

حل و فصل اختلافات در صورت تعارض حق مکتسبه

ناشی از علامت تجاری و دامنه اینترنتی

(تاریخ دریافت ۱۴۰۳/۰۲/۱۷، تاریخ تصویب ۱۴۰۳/۰۳/۲۶)

الهه دورودیان

دانش آموخته کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب

دکتر تهمینه عدالت جو^۱

هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب

دکتر امیر قیصرزاده

مدرس دانشگاه آزاد اسلامی

دکتر حسین نوروزی

هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب

چکیده

حق بر نام دامنه یکی از دستاوردهای نوین حقوقی در قلمرو فضای مجازی میباشد و نظام حقوقی ایران، آن را حق مالی، خصوصی، دینی، قابل تملکیت و منقول میداند. در این خصوص چالشها و تعارضات مختلفی وجود دارد که نظام حقوقی ایران سعی نموده است با روشهای قضایی و روشهای جایگزین در حل و فصل اختلافات، آنها را حل و رفع نماید. در این پژوهش به روش توصیفی-تحلیلی و با هدف بررسی «رویکرد نظام حقوقی در خصوص حقوق مکتسبه نام دامنه و علامت تجاری و حل و فصل اختلافات در صورت تعارض حق مکتسبه ناشی از ثبت آنها»، پرداخته شده است و نتیجه گیری شده است که رویکرد نظام حقوقی در خصوص رسیدگی به تعارضات و چالشها در خصوص نام دامنه، انتخاب دومین روش (روشهای جایگزین در حل و فصل اختلافات) را که هم مقبولیت و کارایی بیشتری دارد و هم به دلایل تاریخی، جایگاه والاتری یافته است، میباشد. شناسایی

^۱ نویسنده مسئول

این قبیل چالش‌ها و یافتن راهکارهای مقابله با آن، نیازمند بررسی همه جانبه موضوع و تحلیل ابعاد مختلف آن است که نظام حقوقی ایران در این قلمرو بدان پرداخته است.

واژگان کلیدی: دامنه اینترنتی، حل و فصل اختلافات، چالش حقوقی، حقوق ایران

مقدمه

در دهه‌های اخیر، جنبه تجاری اینترنت به سرعت توسعه یافته است. امروزه صفحات وب توسط شرکت‌ها به منظور ارائه اطلاعات در مورد محصولات و خدماتشان به شیوه‌ای بسیار مفیدتر از آنچه از طریق یک تبلیغ معمول و سنتی انجام می‌شد، مورد استفاده قرار می‌گیرد. همچنین شمار روزافزونی از مصرف‌کنندگان و مشتریان، کالاها و خدمات مورد نیاز خود را از طریق وبسایت‌ها و تارنماهای فعال در آن حوزه سفارش داده و دریافت می‌نمایند. فروش اینترنتی برای طرفین رابطه قراردادی مزایای قابل توجهی داشته و لذا از پتانسیل رشد بالایی برخوردار است. طریق معمول دستیابی مشتری به صفحات وب فروشنده معمولاً بدین طریق است که وی نام یا علامت تجاری ارائه‌کننده کالا یا خدمات را به همراه دامنه سطح بالای دات کام ترکیب نموده و بدین ترتیب سعی در ورود به موقعیت مجازی فروشنده می‌نماید. غالباً بدین طریق تارنمای متعلق به فروشنده قابل دسترسی خواهد بود. اگر بدین ترتیب موفقیتی در یافتن فروشنده حاصل نشد، مصرف‌کننده با استفاده از موتور جست‌وجو سعی در یافتن وبسایت فروشنده خواهد کرد. بدین ترتیب که کلمه‌ای از نام یا علامت تجاری متعلق به فروشنده را در صفحه جست‌وجو وارد نموده و از بین صدها نتیجه ارائه‌شده سعی در یافتن صفحه مورد نظر خود می‌نماید. چنین جست‌وجویی چندان نتیجه دلخواه را برای مصرف‌کننده و تاجر دارنده علامت تجاری خاص به همراه نخواهد داشت.



در نتیجه بسیاری از تجار تمایل دارند که نام دامنه‌ای شامل علامت تجاری خود را ثبت نموده و از مزیت سهولت در شناخته شدن و به یاد ماندن در فضای سایبر بهره‌مند گردند. تا همین اواخر، دریافت نام دامنه با دامنه سطح بالای دات کام فقط از طریق شبکه راه‌حل‌های اینک^۱ قابل دریافت بود که مطابق اصل (تقدم در تقاضا، تقدم در حق) اقدام به ثبت نام دامنه بنا بر درخواست متقاضی می‌نمود. به مرور زمان شرکت‌ها و تجار متوجه ارزش اقتصادی نام دامنه شدند و هم‌زمان برخی از ایشان دریافتند که علامت تجاریشان توسط ثالث به‌عنوان نام دامنه مورد ثبت قرار گرفته است. لذا در نتیجه اقامه دعوی تجار علیه مدیریت ثبت نام دامنه در آمریکا، شیوه‌نامه حل اختلاف نام دامنه در ۱۹۹۵ توسط مرجع مزبور مورد تصویب قرار گرفت که همه ثبت‌کنندگان نام دامنه مکلف به رعایت آن شدند. سپس نهاد دیگری تحت عنوان شرکت اینترنتی برای اسامی و اعداد اختصاص داده شده معروف به ICANN که در ۱۹۹۸ تأسیس و شروع به فعالیت در این حوزه بر اساس قاعده سنتی تقدم در تقاضا، تقدم در حق نمود و در نتیجه عدم نظارت کافی، پدیده سایبراسکاتینک که ثبت نام دامنه هم‌سان با علامت تجاری غیر بود وارد عالم حقوق، تجارت و فضای سایبر شد. بروز اختلافات متعدد در حوزه ثبت نام دامنه، شرکت ICANN را به سمت تدوین قواعدی متحدالشکل جهت حل اختلافات مذکور سوق داد و در نهایت مقررات متحدالشکل حل و فصل اختلافات مربوط به نام دامنه معروف به UDRP در سال ۲۰۱۳ مورد تصویب هیئت مدیره آن قرار گرفت که امروزه مبنای رسیدگی و صدور رأی در خصوص دعاوی راجع به نام دامنه مطروحه در مرکز میانجیگری و داوری وایپو نیز می‌باشد.^۲ اگرچه دعاوی زیادی در این باره در مرکز داوری وایپو و بر اساس قواعد و مقررات مذکور حل و فصل

