Research

كلية الحقوق والعلوم السياسية

شهادة مشاركة

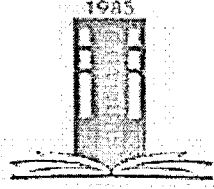
بشرفنا أن تمنح هذه الشهادة إلى **الدكتورة بوفرة العصرية - جامعة محمد بوضياف - المسيلة** . نظير مشاركتها بمداخلة
موسومة بـ : **تأثير التكنولوجيا الحديثة على التحكيم** . في أعمال المؤتمر الدولي حول القانون وتحديات التكنولوجيا . المنعقد
بكلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة المسيلة - الجزائر . بتاريخه النحاضر عن بعد . يوم 14 ديسمبر 2021.

عبد المكيبة

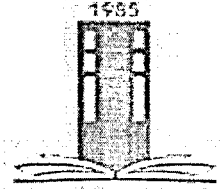


رئيسه المؤتمر





وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة
كلية الحقوق والعلوم السياسية



المؤتمر الدولي حول:

القانون وتحديات التكنولوجيا

International congress about
Law and technologies challenges

14 ديسمبر 2021



برنامج الجلسة الأولى للمؤتمر

ابتداء من الساعة 11:00 صباحا

البرنامج

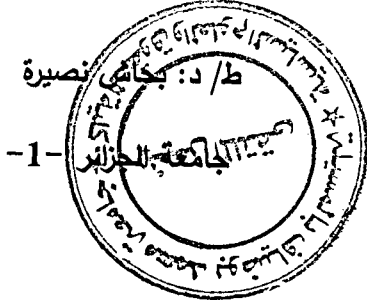
الثلاثاء 14 ديسمبر 2021

رئيس الجلسة الاولى البروفسور دحية عبد اللطيف

التوقيت	المتدخل	عنوان المداخلة
11:10-11:00	الدكتورة أكرور مريام - جامعة الجزائر 01	التكنولوجيا و ابرام عقود الصفقات العمومية: من أجل اضافة شفافية أكثر على التعاقد العمومي
11:20-11:10	الدكتورة أمال بيدي - جامعة زيان عاشور - الجلفة البروفسور جمال عبد الكريم - جامعة زيان عاشور - الجلفة	القيمة الثبوتية للوسائل العلمية الحديثة في المجال الجنائي
11:30-11:20	الدكتور خالد بوزيدي - المركز الجامعي مغنية	التوجهات الجديدة للقضاء الإداري لإقرار مسؤولية الإدارة عن مخاطر الاستعانة بالوسائل التكنولوجية والتقنية في أدائها الإداري
11:30-11:20	الدكتور محمد عبد الله الشوابكة جامعة ظفار سلطنة عمان	التكنولوجيا وتطور قواعد القانون الدولي
11:40-11:30	الدكتورة هناوي ليلي - جامعة حسيبة بن بو علي - الشلف	التكنولوجيا المستحدثة والقانون الدولي العام: الإمكانيات والتحديات
11:50-11:40	الدكتورة ليلي اللحياني المركز الجامعي بتييازة ط/د سيف الدين رحالي - جامعة بومرداس	دور الاثبات بالتوقيع الإلكتروني في ضمان الأمن القانوني
12:00-11:50	البروفيسور خضري حمزة - جامعة المسيلة ط/د. روباش سليمة - جامعة المسيلة	البلدية الإلكترونية في الجزائر
12:10-12:00	الدكتورة بن رجدال أمال - جامعة الجزائر 1	مؤامرات التكنولوجيا المدنية لمواجهة مخاطر الذكاء الاصطناعي
12:20-12:10	الدكتورة فونان كهينة - جامعة - تيزي وزو	المسؤولية المدنية عن أضرار الذكاء الاصطناعي
12:30-12:20	الدكتور بوخروبة حمزة جامعة محمد بوضياف المسيلة	اتفاقية التحكيم التجاري الدولي الإلكتروني
12:30-12:20	الدكتور بريم عبد المجيد - جامعة المسيلة الدكتور بوخرص عبد العزيز - جامعة المسيلة	أساس المسؤولية المدنية في مجال الذكاء الاصطناعي
12:40-12:30	الدكتورة بن علي صليحة - جامعة تيارت	تكييف تكنولوجيا البلوك تشين مع المبادئ القانونية للعقود
12:50-12:40	الدكتورة غضبان سمية - جامعة محمد بوضياف المسيلة الدكتور بوبعاية كمال - جامعة محمد بوضياف المسيلة	الاثبات الإلكتروني وحجته في المادة الجزائية - التصنت الهاتفي والتسجيل الصوتي نموذجاً
13:00-12:50	الدكتورة بوقرة العمري - جامعة محمد بوضياف المسيلة ط/د بحاش نصيرة - جامعة الجزائر	تأثير التكنولوجيا الحديثة على التحكيم
13:10-13:00	الدكتورة بوضياف إسمهان - جامعة بالمسيلة	البصمة الوراثية وحجتها في الاثبات الجنائي
13:20-13:10	الدكتور بدري فيصل - جامعة الجزائر 01 الدكتورة بن قطاس خديجة - جامعة الجزائر 01	أنظمة الرصد الدولية في ظل معاهدة الحظر الشامل للتجارب النووية 1996.
13:30-13:20	البروفسور عمارة مسعودة - جامعة البليدة 02	قراءة في قانون حقوق المؤلف على ضوء التطورات التكنولوجية الحديثة
14:00-13:30	مناقشة عامة	

تأثير التكنولوجيا الحديثة على التحكيم

المحور الثاني



مقدمة:

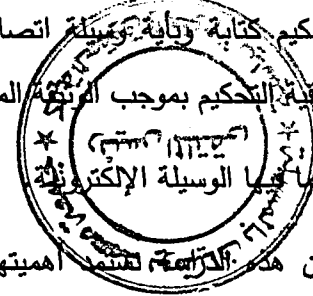
نتيجة التطور التكنولوجي الذي شهده العالم والذي أدى إلى تبادل المعلومات والبيانات وإبرام التعاقدات التجارية عن طريق الأنترنت⁽¹⁾، وظهور التجارة الإلكترونية⁽²⁾، التي تقوم على السرعة في إبرام العقود وتنفيذها وازدياد حجم العقود الدولية، فإن المنازعات بين أطرافها أصبحت أمرا لا مفر منه، فهر التحكيم الإلكتروني كأسلوب عصري لفض المنازعات الناجمة عنه كونه يتماشى وطبيعة هذه المعاملات الإلكترونية فكان لاستخدام الوسائل الإلكترونية فائدة في حل النزاعات وتسهيل الإجراءات المتبعة في حلها.

والتحكيم الذي ينعقد بواسطة الوسائل الحديثة أثبت فعاليته في مجال التجارة الإلكترونية ومن المسائل التي يتم بشأنها التحكيم الإلكتروني على سبيل المثال المنازعات المتعلقة بأسماء المواقع الإلكترونية، حيث اعتمد مركز الويبو للتحكيم والوساطة أسلوبا لتسوية هذه المنازعات الكترونيا.

(1) تتكون كلمة انترنت وهي انجليزية الأصل من كلميتين: inter ويقصد بها البينية أما net فتعني الشبكة والمحصلة هي الشبكة المتصلة أو الشبكة البينية، أنظر: سيف الدين إلياس حمدتو، التحكيم الإلكتروني، مجلة العلوم القانونية، عدد 03، 2011، ص52.