^۱ Network Solutions, Inc. ("NSI")

^۲ اسلامی‌پناه، علی؛ تقی‌زاده، کاملق، پدیده غصب سایبری و طرق حل اختلاف مربوط بدان؛ با تمرکز بر سیاست متحدالشکل حل و فصل اختلافات نام دامنه، فصلنامه‌ی پژوهشی، دوره‌ی ۸۷، ش. ۱۲۱، ص ۴۸

شده است، اما دسته‌ای دیگر از مدعیان و دارندگان علامت تجاری دعاوی خود را در مراکز داوری واقع در کشور خویش و مطابق مقررات ملی ایشان مطرح و حل و فصل می‌نمایند. با توجه به اهمیت موارد مطرح شده در این پژوهش به روش توصیفی-تحلیلی سعی در بررسی حل و فصل اختلافات در صورت تعارض حق مکتسبه ناشی از ثبت علائم تجاری و دامنه‌ی اینترنتی خواهد شد.

بخش اول: مفهوم حقوقی نام دامنه

رایانه‌هایی که در شبکه جهانی اینترنت به یکدیگر متصل هستند را می‌توان به دو دسته کلی تقسیم کرد دسته اول که بخش کوچکتری را تشکیل می‌دهند رایانه‌هایی هستند که به عنوان میزبان، خدماتی را به کاربران ارائه می‌دهد این خدمات شامل ارائه اطلاعات، پخش موسیقی، نمایش تصاویر و یا ارائه فضایی به کاربر جهت اشتراک اطلاعات شخصی و ... می‌باشد. دسته دوم رایانه‌های خدمات گیرنده^۱ هستند که فضایی برای ارائه خدمات به دیگر کاربران و رایانه‌ها در اختیار ندارند در هر صورت هر رایانه‌ای که به اینترنت متصل می‌شود برای آنکه بتواند اطلاعاتی دریافت و یا ارسال کند باید از پروتکل یکنواخت ارسال و دریافت اطلاعات^۲ استفاده کند. این پروتکل به گونه‌ای طراحی شده است که برای هر رایانه‌ای که به اینترنت متصل می‌شود یک کد عددی منحصر به فرد اختصاص می‌دهد^۳ این کد در واقع هم نام رایانه‌ای است که به اینترنت متصل شده و معرف آن و هم آدرسی است که پروتکل از آن برای ارسال و یا دریافت اطلاعات استفاده می‌کند این کد، عددی ۳۲ بیتی است که شامل چهار گروه عددی است که هر گروه با یک نقطه از گروه دیگر متمایز می‌شود هر یک از این گروه‌های ۸ بیتی می‌توانند بزرگتر از عدد ۲۵۶ باشند. به عنوان مثال این کد می‌تواند به این شکل باشد^۱:

^۱ شمس، عبدالحمید (۱۳۹۲)، حقوق مالکیت بر علائم تجاری و صنعتی، تهران: انتشارات سمت، ص ۵۴



«۶۳.۷۰.۱۶۲.۱۶۸» اعداد ابتدایی این کد به مسیریاب‌ها نشان می‌دهند که آدرس متعلق به کدام شبکه محلی است و اعداد پایانی نشان دهنده رایانه منحصر به فردی است که مورد نظر می‌باشد. در مورد رایانه‌های خدمات گیرنده، این کد عددی طولانی، مشکلی ایجاد نمی‌کند زیرا قرار نیست سایر کاربران به رایانه وی رجوع کرده و یا خدماتی از آن دریافت کنند و در نتیجه لازم نیست که سایر کاربران این عدد طولانی که در حکم آدرس رایانه است بخاطر بسپارند و یا آن را در مرورگر خود تایپ کنند. اما در مورد رایانه‌هایی که ارائه دهنده خدمات هستند و سایر کاربران نیاز دارند به اطلاعات موجود در آن دسترسی پیدا کنند قضیه متفاوت است زیرا در این حالت، سایر کاربران باید آدرس^۱ آن رایانه را به خاطر داشته باشند که بتوانند با استفاده از آن و تایپ آدرس در مرورگر خود، به رایانه ارائه دهنده خدمات دسترسی پیدا کنند مسلماً بخاطر سپردن و استفاده از اعداد طولانی برای انسان برخلاف رایانه کاری دشواری است. انسان‌ها ترجیح می‌دهند که حروف و نام‌ها را بخاطر بسپارند تا اعداد طولانی را. برای حل این معضل، سامانه‌ای طراحی شده که کار آن تبدیل آدرس‌های عددی به آدرس‌های متنی بود بدین ترتیب که به هر یک از رایانه‌های ارائه دهنده خدمات یا همان رایانه‌های میزبان، نام یا آدرسی متنی که شامل حروف و یا اعداد انتخابی و یا ترکیبی از آنها بود اختصاص داده شد. کاربران برای دسترسی به رایانه‌های میزبان می‌توانستند نام همان آدرس متنی را در مرورگر خود تایپ نمایند. سامانه مذکور به طور خودکار نام تایپ شده را به کد عددی آی پی تبدیل می‌کنند. این سامانه، سامانه نام دامنه^۲ و این نام یا همان آدرس متنی، نام دامنه نام گرفت. سامانه نام دامنه توسط

^۱ IP Code

^۲ Doman Name System= DNS

نهادهی به نام نهاد اعداد اختصاص داده شده اینترنتی^۱ اداره می‌شود.

بند اول: کارکرد نام دامنه

با لحاظ مطالب فوق‌الذکر مشخص می‌گردد که نام دامنه دارای کارکردی دوگانه است از یک سو نام دامنه همچون نشان و آدرس رایانه میزبان بوده و سایر کاربران را در جهت اتصال به آن رایانه رهنمون می‌سازد بدین صورت که کاربران با تایپ نام دامنه در مرورگر خود با استفاده غیر مستقیم از سامانه نام دامنه^۲ آدرس رایانه میزبان را ردیابی کرده و به اطلاعات آن دسترسی پیدا می‌کنند. در واقع نام دامنه با این نقش خود، امکان برقراری ارتباط در شبکه را تسهیل می‌نماید^۳. اما نام دامنه صرفاً یک نشانی نیست بلکه با گسترش روز افزون استفاده از اینترنت و ارزش افزوده فراوانی که از ارائه خدمات در این عرصه عاید ارائه دهندگان خدمات می‌شود، نام دامنه کارکرد مهم دیگری نیز یافته است. نام دامنه معرف و نشان دهنده اعتبار رایانه میزبان نیز هست. در حال حاضر استفاده از خدمات و اطلاعات در قالب وب^۴ محبوبیت فراوان پیدا کرده است و سایر فرمت‌های ارائه اطلاعات از جمله اف تی پی یا گوفر بیشتر جنبه تخصصی و فنی یافته است، لذا اکثر رایانه‌های میزبان نیز اطلاعات خود را در قالب وب به مخاطبان ارائه می‌نمایند و از این جهت رایانه میزبان را پایگاه وب می‌نامند نام دامنه نه تنها آدرسی برای این پایگاه‌های محبوب محسوب می‌شود بلکه به عنوان یک نشان و نام، معرف شدت و

^۱ Internet Assigned Numbers Authority

^۲ DNS

^۳ صادقی، حسین (۱۳۸۵)، نام‌های دامنه و مسئولیت مدنی ناشی از نقض علامت تجاری، فصلنامه‌ی دیدگاه‌های حقوقی، ش. ۴۱، ص ۱۵

^۴ وب شکل و فرمت خاص ارائه اطلاعات است در این فرمت، اطلاعات چند رسانه‌ای به صورت صفحات به هم پیوسته و چند لایه ارائه می‌شود بگونه‌ای که کاربر به راحتی می‌تواند برای بدست آوردن اطلاعات بیشتر راجع به یک موضوع به لینک یا پیوند آن در یک صفحه کلیک کرده و به صفحه دیگری که حاوی اطلاعات مربوطه است وارد شود.

کیفیت خدمات پایگاه وب و متمایز کننده آن از سایر رقباست. به بیان دیگر کارکرد دیگر نام دامنه همچون کارکرد علامت تجاری است که منشأ و کیفیت کالاها یا خدمات را از یکدیگر متمایز می‌نماید. از این رو با توجه به خصیصه بدون مرز بودن اینترنت و تعداد فراوان کاربران آن در سرتاسر دنیا، نام دامنه نسبت به دیگر شناسه‌ها دارای ارزش اقتصادی افزونتری است.^۱

بند دوم: ماهیت حقوقی نام دامنه

در خصوص ماهیت حقوقی نام دامنه اینگونه می‌توان نتیجه گرفت که: نام دامنه مال تلقی می‌شود چرا که عرفاً دارای ارزش اقتصادی است حتی اگر مفاد آی پی و سایت موضوع آن به امور غیر تجاری و غیر انتفاعی اختصاص یافته باشد خود نام دامنه به سبب انحصاری بودن آن مال تلقی می‌شود هر چند ارزش اقتصادی آن گاهی نوعی نبوده و صرفاً در رابطه میان انتقال دهنده و انتقال گیرنده نام دامنه وجود داشته باشد بر همین اساس در خصوص نام دامنه یکی از دلایل ارائه شده مبنی بر مال بودن آن، شناسایی آن به عنوان مال (حق مالی) از سوی عرف اجتماع می‌باشد. در حقوق ایران و فقه امامیه اموال به چهار دسته عین، منفعت، دین و حق مالی تقسیم شده است.^۲ حق مالی که قسمی از اموال است خود به دو شاخه حق عینی و حق دینی تقسیم می‌شود. حق عینی حقی است که شخص به صورت مستقیم بر مالی پیدا می‌کند و در مقابل همگان قابل استناد است بدین معنی که همگان مکلف به رعایت حدود این حق می‌باشند. البته این قسم از حق نیز بعنوان یک واقعیت و پدیده حقوقی در مقابل دیگران نیز قابل استناد است لیکن اجرای آنرا از مدیون (یا قائم مقام او در موارد مصرح) می‌توان درخواست کرد. برخی از نویسندگان مدعی شده‌اند که علیرغم کارا بودن و درست بودن

^۱ WIPO, The Management of Internet Names and Addresses: Intellectual Property Issues, WIPO Publication, Geneva, ۲۰۰۷

^۲ کاتوزیان (۱۴۰۱)، پیشین، ص ۱۳

تقسیم حقوق به دو شاخه عینی و دینی این تقسیم بندی در برخی از مصادیق جامعیت لازم را نداشته و نمی‌تواند بنحو کامل این مصادیق خاص مثل حقوق مالکیت فکری را تحت پوشش قرار دهد. این دسته از حقوق از یکسو همچون حق عینی در برابر همگان قابل استناد است و طرف آن شخص معین (مدیون) نمی‌باشد لیکن عینی دانستن این دسته از حقوق را متضمن این اشکال تلقی کرده‌اند که موضوع و محل استقرار آن عین مادی و خارجی نیست. لذا برای رفع این نقص تقسیم بندی پیشنهاد شده است که دسته دیگری در کنار این دو دسته، تحت عنوان حقوق مالکیت فکری اضافه شود.^۱

براساس آنچه گفته شد و با این فرض که بتوانیم حق بر نام دامنه را قسمی از حقوق مالکیت فکری بدانیم، لذا طبق این نظریه حق مزبور، نه حق عینی است و نه حق دینی، بلکه حق معنوی (حق مالکیت فکری) است.^۲ نظریه قابل طرح دیگر اینست که هرچند هیچ یک از صور و اقسام حقوق مالکیت فکری از یکسو همه ویژگی‌های حق عینی را ندارد و از سوی دیگر با خصوصیات حق دینی نیز تطابق کامل ندارد، لیکن از آنجا که در موارد تردید در عینی یا دینی بودن یک حق اصل بر دینی بودن رابطه است (چون برای افراد کمتری ایجاد تکلیف می‌کند و لذا باید به قدر متیقن اکتفا کرد) و عینی بودن حق خلاف اصل است که احتیاج به دلیل دارد لذا با رجوع به اصل، حق بر نام دامنه (و بطور کلی حقوق مالکیت فکری) را در زمره حقوق دینی قرار می‌دهیم و آثار حق دینی را بر آن بار کنیم.^۳ براساس تحلیل اولیه‌ای که از روابط حقوقی طرفین نام دامنه دیدیم تقریباً نیازی به تحلیل جدید نیست تا حق بر نام دامنه را حق دینی تلقی کنیم.