(2) مصطلح التجارة الإلكترونية هو من المصطلحات الحديثة التي ظهرت مع ظهور الأنترنت، حيث أنها توفر فرص فريدة للتبادلات التجارية العابرة للحدود، فهي تعد بمثابة أداة جديدة أحدثت تغييرا نوعيا على المنظومة الاقتصادية التقليدية على مستوى عالمي وإقليمي وحلي، فهي تسمح للسلع والخدمات بأن تنتوزع على سوق يتجاهل الحدود السياسية والجغرافية. أنظر في هذا الإطار: شول بن شهر، حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، عدد 03، 2008، ص213.

وقد أشار المشرع الجزائري إلى هذه الطرق والوسائل حيث نص في المادة (1040) فقرة 02 من القانون رقم (0809) المتضمن لقانون الاجراءات المدنية والإدارية على انه (يجب من حيث الشكل وتحت طائلة البطلان أن تبرم اتفاقية التحكيم كتابة وبأية وسيلة اتصال أخرى تجيز الاثبات بالكتابة) وهذا يعني أن المشرع الجزائري لم يحصر إبرام اتفاقية التحكيم بموجب الوثيقة المكتوبة بل تجاوز ذلك إلى أية وسيلة اتصال أخرى يجوز بموجبها



بالكتابة بل فيها الوسيلة الإلكترونية. وعليه فإن هذه الدراسة تستند أهميتها من خلال تقديم وسيلة لتسوية المنازعات في ظل انتشار التجارة الإلكترونية والتجارة عبر الحاسوب، حيث لا يشترط التواجد المادي للأطراف بالإضافة إلى قلة التكاليف والسرعة في الإجراءات، كما تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على التحكيم الذي ينعقد بواسطة الأجهزة الإلكترونية الحديثة.

وعلى ضوء الاعتبار المنوه عنها أعلاه ومن أجل معالجة موضوع تأثير التكنولوجيا الحديثة على التحكيم سنحاول الإجابة على إشكالية أساسية تتمحور حول مدى نجاعة التحكيم المنعقد بواسطة الأجهزة الإلكترونية الحديثة في تسوية المنازعات ؟

وقصد الإجابة على هاته الإشكالية بطريقة علمية تخضع لقواعد منهجية البحث العلمي تم تقسيم موضوع الدراسة إلى مبحثين كالآتي:

المبحث الأول: مفهوم التحكيم الإلكتروني.

المطلب الأول: تعريف التحكيم الإلكتروني وتمييزه عن غيره من وسائل تسوية النزاع الكترونيا.

الفرع الأول: تعريف التحكيم الإلكتروني.

الفرع الثاني: تمييز التحكيم الإلكتروني عن غيره من وسائل تسوية النزاع الكترونيا.

المطلب الثاني: مصادر أحكام التحكيم الإلكتروني.

الفرع الأول: المحكمة الإلكترونية (الفضائية).

الفرع الثاني: مشروع القاضي الافتراضي.

الفرع الثالث: التوجيه الأوروبي للتجارة الإلكترونية.

الفرع الرابع: مركز التحكيم الإلكتروني للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (الوايبو).

المبحث الثاني: التحكيم الإلكتروني كوسيلة حديثة لتسوية منازعات أسماء المواقع الإلكترونية.

المطلب الأول: مفهوم أسماء المواقع الإلكترونية.

الفرع الأول: تعريف أسماء المواقع الإلكترونية.

الفرع الثاني: أنواع أسماء المواقع الإلكترونية.

المطلب الثاني: نطاق وطبيعة العلاقة بين أسماء المواقع الإلكترونية والعلامة التجارية.

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية وتمييزها عن أسماء المواقع الإلكترونية.

الفرع الثاني: حالات التنازع بين العلامات التجارية وأسماء المواقع الإلكترونية.



المبحث الأول: مفهوم التحكيم الإلكتروني

العالم الافتراضي، فلا وجود للورق والكتابة التقليدية أو الحضور المادي للأشخاص أو المادي للأشخاص في هذا التحكيم. (1)

بمعنى كل الإجراءات الخاصة بالعملية التحكيمية تتم إلكترونياً ابتداء من النموذج الخاص بالموافقة على التحكيم عبر الشبكة مروراً بتبادل الرسائل والمستندات الإلكترونية وتعيين المحكم وسماع الخبراء والشهود وأخيراً قرار التحكيم. (2)

وعليه فإن التطرق إلى هذا النوع من التحكيم يقتضي منا أن نعرض تعريفه وكذا تمييزه عن غيره من وسائل تسوية وهذا من خلال المطلب الأول كما سنتطرق من خلال هذا المبحث أيضاً إلى مصادر التحكيم الإلكتروني وهذا ما سنعرضه في المطلب الثاني.

المطلب الأول: تعريف التحكيم الإلكتروني وتمييزه عن غيره من وسائل تسوية النزاع الإلكتروني.

تعددت التعريفات الخاصة بالتحكيم الإلكتروني وذلك وفقاً للزاوية التي يتناول كل فقيه منها التحكيم، كما تعددت الوسائل البديلة الإلكترونية لتسوية النزاعات وعليه سنتطرق في هذا المطلب إلى تعريف التحكيم الإلكتروني وهذا من خلال الفرع الأول ثم نتطرق إلى تمييز التحكيم عن غيره من وسائل تسوية النزاع وهذا من خلال الفرع الثاني.

الفرع الأول: تعريف التحكيم الإلكتروني

تعددت تعريفات التحكيم الإلكتروني إلا أن أغلبها يركز على الوسيلة المستخدمة في اتفاق وإجراءات التحكيم لإخفاء صفة الإلكترونية.

فتعريف التحكيم الإلكتروني يحتوي على مقطعين فالمقطع الأول وهو التحكيم والذي يقصد به إخضاع النزاع القائم بين شخصين أو أكثر إلى شخص محكم أو أشخاص محكمين غير أطراف النزاع، يتم اختيارهم باتفاق

(1) خالد ممدوح إبراهيم، التحكيم الإلكتروني في عقود التجارة الدولية، دار الفكر الجامعي، ط1، 2009، ص246.

(2) تومي هجيرة، التحكيم الإلكتروني كتجربة لتطوير آليات التحكيم، مجلة صوت القانون، العدد السابع، الجزء الثاني، 2017، ص82.

الأطراف ليفصلوا في النزاع دون اللجوء إلى القضاء⁽¹⁾، أما المقطع الثاني فهو إلكتروني ويقصد به أداء إجراءات التحكيم باستخدام الوسائط والأساليب والشبكات الإلكترونية ومنها شبكة الأنترنت.⁽²⁾

ومن التعريفات التي ذكرت بشأنه بأنه ذلك التحكيم الذي يتفق بموجبه الأطراف على إخضاع منازعاتهم الناشئة عن صفقات أبرمت في الغالب الأعم بوسائل إلكترونية إلى شخص ثالث يفصل فيها بموجب سلطة مستندة ومستمدة من اتفاق النزاع، وباستخدام وسائل اتصال حديثة تختلف عن الوسائل التقليدية المستخدمة في التحكيم التقليدي⁽³⁾.