^۱ صادقی (۱۳۸۵)، پیشین، ص ۱۸

^۲ همان، ص ۲۳

^۳ کاتوزیان (۱۴۰۱)، پیشین، ص ۲۴

بند سوم: قابلیت انتقال ارادی و قهری نام دامنه

انتقال نام دامنه که انتقال حقوقی در خصوص دارنده نام دامنه میباشد به دو صورت اتفاق می افتد، ارادی و قهری.

۱. انتقال ارادی

منظور از انتقال نام دامنه در واقع انتقال حقوقی است که دارنده نام دامنه نسبت به آن دارد. انتقال این حقوق همچون سایر حقوق شناخته شده، نیازمند وجود سبب قانونی است در انتقال ارادی یعنی انتقالی که با قصد و رضای دارنده آن صورت می پذیرد اصولاً سبب انتقال قرارداد است اما برخلاف سایر قراردادهای که اصل بر رضایی بودن آنهاست، در خصوص نام دامنه با توجه به قواعد مورد عمل آیکن و سایر مراجع ثبت نام دامنه باید دانست که قراردادهای مربوط به انتقال نام دامنه قراردادی تشریفاتی محسوب می گردد. زیرا تا هنگامی که تشریفات مربوط به آن انجام نشده است، نمی توان برای قرارداد انتقالی نام دامنه، اثری حقوقی قائل شد از طرف دیگر این نکته نیز شایان ذکر است که در حال حاضر امکان عملی انتقال یک طرفه نام دامنه در قالب ارتقاء وجود ندارد. برای آنکه حقوق دارنده یک نام دامنه انتقال یابد، دارنده نام دامنه و انتقال گیرنده می بایست «تشریفات قرارداد تعویض اسم متقاضی ثبت»^۱ را رعایت نموده و اقدام به انتقال نمایند پس از رعایت این تشریفات، مرجع ثبت، جهت تأیید دوباره انتقال و بعنوان بخشی از تشریفات یک پیام الکترونیکی به نشانی الکترونیکی واگذار کننده نام دامنه (که اطلاعات وی در بانک اطلاعات هوایز موجود است) ارسال می کند و از او می خواهد که انتقال نام دامنه را به شخص جدید تأیید نماید^۲ پس از این تأیید است که آثار قرارداد انتقال

^۱ Registrant Name change Agreement Process

^۲ اصلانی (۱۳۹۰)، پیشین، ص ۲۰۳

نام دامنه که موسوم به قرارداد ان. اس آی^۱ است جاری می‌شود. طبق قرارداد ان. اس آی انتقال دهنده ۱۴ روز مهلت دارد که اقدام به تأیید نماید پس از اینکه انتقال دهنده، فرایند انتقالی را تأیید نمود، نام متقاضی ثبت اولیه (انتقال دهنده) از سرویس دهنده میزبان^۲ حذف شده و نام دامنه به نام انتقال گیرنده ثبت می‌شود.^۳ در این مرحله اطلاعات شخص دارنده جدید در بانک اطلاعاتی ثبت می‌شود. به جز این روش، از لحاظ عملی هیچ راه دیگری برای انتقال ارادی حقوق مربوط به نام دامنه وجود ندارد. شایان ذکر است انتقال گیرنده براساس قرارداد یکنواخت ان. اس آی می‌پذیرد که آیین نامه حل و فصل اختلافات آیکن در خصوص تمامی اختلافات مربوط به نام دامنه که از سوی هر شخص حقیقی یا حقوقی مطرح شد، از طرف دیگر حاکم باشد. در واقع یکی از شروط اساسی این قرارداد، شرط داوری یاد شده است. از طرف دیگر مقام ثبت کننده که در مقابل متقاضی نسبت اولیه تعهداتی را برعهده گرفته با تأیید قرارداد انتقال، می‌پذیرد که تعهدات مذکور را در مقابل انتقال گیرنده نیز اجرا نماید این تعهدات عبارتند از اینکه نام دامنه ثبت شده را به انتقال گیرنده اختصاص می‌دهد، سرور مدیریت کننده نام‌های دامنه را اداره کند پایگاه داده‌های WHOIS را به روز نگه دارد و هر نام دامنه را به آی. پی مربوطه پیوند دهد بنحوی که با وارد کردن نام دامنه، رایانه‌ای که آن آی پی بدن اختصاص یافته، بازیابی شود.

۲. انتقال قهری

«انتقال قهری انتقالی است که بدون خواست و اراده انشایی حداقل یکی از دو طرف انتقال واقع می‌شود و بر دو قسم است ارث و توقیف^۴ هر چند در واقع

^۱ NSI Network service Agreement

^۲ Host server

^۳ همان، ص ۲۰۴

^۴ همان



توقیف، خود مقدمه انتقال قهری است مع الوصف عرفاً عنوانی جامع برای اقسام مختلف چنین انتقالی تلقی می‌شود و ما نیز از باب شیوع عرفی آن را در همین معنا مورد استعمال قرار داده‌ایم ذیلاً اثر هر یک از این دو را در خصوص نام دامنه مورد بررسی قرار می‌دهید. یک حالت آن به طریق ارث است. مطابق یک اصل پذیرفته شده در همه نظام‌های حقوقی اموال (اعم از حقوق عینی و دینی، ملموس و غیر ملموس) بجا مانده از متوفی (ماترک) به وراث وی تعلق خواهد داشت. هر چند مصادیق وراث و سهم هر یک از ایشان از ماترک و نحوه ارث بری هر یک در هر نظام حقوقی ممکن است تفاوت‌هایی با نظام‌های حقوقی دیگر داشته باشد لیکن اصل سببیت واقعه مرگ در تحقق ارث مورد وفاق است. حالت دوم بر اساس توقیف نام دامنه است. «براساس قرارداد اولیه منعقدۀ توسط متقاضی نام دامنه با مرجع ثبت نقل و انتقال اجباری مالکیت و حقوق مالکانه دارنده نام دامنه توسط بستانکاران وی، ممنوع است. در واقع مطابق این حکم قراردادی، هرگونه تلاش بستانکاران به منظور تملک حقوق مربوط به نام‌های دامنه خواه این تملک حقوق از طریق حکم توقیف اموال و یا وصول مالیات و غیره باشد موجب می‌شود که آن. اس. ای بتواند قرارداد ثبت نام دامنه را باطل نماید. براساس این بند از قرارداد ثبت نام دامنه دارنده نام دامنه می‌تواند حقوق خود را به هر شخصی که بخواهد انتقال دهد ولی اگر بستانکاری بخواهد برای مطالبه طلب خود، نام دامنه متعلق به او را (که ممکن است ارزش مالی بسیار بالایی هم داشته باشد) توقیف کرده و بفروشد و مطالبات خود را از محل وجوه حاصل تحصیل کند (یا آن را خود بعوض طلبش تملک کند) از چنین حقی محروم است. این وضعیت در حقوق داخلی قابل مقایسه با فروش اجباری حق کسب و پیشه (موضوع قانون روابط موجر و مستأجر ۱۳۵۶) از سوی دیان است که بنا به نظر غالب، موجب از بین رفتن نصف ارزش آن در صورت تقاضای مالک ملک خواهد شد هر چند در فرض