كما يمكن أن يأخذ التحكيم الإلكتروني في التعريف الآتي: "بأنه التحكيم الذي تتم إجراءاته عبر شبكة الأنترنت وهو يكتسب الصفة الإلكترونية من الطريقة التي يتم بها حيث تتم بطريقة سمعية بصرية دون الحاجة إلى التقاء أطراف النزاع والمحكمين في مكان معين.⁽⁴⁾

وعليه فإن من مزايا التحكيم الإلكتروني أن يقدم مميزات غير موجودة في التحكيم التقليدي بالرغم من أن هذا الأخير سريع وغير مكلف للأطراف إلا أن هذا التحكيم يبقى بالنسبة لمعاملات التجارة الإلكترونية بطيئا ومكلفا، فمثل هذه المزايا في أنه لا يلزم انتقال الأفراد المتخاصمة إلى مكان التحكيم الذي قد يكون بعيدا عن محل إقامتها مما يؤدي إلى التوفير في نفقات الفرد نفس الأمر بالنسبة إلى الاستماع إلى الشهود والخبراء، حيث لا يستلزم التواجد المادي لكل منهما وإنما يمكن أن يتم من خلال المحادثات عبر الشبكة كما أن الوصول إلى حكم في النزاع يكون أسرع وذلك لسهولة تقديم الأوراق والمستندات المطلوبة من خلال البريد الإلكتروني.⁽⁵⁾

الفرع الثاني: تمييز التحكيم الإلكتروني عن غيره من وسائل تسوية النزاعات الكترونيا.

لقد ظهرت وسائل أخرى لحسم النزاعات نتيجة إنتشار وسائل الإتصال الحديثة أهمها الوساطة الإلكترونية والمفاوضات الإلكترونية.

⁽¹⁾ David rene, l'arbitrage dans le commerce international, paris, economica, 1982, p9.

⁽²⁾ خالد ممدوح ابراهيم، المرجع السابق، ص248.

⁽³⁾ بن زايد سليمة، تسوية المنازعات الناشئة عن براءة الاختراع، رسالة دكتوراه جامعة الجزائر، كلية الحقوق، 2016، ص259.

⁽⁴⁾ هند عبد القادر سليمان، دور التحكيم الإلكتروني في حل منازعات التجارة الإلكترونية، مداخلة من المؤتمر المغاربي الأول حول المعلوماتية والقانون، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس، ليبيا، 2009، ص11.

⁽⁵⁾ محمد أمين الرومي، النظام القانوني للتحكيم الإلكتروني، دار الكتب القانونية، مصر، 2008، ص93.

أولاً: الوساطة الإلكترونية:

تقوم الوساطة على أساس تدخل طرف ثالث محايد يسمى الوسيط، يهدف إلى مساعدة أطراف النزاع للتوصل

إلى حل النزاع القائم بينهم. (1)

ومن تعريفات الوساطة أنها إجراء غير ملزم يتولى على أساسه وسيط محايد مساعدة طرفي النزاع في

التوصل إلى تسوية للنزاع. (2)

كما عرفت أيضاً بأنها التي تقوم على أساس تدخل شخص ثالث محايد في مفاوضات بين طرفين متخاصمين، بحيث يعمل هذا المحام على تقريب وجهات النظر بين الطرفين وتسهيل التواصل بينهم وبالتالي مساعدتهما على إيجاد تسوية مناسبة للنزاع. (3)

وبالتالي فالوساطة يفرضها ضرورة أن الأطراف في خلاف ويحل بمساعدة طرف مستقل (4)، تتمثل مهمته في القيام بالمفاوضات بين الأطراف لتقريب وجهات النظر بينهم نحو التفاهم المتبادل وبالتالي مساعدتهم على إيجاد تسوية للنزاع القائم بينهم. (5)

ولا تختلف الوساطة عبر الوسائل الإلكترونية في جوهرها عن الوساطة التقليدية فكلاهما وسيلة من الوسائل البديلة لفض المنازعات، والوساطة سواء كانت تقليدية أو الكترونية هي طريق خاص لفض المنازعات مبني على اتفاق طرفا النزاع على اتخاذ هذه الوسيلة لحل نزاعهم. (6)

(1) Joyec A, guide de l'ompi sur les modes extrajudiciaires de règlement des litiges (melhdes ADR) a destination des offices de proprette intellectuelle et des tribunaux, 2018, p25.

(2) مركز الوليو للتحكيم والوساطة، سبل تسوية المنازعات في القرن الحادي والعشرون، ص4، متاح على الرابط الإلكتروني <http://arbiter.wipo.int4>

(3) كمال فنيش، الوساطة، مجلة المحكمة العليا، عدد خاص حول الطرق البديلة لحل النزاعات، الوساطة والصلح والتحكيم، جزء02، قسم الوثائق، 2009، ص572.

(4) bouhafs nanaa, épouse djellab, les nouveaux horizons de la médiation et la conciliation aux termes de la loi ne 08-09, revue elmofaker, N° 14, p7.

(5) joyes A, op, it, p25.

(6) أزوار محمد، مسعودي يوسف، الوساطة الإلكترونية كآلية لتسوية منازعات الاستهلاك المبرمة بوسائل إلكترونية، المجلة الأفريقية للدراسات القانونية والسياسية، العدد2، المجلد 2، 2018، ص147.

ولقد ذكرت عدة تعريفات بشأنها وهي لا تخرج عن كونها نابعة عن تدخل واستعمال الوسائط الإلكترونية ومن هذه التعريفات أنها وسيلة لحل نزاعات عقود التجارة الإلكترونية والعقود الإلكترونية عموماً عبر استخدام الوسائل التكنولوجية وعلى رأسها شبكة الأنترنت، حيث الاستعانة من قبل الأطراف المتنازعين بوسيط لا يقوم باتخاذ القرار لحل النزاع ولكنه يساعدهم على إيجاد حل مقبول لكل منهما بشكل محايد. (1)

وتختلف الوساطة الإلكترونية عن التحكيم الإلكتروني من حيث العلاقة التي تربط طرفي النزاع فاللجوء إلى الوساطة يتم في الغالب بين أطراف وبيعة الصلة في علاقاتها التجارية رغبة منها في إنهاء اختلاف وجهات النظر التي أدت إلى حدوث منازعة بخلاف التحكيم الذي قد يلجأ إليه أطرافه دون معرفة مسبقة لإصدار حكم ملزم للطرفين دون الاستمرار في العلاقة التجارية، كما تكون إمكانية رفض الوساطة أو الانسحاب منها في أي مرحلة كانت عليها على خلاف التحكيم الذي يتعذر تركه بعد انعقاده إلا بموافقة طرفي النزاع والوساطة يقوم فيها الوسيط بتقريب وجهات النظر وتسوية المنازعة بإرادة وموافقة الأطراف بخلاف التحكيم الذي يصدر به المحكم حكم ملزم للطرفين لصالح أحدهم. (2)

ثانياً: المفاوضات الإلكترونية

يعد التفاوض الإلكتروني أكثر الطرق انتشاراً وأقلها تعقيداً يتم خلاله الاتصال المباشر بين الأطراف المتعاقدة دون تدخل طرف ثالث وبذلك فهو يختلف عن التحكيم الإلكتروني. (3)

حيث أن هذا الأخير يخضع الطرفان منازعاتهم إلى شخص ثالث تكون له سلطة إصدار حكم تحكيمي، كما أن المفاوضات الإلكترونية فغالبا ما يتم اللجوء فيها إلى حلول عرفية غير مستمدة من قواعد قانونية محددة وإنما تستقي من مجرد إجراء مقارنات حسابية بين طلبات كل طرف للتوصل إلى حل وسط بينهما، أما بالنسبة للتحكيم الإلكتروني فغالبا ما يطبق وهو في سبيله إلى حل المنازعة بقواعد قانونية وغالبا ما تنتهي المفاوضات الإلكترونية باتفاق يوقعه الطرفان في حين أن التحكيم ينتهي بحكم تحكيمي يكون ملزماً للطرفين. (4)

(1) أزوار محمد، مسعودي يوسف، المرجع السابق، ص 147.

(2) بن زايد سليمة، المرجع السابق، ص 264.

(3) محمد حودي، إجراءات التحكيم الإلكتروني في العقود التجارية الدولية، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، العدد 1، المجلد الخامس، 2019، ص 174.

(4) بن زايد سليمة، المرجع السابق، ص 263.

المطلب الثاني: مصادر التحكيم الالكتروني.

لقد وجدت تسوية المنازعات عبر التحكيم الالكتروني تطبيقات فعلية ومتنوعة لمنازعات التجارة الالكترونية وذلك من خلال مبادرات خاصة تبنتها بعض المنظمات الاقتصادية والإقليمية والاتحادات المهنية الفعالة في هذا المجال والتي تهتم بمواكبة التطور الالكتروني السريع.

الفرع الأول: المحكمة الالكترونية (الفضائية)

نشأت هذه المحكمة الإلكترونية في كندا بمركز بحوث القانون العام بكلية الحقوق بجامعة مونتريال بكندا 1996 وقدم هذا المشروع خدمات التحكيم الالكتروني مستخدما تطبيقات البرمجيات وتقنيات التشفير التي حققت الأمان والسرية في تنفيذ الإجراءات.  تهدف هذه المحكمة الإلكترونية إلى وضع نظام وآلية لتجنب وحل المنازعات التي تنشأ عن استخدام الفضاء الالكتروني للمعلوماتية من خلال تقديم خدمات التحكيم عبر القنوات والوسائط الالكترونية⁽²⁾، وتكفل سلامة بياناتها وتسوية منازعاتها وتفعيل نظام يكفل مصداقية الاجراءات الالكترونية ينظم إليه أطراف النزاع ويتحقق الارتباط به بموجب إطار تعاقدية⁽³⁾.

ووفقا لنظام هذه المحكمة تتم كافة الاجراءات الكترونيا على موقع المحكمة الالكتروني بداية في طلب التسوية ومرورا بالإجراءات وانتهاء بإصدار الحكم وتسجيله على الموقع الالكتروني للمحكمة، وتتميز هذه المحكمة بتقديم خدمات تسوية المنازعات باللغتين الانجليزية والفرنسية وذلك لوجودها في مقاطعة ذات طبيعة لغوية مختلطة من هاتين اللغتين وكذلك فهي تجمع بين النظام اللاتيني والأنجلوسكسوني مما يؤدي إلى توحيد القواعد القانونية بين أنظمة ذات ثقافات متباينة فيما يتعلق بالتجارة الالكترونية وسبل فض النزاعات المتعلقة بها وموقع المحكمة الالكتروني⁽⁴⁾.

(1) بن زايد سليمة، المرجع السابق، ص 266.

(2) رجاء نظام حافظ بني شمس، الإطار القانوني للتحكيم الالكتروني، دراسة مقارنة، ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا، 2009، ص 50.

(3) بن زايد سليمة، المرجع السابق، ص 267.

(4) سيف الدين إلياس حمدتو، المرجع السابق، ص 56-57.

وينقسم التحكيم وفق لائحة المحكمة الالكترونية إلى نوعين: تحكيم منازعات مستقبلية وتحكيم منازعات قائمة وتختص هذه المحكمة إجمالاً بمجالات التجارة الالكترونية والمنافسة وحقوق الطبع، العلامات التجارية وحرية التعبير وحماية الخصوصية، والمحكمة تضمن سرية المعلومات بالقضايا المنظورة أمامها عن طريق التشفير، ويتم اختيار المحكمين عن طريق سكريتير المحكمة من ضمن قائمة خبراء قانونيين فنيين في مجال القضاء. (1)

الفرع الثاني: مشروع القاضي الافتراضي

وهو فكرة أمريكية تم إقرارها في مارس 1996 من قبل أساتذة مركز القانون وأمن المعلومات، ودعم هذا النظام جمعية المحكمين الأمريكيين ومعهد قانون القضاء والمركز الوطني لأبحاث المعلوماتية الأمريكي. (2)

ويهدف المشروع حسب رأي البعض إلى إعطاء حلول أمريكية للمنازعات المتعلقة بالإنترنت وذلك عن طريق وسيط معتمد من المركز تكون له خبرة قانونية في التحكيم والقوانين النازمة للتجارة الالكترونية وعقودها وقانون الإنترنت ومنازعات الملكية الفكرية بصفة عامة. (3)

ويقوم القاضي الافتراضي المتخصص بالتحاور مع أطراف النزاع الذين طلبوا الخضوع لأحكام هذا النظام عن طريق البريد الإلكتروني على أن يفصل في النزاع خلال (72 ساعة) ويكون القرار الذي يصدره القاضي مجدداً من القيمة القانونية إلا إذا قبله الأطراف. (4)

الفرع الثالث: التوجيه الأوروبي للتجارة الإلكترونية

ومن أمثلة ذلك الجهد المبذول الذي قام به الاتحاد الأوروبي بتوجيه الدول الأعضاء بأن لا تضع في تشريعاتها الداخلية عقبات قانونية تحول دون استخدام آليات تسوية المنازعات الكترونياً بعيداً عن القضاء. (5)

(1) بن زايد سليمة، المرجع السابق، ص 267.

(2) سيف الدين الياس حمدتو، المرجع السابق، ص 56.

(3) بن زايد سليمة، المرجع السابق، ص 268.

(4) سيف الدين الياس حمدتو، المرجع السابق، ص 56.

(5) هند عبد القادر، المرجع السابق، ص 17.

ونص الاتحاد الأوروبي في المادة 17 من التوجيه رقم 2000/31 المسمى بتوجيه التجارة الإلكترونية على السماح للدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي في حالة وجود نزاع بين مقدمي خدمة المعلومات والمتعاملين معهم بتسوية هذه الخلافات خارج المحاكم واستخدام الوسائل الإلكترونية المناسبة.⁽¹⁾

الفرع الرابع: مركز التحكيم الإلكتروني للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (الوايبو).

كان للدور الكبير الذي تلعبه المنظمة العالمية للملكية الفكرية إسهامات كبيرة في تطوير وتفعيل نظام التحكيم الخاص بالتجارة الإلكترونية، لتطبيق الممارسات الخاصة بالأنترنت لا سيما المتعلقة بأسماء المواقع الإلكترونية والعلامات التجارية.⁽²⁾ ويمكن من خلال هذا النظام التغلب على العديد من الصعوبات حيث يسمح بحرية اختيار القانون الواجب التطبيق ويتضمن وحدة الجراء رغم اختلاف الجنسيات كذلك وضعت منظمة الوايبو نظاما للتحكيم السريع (المعجل).⁽³⁾

المبحث الثاني: التحكيم الإلكتروني كوسيلة حديثة لتسوية منازعات أسماء المواقع الإلكترونية

بظهور شبكة الأنترنت استطاع رجال الأعمال النفاذ إلى أسواق كثيرة حول العالم وذلك بإنشاء مواقع الكترونية على هذه الشبكة يعرضون فيها منتجاتهم وخدمات لمواكبة التطور الحاصل، فأصبحت هذه المواقع الإلكترونية وسائل فعالة للإعلان عن هذه المنتجات والخدمات والتعريف بها لدى جمهور المستهلكين والعملاء.

ونتيجة للدور المهم الذي تلعبه أسماء المواقع الإلكترونية في العالم الافتراضي وظهورها كآلية لعنونة المواقع الإلكترونية، انتشرت أشكال جديدة من الاعتداءات وقعت على العلامات التجارية وذلك بفعل استغلال البعض لسمعة هذه العلامات التجارية وهم لا يملكون عليها أي حقوق وذلك بقيامهم بتسجيلها كأسماء لمواقع إلكترونية وهو ما أدى إلى الاعتداء على ملكية أصحابها الشرعيين.

(1) بن زايد سليمة، المرجع السابق، ص 269.

(2) عصام عبد الفتاح مطر، التحكيم الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، 2009، ص 164.