حاضر اصل تأثیر چنین شرطی که علی‌الفرض فقط میان طرفین معتبر است به شدت مورد تردید است. علیرغم حکم ممنوعیت انتقالات برای جبران طلب دیان، مراجع ثبت و دارندگان نام دامنه در یک فرض خاص باید به انتقال قهری تن در دهند. مطابق مقررات آیین نامه حل و فصل اختلاف، دیوان دآوری یا دادگاه صالح می‌تواند در صورت تجاوز دارنده نام دامنه به حق بر علامت تجاری شخص ثالث، به انتقال اجباری نام دامنه حکم دهد و تمام مراجع ثبت تأیید شده توسط آیین نامه نیز موافقت نموده‌اند که چنین احکامی را اجرا نمایند^۱.

بخش دوم: تعارضات حقوقی نام دامنه

مرجع ثبت نام دامنه در هنگام ثبت نام دامنه به نام متقاضی، بررسی جامعی در خصوص تعارض حقوقی که با ثبت نام دامنه برای متقاضی ایجاد می‌شود با سایر حقوقی که بیش از آن طبق قوانین دیگر برای اشخاص ثالث ایجاد شده است انجام نمی‌دهد. به بیان دیگر در ثبت نام دامنه، مرجع ثبت ملزم به بکارگیری نظام پیش آزمایی نیست از این رو بسیار محتمل است که ثبت نام دامنه بتواند به حقوق اشخاص ثالث تجاوز نماید ولی در هر صورت پس از ثبت نام دامنه، اشخاص ثالثی که مدعی‌اند به حقوق آنان تجاوز شده است هم طبق قواعد عمومی حقوقی و هم طبق مقررات سیاست‌نامه حق دارند با مراجعه به مرجع صالح (اعم از قضایی یا دآوری) تقاضای ابطال نام دامنه معارض یا انتقال آن را مطرح کرده و حکم مطلوب را اخذ نمایند (حل و فصل اختلاف مربوط به نام دامنه در مبحث بعدی به صورت مبسوط مورد بحث واقع شده است). در این مبحث به بررسی صور مختلف تعارض حقوقی مربوط به نام دامنه با سایر حقوق شناخته شده اشخاص ثالث می‌پردازیم.

^۱ اصلانی (۱۳۹۰)، پیشین، ص ۲۱۳

۱. تعارض نام دامنه با نام یا علامت تجاری (غصب سایبری)

اینترنت به عنوان بستر ظهور نام دامنه، فضایی است مجازی و بدون حاکمیت متمرکز در حالیکه خاستگاه اولیه نام و علامت تجاری فضای حقیقی و واقعی است که تحت مالکیت متمرکز دولت‌ها قرار دارد. همین خصوصیت اساسی اینترنت (عدم وجود حاکمیت متمرکز در آن) از یک سو باعث گسترش چشمگیر کاربری آزادانه از آن و از سوی دیگر سبب بروز اختلافات حقوقی جدیدی شده است و یکی از شایع‌ترین روشهای سوء استفاده از اینترنت ثبت نام یا علائم تجاری متعلق به غیر به عنوان نام دامنه است.^۱ «این چالش در درجه اول می‌تواند ناشی از این باشد که وجود دو علامت تجاری یکسان یا مشابه ولی معتبر در قلمرو دو نظام حقوقی امکان‌پذیر است و در پرتو اصل سرزمینی بودن علائم تجاری هر یک از این دو در کشور خود معتبر بوده؛ به نحو مسالمت‌آمیز نیز به همزیستی می‌پردازند. حال اگر دارندگان هر دو علامت بخواهند که همان علامت (یا نام تجاری) خود را بعنوان نام دامنه (نشانی خود در اینترنت) برگزینند، خودبخود ممکن است تعارض پیش آید و از نظر فنی و براساس قاعده حق تقدم، فقط یکی از ایشان (اولی) موفق خواهد شد و دیگری از این حق محروم شده و ممکن است اقدام به طرح دعوا کند زیرا خود را برای استفاده از آن نام محق می‌داند. البته مشکل دارندگان علائم تجاری در فضای تبادل اطلاعات به همین جا ختم نمی‌شود و ممکن است شخصی بدون آنکه علقه یا رابطه حقوقی مشخص و تعریف شده‌ای با یک علامت تجاری داشته باشد قبل از اقدام دارنده آن علامت برای ثبت نام دامنه‌ای معادل علامت تجاری خود، اقدام به ثبت کردن نام دامنه‌ای کند که عیناً معادل علامت تجاری تاجر است. هدف چنین شخصی ممکن است تحصیل منافع مادی (مطالبه وجه در قبال استرداد نام دامنه)^۱ یا ضربه زدن به تجارت تاجر رقیب

^۱ این عمل که یکی از شایع‌ترین تخلفات این حوزه است ربایش (غصب) سایبری نامیده شده است.