(3) هند عبد القادر سليمان، المرجع السابق، ص 17.

وعليه فإننا سنقوم في هذا المبحث بالتطرق إلى مفهوم أسماء المواقع الإلكترونية وأنواعها وهذا من خلال
المطلب الأول ثم بعد ذلك نتطرق إلى نطاق وطبيعة العلاقة بين أسماء المواقع الإلكترونية والعلامة التجارية وهذا
من خلال المطلب الثاني.

المطلب الأول: مفهوم أسماء المواقع الإلكترونية

أدى ظهور الأنترنت إلى تحول المعاملات التي كان يقوم بها أصحاب الشركات على أرض الواقع إلى العالم
الإفتراضي. وبذلك فقد أصبح بإمكانهم بتأسيس مواقع تجارية لهم باعتبارها الطريق الذي يتم من خلاله التعريف
بالأعمال التي تقوم بها هذه الشركات فتعرض فيها منتجاتها وتقدم من خلالها خدماتها، كما أوجدت الأنترنت
الوسيلة التي يستطيع جمهور المستهلكين من خلالها الوصول إلى مواقع شركة معينة وهي وسيلة جديدة تسمى
بأسماء المواقع الإلكترونية. وعليه فسيتم في هذا المطلب التطرق إلى تعريف أسماء المواقع الإلكترونية من خلال الفرع الأول وكذلك
التطرق إلى أنواعها وهذا من خلال الفرع الثاني.

الفرع الأول: تعريف أسماء المواقع الإلكترونية

لإسم الموقع الإلكتروني تعاريف فقهية مختلفة ويرجع هذا الاختلاف إلى الزاوية التي ينظر إليها الفقهاء في
تعريفهم لها، كما قامت بعض التشريعات بإعطاء تعاريف لها كذلك.
ومن التعريفات الفقهية التي ذكرت بشأنه بأنه: "ترجمة لأرقام تتم عن طريق حروف معينة بدوران المعلومات
عبر شبكة الأنترنت".⁽¹⁾

كما قام جانب آخر من الفقه⁽²⁾، بتعريفه على أساس أن الموقع الإلكتروني يتكون من جزئين جزء ثابت وجزء
متغير، بالنسبة للجزء الثابت فهو يتمثل دائما في المقطع WWW وهذا الجزء يشير إلى البروتوكول المستخدم ويحدد

(1) استند أصحاب هذا الإتجاه في تعريفهم هذا على الطبيعة الفنية للموقع (المعيار الفني)، لمزيد من التفاصيل أنظر: شريف محمد
غنام، حماية العلامة التجارية عبر شبكة الأنترنت، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2016، ص14-15.

(2) استند اصحاب هذا الإتجاه في تعريفهم على تكوينه.

أن الموقع يوجد على شبكة الإتصال العالمية (WORLD, WIDE, WEB*)، وهو يشير إلى جميع المشروعات والشركات والأشخاص الذين يملكون مواقع على الشبكة. (1)

أما بالنسبة للجزء المتغير هو الجزء الذي يلي الجزء الثابت وهو الذي يميز المشروع عن غيره من المشروعات وهو الذي يطلق عليه اسم الموقع وينقسم هذا الجزء إلى نوعين النوع الأول هو اسم الموقع الإلكتروني من الدرجة الأولى والنوع الثاني هو اسم الموقع الإلكتروني من الدرجة الثانية. (2)

كما عرفت كذلك بأنه للعنوان البريدي الذي يحدد عنوان شخص بعينه أو موقع شركة على شبكة الأنترنت (3) رئيس الملتقى

أما بالنسبة للتعريفات التشريعية فقد عرف المشرع المصري بأنه: "عنوان منفرد للمواقع الموجودة على شبكة الأنترنت تسمح بتحديد الموقع وتمييزه عن غيره". (4)

كما عرفته المنظمة العالمية للملكية الفكرية بأنه: "عناوين إلكترونية مبسطة تسهل الاستخدام البشري للأنترنت وتحديد المواقع بصورة سهلة". (5)

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فقد قام بتعريفه في نص المادة 06 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية (6)، مستعملا مصطلح اسم النطاق كما يلي: "عبارة عن سلسلة أحرف أو أرقام مقسمة ومسجلة لدى السجل الوطني لأسماء النطاق، وتسمح بالتعريف والولوج إلى الموقع الإلكتروني".

WORLD, WIDE, WEB*، وهو نظام معلوماتي عالمي.

(1) فائق حسين حوى، المواقع وحقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2010، ص54.

(2) مصطفى موسى العطيات، الجوانب القانونية لتعاملات التجارة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2011، ص71.

(3) استند أصحاب هذا الاتجاه في تعريفهم على الوظيفة التي يؤديها اسم الموقع الإلكتروني، انظر فائق حسين حوى، المرجع السابق، ص55.

(4) عرفه المشرع المصري في المادة الأولى من مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري أنظر: كوثر مازوني، الشبكة الرقمية وعلاقتها بالملكية الفكرية، دار الجامعة الجديدة، 2008، ص215.

(5) مصطفى موسى العطيات، المرجع السابق، ص70.

(6) قانون رقم 18-05 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439هـ الموافق ل10 ماي سنة 2018م والمتضمن التجارة الإلكترونية، الجريدة

الرسمية عدد 28، الصادر بتاريخ، 16 ماي 2018.

الفرع الثاني: أنواع أسماء المواقع الإلكترونية

يتكون الموقع الإلكتروني من جزئين جزء ثابت وجزء متغير، الجزء الثابت يتمثل في المقطع [HTTP://www](http://www) والذي يستند إلى البروتوكول المستخدم أما الجزء المتغير فهو ينقسم إلى قسمين، القسم الأول سمي الموقع الإلكتروني من الدرجة الأولى أو المستوى العالمي TLD والقسم الثاني يسمى باسم الموقع الإلكتروني من الدرجة الثانية SLD أو المستوى الثاني.⁽¹⁾

أما عن أسماء المواقع الإلكترونية فإن أسماء المواقع التي من الدرجة الأولى TLD تنقسم بدورها إلى قسمين أسماء مواقع إلكترونية عامة أو دولية وأسماء المواقع الوطنية أو المحلية ورمزها CCTLD. أولاً: أسماء المواقع العامة GTLD:

تعتبر أسماء المواقع العامة والتي يرمز إليها بالاختصار بالانجليزية GTLD أسماء عادية تشير إلى أنشطة دولية عامة، لا تختص بها دولة معينة وإنما تشير إلى طبيعة النشاط في جميع أنحاء العالم، فهي نوعية لأنها تركز على تقسيم المستوى العالمي لأسماء المواقع تقسيماً نوعياً بحسب طبيعة النشاط، فتمثل نوع المؤسسة التي تدير الموقع الإلكتروني وذلك عن طريق رمز يتكون من ثلاث حروف يرمز إلى طبيعة أو نشاط المؤسسة⁽²⁾، بمعنى أن جل هذه المؤسسات لا تتضمن أية إشارة إلى اسم أو رمز لأية دولة كانت⁽³⁾، إنما تعني رموزاً ذات طابع عام مثل COM.⁽⁴⁾

بدأ تطبيق هذا النوع من أسماء المواقع الإلكترونية منذ بداية الثمانينات وبالتحديد بداية جانفي 1985 عندما بدأ باستخدام هذا النظام بناء على التوصيات والإقتراحات⁽⁵⁾، المقدمة من RFC⁽⁶⁾، وهي كالاتي:

(1) يوجد مستويين لأسماء المواقع، المستوى العالمي لأسماء المواقع TOP LEVEL DOMAIN والمستوى الثاني لأسماء المواقع SECONDE LEVEL DOMAIN، أنظر مصطفى موسى العطيّات، المرجع السابق، ص 71.