از طریق بدنام کردن علامت وی در سائیتی که راه اندازی می‌کند یا بلوکه کردن آن نام دامنه برای تحدید بازار مجازی برای تاجر و باشد. تفاوت این دو قسم در این نکته خلاصه می‌شود که در فرض نخست ممکن است که هر دو طرف اختلاف نسبت به علامت تجاری موضوع دعوی حق مشروعی داشته باشند ولیکن در فرض اخیر، علی‌الفرض، شخصی که اقدام به ثبت علامت به عنوان نام دامنه نموده است، هیچ گونه علقه یا حق مشروعی نسبت بدان ندارد^۱. آنچه که بعنوان ربایش یا غصب سایبری^۲ در نظام کنونی حقوقی شناخته شده است مربوط به مورد اخیر الذکر است. غصب سایبری عبارت از این است که شخصی اقدام به ثبت نام دامنه‌ای مشابه یک نام یا علامت تجاری می‌نماید تا متعاقباً با فروش آن به اشخاص ذینفع، اقدام به کسب منفعت نماید^۳.

۲. غصب سایبری در نظام حقوقی ایران

در نظام حقوقی ایران تا سال ۱۳۸۲ مقررات خاصی در خصوص استفاده از علائم یا نام تجاری بصورت نام دامنه وجود نداشت. البته باید توجه داشت که در مورد نام‌های دامنه‌ای که در ایران ثبت شده‌اند نیز سیاست‌نامه متحدالشکل قابل اعمال است. برای اولین بار ماده ۶۶ قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲ استفاده از علائم تجاری به صورت نام دامنه را ممنوع اعلام کرد. در ماده موصوف هدف حمایت از علائم تجاری در مقابل استفاده به عنوان نام دامنه، حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تشویق رقابت‌های مشروع در بستر مبادلات الکترونیکی ذکر شده است. همان‌مبنایی که در قوانین سایر کشور از جمله آمریکا برای قوانین

۱. Denis Killeher and Karen Murray, IT law in the European union, Sweet and Maxwell, ۲۰۰۹, London, p. ۸۰

به نقل از: قناد، فاطمه (۱۳۸۸)، حقوق ناشی از اسرار و علائم تجاری در فضای مجازی تازه‌های علوم بنایی، مجموعه مقایسه‌ها، زیر نظر علی حسین نجفی ابرند آبادی، تهران: انتشارات میزان، ص ۶۱۵.

۲. cybersquatting

ضد غصب سایبری اتخاذ شده است. در خصوص این ماده شایان ذکر است: اصولاً قواعد حاکم بر استفاده از علائم تجاری به عنوان نام دامنه رابطه‌ای مستقیم با قواعد حاکم بر علائم تجاری دارند.^۱ در نظام حقوقی ایران داشتن علامت تجاری اختیاری است و صرفاً در مواردی که دولت آنرا الزامی می‌نماید اجباری خواهد بود.^۲ از طرفی حمایت از دارندگان علائم تجاری و ایجاد حق انحصاری برای دارندگان مزبور منوط به ثبت علامت تجاری وفق قانون ثبت علائم تجاری و اختراعات و آئین نامه اجرای آن است.^۳ بنابراین مؤسسات تجاری بایستی علائم تجاری خود را به ثبت برسانند تا از حق انحصاری بهره برداری از علامت مزبور برخوردار شوند و چنانچه تاجر یا موسسه تجاری علامت تجاری خود را به ثبت نرسانده باشد، نمی‌تواند از استفاده اشخاص دیگر از علامت مزبور جلوگیری به عمل آورد.^۴ اما در مواردی علیرغم ثبت علامت تجاری، قانونگذار حقوقی را برای دارندگان علامت تجاری حتی در مقابل کسانی که علامت مزبور را به ثبت رسانده‌اند قائل شده است. از جمله در ماده ۲۶ قانون یاد شده تصریح شده است شخصی که خود را دارنده علامت تجاری می‌داند که دیگری مبادرت به تقاضای ثبت آن نموده است، می‌تواند نسبت به تقاضای ثبت صورت گرفته از طرف دیگری اعتراض نماید حتی اگر شخص معترض علامت مزبور را قبلاً به نام خود ثبت

^۱ جهت مطالعه در خصوص نظام حقوقی حاکم بر علائم تجاری در ایران رجوع کنید به:

- شمس، عبدالمجید (۱۳۹۲)، حقوق مالکیت بر علائم تجاری و صنعتی، تهران: انتشارات سمت
- نوروزی، علیرضا (۱۳۸۱)، حقوق مالکیت فکری، حق مؤلف و مالکیت صنعتی، تهران: نشر چاپار
- پور نوری، منصور (۱۳۸۳)، حقوق مالکیت معنوی در دادگاه علامت تجاری و اختراعات، تهران: انتشارات مهر حقوق.
- زاهدی، مهدی (۱۳۷۹)، حقوق ثبت علائم تجاری: مطالعه تطبیقی در حقوق ایران و سازمان تجارت، مجله پژوهش و سیاست سال اول و دوم، شماره دوم و سوم، بهار، صص ۱۲۵ به بعد.

^۲ تبصره ماده ۱ قانون ثبت علائم و اختراعات

^۳ مستفاد از مواد ۲، ۳، ۴، ۱۱ و ۱۲ قانون ثبت علائم و اختراعات

^۴ زاهدی (۱۳۷۹)، پیشین، ص ۱۳۷

نموده باشد^۱ و ماده ۲۰ این قانون نیز تصریح می‌نماید که: «هرگاه معترض ثابت کند که نسبت به علامت به واسطه سابقه استعمال مستمر قبل از تقاضای ثبت حق تقدم داشته، محکمه حکم خواهد داد که آن علامت به اسم معترض ثبت شود و اگر علامت مورد اعتراض قبلاً در اداره ثبت اسناد به ثبت رسیده باشد محکمه حکم خواهد داد که ثبت سابق ابطال و علامت به نام معترض ثبت گردد». لذا ملاحظه می‌شود که یک دوگانگی در مبنای حمایت از علائم تجاری از جهت لزوم ثبت یا عدم آنها در نظام حقوق ایران وجود دارد و در جهت حل این دوگانگی و تعارض به مصداق قاعده «الجمع مهمما امکن اولی من الطرح» می‌توان چنین نتیجه گرفت که: هر علامت تجاری که به نام یک شخص ثبت شده باشد موجب حقوق انحصاری برای دارنده آن است. هرگاه کسی مدعی یک علامت تجاری باشد که به نام وی ثبت نشده است و علامت مزبور به نام شخص دیگری ثبت تقاضای ثبت صورت گرفته باشد، دادگاه در صورت احراز حق تقدم معترض به ابطال تقاضای ثبت سابق حکم صادر می‌نماید. چنانچه کسی مدعی یک علامت تجاری باشد که نه به نام وی و نه به نام شخص دیگری ثبت نشده باشد، شخص مزبور صرفاً دارای حق تقدم نسبت به آن خواهد بود اما دارنده قانونی آن علامت محسوب نمی‌گردد. برخی حقوقدانان نیز با اشاره به ماده ۲۰ قانون مزبور معتقدند که علیرغم حکم ماده ۲ قانون یاد شده در مورد الزامی بودن ثبت علائم جهت شمول حمایت قانون بر آنها، در نظام حقوقی ایران علائم تجاری معروف ثبت نشده نیز مورد حمایت می‌باشند^۲. حال با توجه به توضیحات فوق می‌توان چنین نتیجه گرفت که حکم مصرح در ماده ۶۶ قانون تجارت الکترونیکی^۳ از جهت حقوقی می‌تواند شامل