(2) حاج صندوق ليندة، أسماء المواقع الإلكترونية بين التقنية والقانونية، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، العدد 2، المجلد الرابع، 2018، ص 235.

(3) هادي مسلم يونس، أسماء النطاق على الأنترنت وطبيعتها القانونية، مجلة الراافدين الحقوقية، عدد 25، 2005، ص 151.

(4) هادي مسلم يونس، إجراءات وقواعد تسجيل وحماية أسماء النطاق لمواقع الأنترنت، مجلة الراافدين للحقوق، العدد 26، 2005، ص 143.

(5) حاج صندوق ليندة، المرجع السابق، ص 235.

(6) اختصار بالانجليزية لـ Report for Commants طلب الاقتراحات المقدم من الهيئات القائمة على الأنترنت والكمبيوتر.

(.COM, .ORG, .NET, .EDUT, .GOVE, .MIL) وفي سنة 1998 تم إضافة العنوان الرئيسي

INT. الخاص بالهيئات المتخصصة لعقد الاتفاقات الدولية.⁽¹⁾

ثانيا: أسماء المواقع العليا الوطنية أو المحلية CCTLD:

ويقصد بها تلك الأسماء المرتبطة بدول معينة وتنتهي بحرفين يشيران إلى اسم الدولة التي تنتمي إليها هذه الأسماء، وهي تركز على تقسيم المستوى العالمي لأسماء المواقع تقسيما جغرافيا، وهناك ما يزيد عن 240 اسما تدخل في إطار هذا التقسيم الجغرافي⁽²⁾، فيخصص لكل دولة من دول العالم رمزا خاصا بها يتكون من حرفين باللغة اللاتينية من اسم كل دولة.⁽³⁾

فمثلا فبالنسبة للجزائر فإن موقعها ينتهي ب DZ، ونجد في مصر تنتهي ب EG، وفرنسا FR، وأسماء مواقع فلسطين ينتهي ب PS... وهكذا.

المطلب الثاني: نطاق وطبيعة العلاقة بين أسماء المواقع الإلكترونية والعلامة التجارية

وفرت أجهزة الاتصال الحديثة، فرصة فريدة للاتصال والتواصل بين رجال الأعمال وزيائنهم الذي استفادوا من الإمكانيات الهائلة والتي توفرها شبكة الأنترنت في الوصول لأسواق جديدة وعملاء جدد على مدار الساعة بغض النظر عن أماكن تواجدهم.⁽⁴⁾

في البداية لم يدرك مالكي العلامات التجارية أهمية أن يكون لهم موقع يحمل اسم علاماتهم التجارية في العالم الافتراضي يروجون من خلاله لسلع منتجاتهم ويعرضون من خلاله لخدماتهم، وعندما تفتنوا لأهمية المواقع الإلكترونية رغبوا أن يسجلوا علاماتهم التجارية كأسماء لمواقع إلكترونية لكنهم تفاجؤوا بسبق الغير لهذه العملية ووجدوا أن علاماتهم قد سجلت كأسماء لمواقع الكترونية من طرف الغير دون أن يملكو أية حقوق مشروعة على هذه العلامات، فترتب على ذلك تنازع بين العلامات التجارية وأسماء المواقع الإلكترونية، ولتحديد العلاقة بين أسماء

⁽¹⁾ مصطفى موسى العطييات، المرجع السابق، ص224.

⁽²⁾ حسام الدين عبد الغني الصغير، موضوعات عالمية جديدة في مجال الملكية الفكرية، مقال منشور على الرابط الإلكتروني wipo-ip-uni-boh-ou-2-1ppt.

⁽³⁾ حاج صدوق ليندة، المرجع السابق، ص236.

⁽⁴⁾ عصام عبد الفتاح مطر، المرجع السابق، ص241.

المواقع الالكترونية والعلامات التجارية يقتضي منا التطرق إلى تعريف العلامة التجارية وعرض أوجه الشبه والاختلاف بينهما وبين اسم الموقع الالكتروني ثم بعد ذلك التطرق إلى حالات التنازع بينهما.

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية وتمييزها عن اسم الموقع الإلكتروني

أولاً: تعريف العلامة التجارية

لقد تعددت التعريفات التي قيلت في العلامة التجارية من طرف فقهاء القانون والمشرعين، ومن التعريفات الفقهية ما يلي: **بأنها كل أثر في الشيء للدلالة عليه ومعرفته وتمييزه عن غيره وهي مشتقة من العلم بمعنى المعرفة (1) كما عرفت كذلك بأنها الإشارة التي يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز منتجاته أو بضائعه أو خدماته عن منتجات أو خدمات الآخرين (2).**

ومن بينهم المشرع الأردني حيث عرفها في المادة 02 من القانون المعدل والمتمم للعلامة التجارية الأردني رقم 34 لسنة 1999 على أنها: "أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره (3)".

وبالنسبة للمشرع الجزائري فقد عرف العلامة التجارية في المادة الثانية من الأمر 03-06 (4)، المتعلق بالعلامة التجارية كما يلي: "العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره".

ثانياً: تمييز العلامة التجارية عن اسم الموقع الإلكتروني

العلامة التجارية هي كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو وضعها لنشر هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة وعليه فإن صاحب المشروع عندما لا يستخدم علامة

(1) حمدي غالب الجغبير، العلامات التجارية الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، منشورات حلبى الحقوقية، ص41.

(2) صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، 2009، ص40.

(3) عبد الله الحسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر الأردن، ط2، 2008، ص136.

(4) الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جمادى الأولى 1429 هـ الموافق لـ 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات، ج ر، الصادرة في 23 يوليو 2003، عدد 44.

تجارية فإنه يستخدمها كأداة لتقديم منتجاته للزبائن وللمنافسة في المنتج أو الخدمة العائدة له ومنتجات وخدمات المشاريع الأخرى التي تقدم نفس المنتجات أو الخدمات وهنا يظهر دور العلامة التجارية بهذا الدور الذي تلعبه لتمييز منتجات أو خدمات مشروع عن تلك العائدة لمشاريع أخرى تنتج نفس نوع الخدمات أو المشاريع أصبح كأحدى أكثر وسائل التسويق والمنافسة⁽¹⁾، كما أصبح للعلامة التجارية أهمية في المشاريع التي تتخذ من شبكة الأنترنت مجالا لممارسة أنشطتها.

أما أسماء المواقع الإلكترونية فهي عبارة عن مجموعة من الحروف أو الأرقام أو العناوين تستخدم للدلالة على عنوان أو موقع لحاسوب يستخدمه شخص طبيعي أو اعتباري على شبكة الأنترنت لتحديد هذا الموقع وتمييزه عن المواقع الأخرى⁽²⁾، عليه ثمة سمات مشتركة بين العلامات التجارية من جهة وأسماء المواقع من جهة أخرى ذلك أن كلاهما يمثل وصف مختصر بسيط للدلالة على مصدر معين ويتفق مع اسم الموقع الإلكتروني مع العلامة التجارية أن كلا منهما يعبر عن منتج وأن هذا المنتج قد يكون سلعة أو خدمة وبالتالي فإن الوظيفة التي تؤديها العلامة التجارية في التجارة التقليدية هي نفس الوظيفة التي يؤديها اسم الموقع بالنسبة للتجارة الإلكترونية⁽³⁾، ولكي تتمتع كلا من العلامة التجارية واسم الموقع بالحماية يجب القيام بإجراءات التحليل وهنا يتقارب كلا منهما من حيث التحليل، فالتسجيل شرط متطلب للحماية.⁽⁴⁾

وعلى الرغم من أوجه التشابه بين العلامة التجارية واسم الموقع إلا أن ثمة اختلافات جوهرية بينهما ومن هذه الفروق أن الشخص الذي يتقدم بطلب تسجيل علامة تجارية إلى مصلحة التسجيل سيتم إخضاع طلبه هذا للفحص والتدقيق للتأكد من توافر شروط التسجيل⁽⁵⁾، في حين أن تسجيل اسم الموقع هو مجرد إجراءات شكلية إدارية، حيث يتم تسجيل اسم الموقع بمجرد تقديم النموذج المعد لذلك والذي هو عبارة عن عقد بين صاحب اسم

(1) عبد الباسط جاسم محمد، تنازع الاختصاص القضائي في التعاملات التجارية الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، ط1، 2014، ص15.

(2) هادي مسلم بونس، أسماء النطاق على الأنترنت وطبيعتها القانونية، المرجع السابق، ص146.

(3) كوثر مازوني، الشبكة الرقمية وعلاقتها بالملكية الفكرية، دار الجامعة الجديدة، 2008، 235-236.

(4) كوثر مازوني، الشبكة الرقمية وعلاقتها بالملكية الفكرية، نفس المرجع، ص237.

(5) وتتمثل شروط تسجيل العلامة التجارية فيما يلي: أن تكون العلامة مميزة بمعنى يجب أن يكون للعلامة ذاتية خاصة تميزها عن غيرها ومن ثم فإن العلامة تفقد تمييزها متى كانت مشابهة لعلامة سبق تسجيلها من قبل شخص آخر، وأن تكون العلامة جديدة في الإستعمال بالنسبة لذات السلعة، وأن تكون العلامة مشروعة بمعنى أن لا تخالف النظام العام أو الآداب العامة. لمزيد من التفاصيل أنظر: عصام عبد الفتاح مطر، المرجع السابق، ص 244.

الموقع الإلكتروني وبين الجهة المسؤولة عن التسجيل في كل بلد على حدى ويتم التسجيل إذا تم التأكد من عدم وجود اسم مطابق تماما للاسم المطلوب بتسجيله⁽¹⁾، وكمثال على ذلك www.obc.com لا يستطيع أي شخص آخر أن يسجل له نفس الاسم www.obc.com⁽²⁾، كما أن تسجيل العلامة التجارية مرتبط ببضائع وخدمات معينة أما بالنسبة لإسم الموقع الإلكتروني فإن تسجيله لا يكون مرتبطا بالضرورة ببضائع أو خدمات معينة فقد يكون مرتبطا بمنظمة معينة بالنسبة لأسماء مواقع هذه المنظمات على شبكة الأنترنت.⁽³⁾

الفرع الثاني: حالات التنازع بين العلامات التجارية وأسماء المواقع الإلكترونية

ترتبط المنازعات التي تثور بين مالك العلامة التجارية وصاحب اسم الموقع الإلكتروني بالنظام القانوني لأسماء المواقع الإلكترونية سواء في تسجيلها أو في طريقة استعمالها، فتسجيل واستغلال هذه الأسماء يتم بطريقة تختلف تماما عن تلك التي يعرفها قانون العلامات التجارية، وإذا تم تسجيل اسم الموقع الإلكتروني فإن هذا التسجيل يحرم الغير ويشكل تهدياً من إمكانية الحصول على نفس العنوان الإلكتروني في نفس المجال وفي كل دول العالم ولأي منتج يؤدي ذلك وبطبيعة الحال إلى إثارة المشكلات والمنازعات بين مسجلي أسماء المواقع الإلكترونية ومالكي العلامات التجارية الذين قد يسجلون في تسجيل أسماء إلكترونية تمثل علاماتهم التجارية.⁽⁴⁾

وسيتم في هذا الفرع عرض بعض حالات التنازع بين أسماء المواقع الإلكترونية والعلامات التجارية:

أولاً: تسجيل اسم موقع الكتروني متطابق مع علامة تجارية

يعد هذا النوع من أكثر الاعتداءات شيوعاً خصوصاً في فترة انتشار الأنترنت، ومن العوامل التي ساعدت على انتشار هذه الاعتداءات هي عدم الوضوح في القواعد القانونية القائمة التي تتناول مواضيع أسماء المواقع الإلكترونية باعتبارها مفهوماً جديداً على الواقع القانوني وقصور القواعد القانونية التي تحمي العلامات التجارية التي تتطلب شروطاً صعبة لإضفاء الحماية على هذه العلامات في حال الاعتداء عليها من قبل أسماء المواقع

(1) صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص 65.

(2) فاتن حسين حوى، المرجع السابق، ص 70.

(3) فاتن حسين حوى، نفس المرجع، ص 71.

(4) عصام عبد الفتاح مطر، المرجع السابق، ص 252.

الإلكترونية وأنظمة تسجيل الأسماء الإلكترونية التي لم تراعى حقوق الأطراف الأخرى عند تسجيل الأسماء الإلكترونية.⁽¹⁾

وقد صدرت أحكام عديدة تدين إعتداء الموقع الإلكتروني على العلامة التجارية المسجلة مسبقاً قبل تسجيل الموقع الإلكتروني، ومن أمثلة ذلك القضية التي ثار فيها النزاع حول الموقع الإلكتروني المسجل باسم (sonytelivision.com) حيث قدمت الشكوى من طرف شركة sony بسبب تسجيل الموقع (sonytelivision.com) واستخدامه لعرض شاشات لشركات منافسة والحصول على مكاسب تجارية من خلال عرض الإعلانات لسلع وخدمات تتنافس مع خدمات مقدم الشكوى وهو ما إتضح للجنة التي عرض عليها النزاع والتي رأت أن المدعى عليه قد حقق مكاسب تجارية من خلال هذا الموقع وهو دليل على سوء النية كما أن هذا الفعل قد أدى إلى خلط في ذهن المستهلكين، فقررت اللجنة التي نظرت في النزاع في قرارها الصادر في 2008/07/14 بنقل اسم الموقع الإلكتروني إلى مقدم الشكوى وهي شركة sony.⁽²⁾

ثانياً: تسجيل اسم موقع إلكتروني متشابهة مع علامة تجارية

يقوم الشخص في هذه الحالة بتسجيل اسم موقع متشابه مع علامة تجارية ويكون ذلك بإدخال تعديل طفيف على إحدى حروف العلامة التجارية أو الطريقة التي تكتب بها.⁽³⁾

ومن القضايا التي تجسد هذه الصورة قرار مركز التحكيم والوساطة التابع للويبو⁽⁴⁾، حيث قامت شركة nike لصناعة مستلزمات الرياضة ومالكة العلامة التجارية المشهورة nike بالاعتراض على تسجيل العناوين الإلكترونية التالية من قبل شركة cristal international وهي: women.com و nikeschop.org و inike.net والتي حكمت المحكمة فيها بنقل ملكية هذه العناوين الإلكترونية إلى شركة nike.⁽⁵⁾

⁽¹⁾ مصطفى موسى العطيّات، المرجع السابق، ص 194-195.

⁽²⁾ wipo arbitration and mediation center administrative panel decision sony corporation v. domain privacy servis and st. kitts registry case no- d2008.0795.

موجود على الرابط الإلكتروني: <http://www.wipo.int/amc/en/domains/html/2008/d20>

⁽³⁾ فائق حسين حوى، المرجع السابق، ص 178.