^۱ ماده ۱۶ قانون ثبت علائم و اختراعات، در این حالت شخص معترض بایستی در حین اعتراض، برای علامت خود تقاضای ثبت کرده، حق ثبت و تمام مخارج مربوط به آن را قبلاً تأدیه نماید.

^۲ زاهدی (۱۳۷۹)، پیشین، ص ۱۴۳.

^۳ ماده ۶۶ مقرر می‌دارد: «به منظور حمایت از حقوق مصرف کنندگان و تشویق رقابت‌های مشروع در بستر مبادلات

علامت‌های تجاری ثبت شده و ثبت نشده بوده ولی از جهت کیفری ممکن است به جهت اصل تفسیر مضیق قوانین کیفری صرفاً ناظر بر علامت‌های تجاری ثبت شده تلقی شود. در ماده ۶۶ مبنای حمایت از علائم تجاری دو عامل حمایت از حقوق مصرف کنندگان و تشویق رقابت‌های مشروع در بستر مبادلات الکترونیکی ذکر شده است.

بخش سوم: تعارض نام دامنه با نام اشخاص

باید گفت، قواعد و مقررات مربوط به نام دامنه عموماً بر پایه منافع تجاری معارض توسعه یافته است به بیان دیگر با دقت در مفاد سیاست‌نامه متحد الشکل حل اختلافات آیکن به روشنی استنباط می‌گردد که هدف اصلی تنظیم کنندگان آن، حمایت از حقوق مالکیت صنعتی بویژه در زمینه علائم و نام‌های تجاری در فضای سایبری بوده است در واقع در هنگام تنظیم این مقررات و لازم الاجرا شدن آن (اول ژانویه سال ۲۰۰۰ میلادی) تعارض اصلی که در خصوص نام دامنه وجود داشت تعارض نام دامنه با علائم و نام‌های تجاری بوده است.^۱ با گذشت زمان مشخص شد که گاهی سوء استفاده از نام اشخاص (نام حقیقی یا حقوقی نه نام تجاری آنها) می‌تواند اهمیت بیشتری پیدا کند به بیان دیگر گاهی ثبت نام یک شخص حقیقی به عنوان نام دامنه، بویژه آن هنگام که شخص مذکور از اشخاص مشهور یا سیاستمداران صاحب نام باشد نه تنها می‌تواند به حقوق مربوط به شخصیت وی لطمه وارد کند بلکه ثبت کنندگان آن نام دامنه نیز می‌توانند از این طریق منافع تجاری قابل توجهی نیز کسب نمایند هرچند در این موارد خواهان

الکترونیکی استفاده از علام تجاری به صورت نام دامنه (Domain Name) و یا هر نوع نمایش بر خط (Online) علائم تجاری که موجب فریب یا مشتبه شدن طرف به اصالت کالا و خدمات شود ممنوع و متخلف به مجازات مقرر در این قانون خواهد رسید».

^۱ Jonathan Nilsen, Mixing oil with water: Resolving the Difference Between Domain Names and Trademark law, H.High Tech ۲۰۱۲ pp. ۴۷-۴۹

می‌تواند در دادگاه‌های آمریکا به استناد قوانین فدرال حمایت از حقوق شخصی طرح دعوا نماید ولی طرح چنین دعوایی از جنبه‌های مختلف با محدودیت روبرو است.^۱ در حقوق ایران نام خانوادگی یک حق فردی برای شخص ایجاد می‌کند که قانون از آن حمایت می‌نماید. برخی از حقوق‌دانانی این حق را حق استعمال انحصاری نام‌خانوادگی نامیده‌اند.^۲ اما باید در نظر داشت که منظور از «حق استعمال انحصاری» صرفاً استعمال آن به عنوان نام خانوادگی است. بنابراین اگر شخصی نام خانوادگی دیگری را به عنوان نام دامنه استفاده نماید نمی‌تواند به استفاده چنین حقی، وی را منع نمود. این مطلب از ماده ۹۹۸ قانون مدنی نیز قابل استنباط است و براساس این ماده، هرکسی که نام خانوادگی شخصی را بدون حق اتخاذ کرده باشد می‌تواند در دادگاه اقامه دعوی کرده، تغییر نام خانوادگی غاصب را بخواهد. در واقع قانون برای کسی که نخستین بار یک نام خانوادگی را برای خود انتخاب کرد و در دفتر نام خانوادگی اداره ثبت احوال به ثبت رسانده حقی به عنوان نام خانوادگی قائل شده، است.^۳ به موجب این حق، دیگری نمی‌تواند در حوزه آن اداره، همان نام خانوادگی را به عنوان نام خانوادگی خود اختیار کند مگر با اجازه دارنده حق تقدم.^۴ بنابراین در حقوق ایران، اگر شخصی نام خانوادگی دیگری را به عنوان نام دامنه ثبت نماید به سختی می‌توان قائل به آن شد که دادگاه بتواند به استناد حق تقدم نام خانوادگی، وی را از ادامه استفاده از نام مزبور به عنوان نام دامنه منع نماید. بنابراین بهترین روش ممکن برای

^۱ Lipton Jacqueline, celebrity in cyberspace: A Personality Rights Paradigms personal Domain Name Disputes, Washington and Lee, ۲۰۱۲, p۳۶