⁽⁴⁾ حيث اعتمد مركز الويبو للتحكيم والوساطة أسلوباً لتسوية المنازعات الإلكترونية لا سيما المتعلقة بأسماء المواقع الإلكترونية. أنظر: مركز الويبو للتحكيم والوساطة، سبل تسوية المنازعات في القرن الحادي والعشرون، المرجع السابق، ص 18.

⁽⁵⁾ مصطفى موسى العطيّات، المرجع السابق، ص 205.

ثالثاً: تسجيل اسم موقع الكتروني يحتوي على علامة تجارية مع إضافة عبارات إزدراء

يتضمن مضمون هذه الحالة في قيام أحد عملاء الشركة السابقين بالتعبير عن إزدرائه أو كراهيته لإحدى المنتجات أو الخدمات التي تقدمها الشركة فيقوم بتسجيل العلامة التجارية للشركة مع إضافة عبارة أو كلمة تعبر عن موقفه وشعوره اتجاه الشركة، ومن تطبيقات هذه الحالة، القضية رقم (1195-2001د) التي عرضت على مركز الويبو للتحكيم والوساطة والتي قام فيها المسجل بتسجيل العنوان الإلكتروني www.philipssuks.com الذي يتكون من العلامة التجارية Philips مع إضافة كلمة ثانية suks وقد قرر الفريق المكلف بالنظر في القضية



(1) عصام عبد الفتاح مطر، المرجع السابق، ص 261.

خاتمة:

إن موضوع تأثير التكنولوجيا الحديثة على التحكيم هو من المواضيع القانونية الحديثة والهامة وقد خالصنا من خلال دراستنا لهذا الموضوع إلى جملة من النتائج والتوصيات نوجزها فيما يلي:

أولاً: النتائج:

- لقد سهل التطور العلمي على ظهور أسلوب جديد يعمل على تسوية المنازعات الناشئة عن معاملات التجارة الإلكترونية ويتمثل هذا الأسلوب الجديد في التحكيم المنعقد بالوسائل الإلكترونية الحديثة.

- التحكيم الإلكتروني من الأساليب التي تتميز بالسرعة والتي تساهم في حل النزاعات بصورة فعالة.

- إن التحكيم الذي ينعقد بواسطة الوسائل التكنولوجية الحديثة لا يختلف عن التحكيم التقليدي إلا من خلال الوسيلة الإلكترونية المستعملة.

- لقد تفاقمت ظاهرة الاعتداء على العلامة التجارية بالوسائل التقنية الحديثة إلى قيام المنظمة العالمية للملكية الفكرية بتنظيم أحكام خاصة للمنازعات القائمة بين مالكي العلامات التجارية وأسماء المواقع الإلكترونية وذلك عن طريق مركز التحكيم والوساطة التابع لها.

ثانياً: التوصيات:

- نوصي أن يقوم المشرع الجزائري بتنظيم عملية التحكيم الإلكتروني وضبطها من حيث بيان إجراءاته وطريقة اصدار الأحكام.

- وبما أن التحكيم الإلكتروني والذي فرضته التطورات التكنولوجية أصبح يشكل حتمية على جميع الدول، فنوصي بعقد دورات متخصصة بإعداد محكمين تكون لهم القدرة على استخدام التكنولوجيا الحديثة.

قائمة المراجع:

- أزوار محمد، مسعودي يوسف، الوساطة الإلكترونية كآلية لتسوية منازعات الاستهلاك المبرمة بوسائل إلكترونية، المجلة الإفريقية للدراسات القانونية والسياسية، العدد 2، المجلد 2، 2018.
- الأمر رقم 06-03 المؤرخ في 19 جمادي الأول 1429 هـ الموافق لـ 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات، ج 2، عدد 44.
- بن زائيم سليمة، تسوية المنازعات الناشئة عن براءة الاختراع، رسالة دكتوراه جامعة الجزائر، كلية الحقوق، 2016.
- تومي هجيرة، التحكيم الإلكتروني كتجربة لتطوير آليات التحكيم، مجلة صوت القانون، العدد السابع، الجزء الثاني، 2017.
- حاج صدوق ليندة، أسماء المواقع الإلكترونية بين التقنية والقانونية، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، العدد 2، المجلد الرابع، 2018.
- حسام الدين عبد الغني الصغير، موضوعات عالمية جديدة في مجال الملكية الفكرية، مقال منشور على الرابط الإلكتروني.
- حمدي غالب الجغبير، العلامات التجارية الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، منشورات حلبي الحقوقية.
- خالد ممدوح ابراهيم، التحكيم الإلكتروني في عقود التجارة الدولية، دار الفكر الجامعي، ط1، 2009.
- رجاء نظام حافظ بني شمس، الإطار القانوني للتحكيم الإلكتروني، دراسة مقارنة، ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا، 2009.
- سيف الدين إلياس حمدتو، التحكيم الإلكتروني، مجلة العلوم القانونية، عدد 03، 2011.
- شريف محمد غنام، حماية العلامة التجارية عبر شبكة الأنترنت، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2016.
- شول بن شهر، حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، عدد 03، 2008.
- صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، 2009.
- عبد الباسط جاسم محمد، تنازع الاختصاص القضائي في التعاملات التجارية الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، ط1، 2014.
- عبد الله الحسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر الأردن، ط2، 2008.

- عصام عبد الفتاح مطر، التحكيم الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، 2009.
- فانتن حسين حوى، المواقع وحقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2010.
- قانون رقم 05-18 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439هـ الموافق ل10 ماي سنة 2018م والمتضمن التجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية عدد 28، الصادر بتاريخ، 16 ماي 2018.
- كمال فنيون، مجلة المحكمة العليا، عدد خاص حول الطرق البديلة لحل النزاعات، الوساطة والطعن والتحكيم، قسم الوثائق، 2009.
- كونا مازوني، الشبكة الرقمية وعلاقتها بالملكية الفكرية، دار الجامعة الجديدة، 2008.
- كونا مازوني، الشبكة الرقمية وعلاقتها بالملكية الفكرية، دار الجامعة الجديدة، 2008.
- محمد أمين التورقي، النظام القانوني للتحكيم الالكتروني، دار الكتب القانونية، مصر، 2008.
- محمد حودي، إجراءات التحكيم الالكتروني في العقود التجارية الدولية، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، العدد 1، المجلد الخامس، 2019.
- مصطفى موسى العطيات، الجوانب القانونية لتعاملات التجارة الالكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2011.
- هادي مسلم يونس، إجراءات وقواعد تسجيل وحماية أسماء النطاق لمواقع الأنترنت، مجلة الرافدين للحقوق، العدد 26، 2005.
- هادي مسلم يونس، أسماء النطاق على الأنترنت وطبيعتها القانونية، مجلة الرافدين الحقوقية، عدد 25، 2005.
- هند عبد القادر سليمان، دور التحكيم الإلكتروني في حل منازعات التجارة الإلكترونية، مداخلة من المؤتمر المغربي الأول حول المعلوماتية والقانون، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس، ليبيا، 2009.
- David rene, l'arbitrage dans le commerce international, paris, economica, 1982.
- bouhafs nanaa, épouse djellab, les nouveaux horizons de la médiation et la conciliation aux termes de la loi ne 08-09, revue elmofaker, N° 14.
- joyes A, op, it.

- Joyec A, guide de l'OMPI sur les modes extrajudiciaires de règlement des litiges (méthodes ADR) à destination des offices de propriété intellectuelle et des tribunaux, 2018.
- wipo arbitration and mediation center administrative panel decision sony corporation v. domain privacy servis and st. kitts registry case no-d2008.0795.
- <http://www.wipo.int/amc/en/domains/html/2008/020>
- <http://arbiter.wipo.int4>.
- wipo-ip-uni-boh-ou-2-1ppt