^۲ امامی، حسن (۱۳۷۷)، حقوق مدنی، ج ۳، تهران: انتشارات اسلامیه، ص ۲۰۵

^۳ صفایی، سید حسین، قاسم زاده، سید مرتضی (۱۳۹۲)، حقوق مدنی اشخاص و محجورین، تهران: انتشارات سمت، صص ۱۱۸-۱۱۷

^۴ ماده ۴۱ قانون ثبت احوال، مصوب ۱۳۵۵

جلوگیری از سوءاستفاده از نام اشخاص، از طریق ثبت آن در نام دامنه رجوع به قواعد سیاستنامه متحدالشکل آیکن است زیرا این قواعد علاوه بر آنکه راه کم هزینه و سریع برای رسیدگی به این اختلافات ارائه می‌دهد، به لحاظ آنکه رسیدگی آن در سطح جهانی و به صورت الکترونیکی از راه دور انجام می‌پذیرد روشی است که سهولت کاربردی آن، قابل مقایسه با سایر روشهای حل و فصل اختلاف نیست. باید گفت، قواعد سیاستنامه مبتنی بر حفظ حقوق مالکیت صنعتی اشخاص است با این وجود مراجع داوری مورد تأیید آیکن (که همگی قواعد و سیاستنامه مذکور را در رسیدگی به پرونده‌های خود رعایت می‌کنند) در آراء بسیاری، پذیرفته‌اند که اشخاص علاوه بر آنکه دارای حقوق شخصی نسبت به نام خود هستند می‌توانند در موارد خاص نسبت به نام خود حقی تجاری همانند نام یا علامت تجاری داشته باشد. به بیان دیگر در این موارد حق استفاده انحصاری از نام، صرفاً متعلق به همان اشخاص است بویژه در مواردی که اشخاص یاد شده دارای شهرت بوده و نام ایشان دارای خصوصیت متمایز کنندگی است.^۱

بخش چهارم: تعارض نام دامنه با نشانه جغرافیایی

براساس ماده ۲ قانون حمایت از نشانه‌های جغرافیایی مصوب ۱۳۸۴، هر شخص یا گروه ذینفع می‌تواند در خصوص نشانه‌های جغرافیایی به منظور جلوگیری از معرفی و انتساب غیرواقعی و گمراه کننده مبدأ جغرافیایی کالا در دادگاه اقامه دعوی نماید. مشابه همین کلمه در موافقت نامه راجع به جنبه‌های مرتبط با تجارت حقوق مالکیت فکری (تربیس)^۲ نیز وجود دارد^۳ از طرف دیگر با توجه به تفسیر موسعی که مراجع داوری آیکن در خصوص منافع تجاری معارض با

^۱ Sanderson Matthew, candidates, squatter and Gripersi A Primer on political cybersquatting and a proposal for Reform, available at www.lebertonline.com/doi/ads/10.1089/elj, last accessed August ۱۶, ۲۰۲۳.

^۲ Agreement on Trade Related Aspects of intellectual property Rights (TRIPS)

^۳ میرحسینی (۱۳۹۴)، پیشین، ص ۸۷

نام دامنه ارائه داده‌اند به نظر می‌رسد که در خصوص نشانه‌های جغرافیایی نیز همانند علائم و نام‌های تجاری در صورت وجود سایر شرایط، غصب سایبری قابل تحقق است بویژه آنکه در خصوص نام اشخاص رویه غالب مراجع داوری بر همین منوال است. البته ذکر این نکته ضروری است که مالکیت خصوصی نسبت به نشانه‌های جغرافیایی منتفی است لذا در صورتی که مراجع رسیدگی کننده اصل وجود غصب سایبری نسبت به نشانه جغرافیایی را به درخواست هر ذینفعی احراز کنند نمی‌توانند حکم به انتقال نام دامنه به نام خواهان صادر کننده بلکه در این موارد فقط ابطال نام دامنه ثبت شده امکان پذیر است.^۱

بخش پنجم: تعارض نام دامنه با ثبت نام دامنه مشابه با پسوند متفاوت

از لحاظ فنی امکان ثبت دامنه مشابه با پسوند متفاوت وجود دارد که به عنوان مثال می‌توان نام دامنه گوگل را با پسوند .ir، نیز ثبت نمود. همچنین گاهی ممکن است دو تاجر در دو کشور مختلف علامت یا نام تجاری مشابهی داشته که و دو علامت تجاری مشابه را در دو کشور متفاوت ثبت نموده باشد و از لحاظ حقوقی هر دو نسبت به آن نام مشابه حق مشروعی کسب کرده باشند در این حالت هر کدام از دو تاجر که زودتر نام دامنه مشابه با علامت تجاری را به نام خود ثبت کرده است مالک نام دامنه محسوب شده و نسبت به آن دارای حق مشروع است. به عنوان مثال علامت تجاری پارادایس^۲ در دو کشور متفاوت به عنوان علامت تجاری توسط دو شخص متفاوت ثبت شده است. در این حالت یکی از دو تاجر زودتر از دیگری اقدام به ثبت نام دامنه پارادایس دات کام^۳ می‌نماید. در این صورت اگر تاجر دوم به استناد سیاست نامه در یکی از مراجع دادرسی آیکن اقدام

^۱ Vihikan, Wayan Oger; Mistica, Meladel; Levy, Inbar; Christie, Andrew F; Baldwin, Timothy, (۲۰۲۱), "Automatic Resolution of Domain Name Disputes", Natural Legal Language Processing Workshop

^۲ Paradis

^۳ Paradis. Com

به طرح دعوی در خصوص ابطال نام دامنه مذکور نماید دعوای وی قطعاً رد خواهد شد چرا که تاجر اول نیز نسبت به نام دامنه یاد شده دارای حق مشروعی است. برای حل این معضل آیکن به تازگی اقدام به توسعه پسوندهای نام دامنه نموده است. در این حالت تاجر دوم می‌تواند نام پارادایس را با پسوند متفاوت ثبت نماید. علاوه بر آن تاجر اولی نیز این حق را دارد که نام تجاری خود را با پسوندهای پسوند جدید به عنوان نام دامنه ثبت نماید. در این حالت نیز قاعده حق تقدم اعمال خواهد شد. مسئله‌ای که مطرح می‌شود این است که آیا اشخاص می‌توانند، نام دامنه‌ای مشابه با نام دامنه ثبت شده قبلی، ولی با پسوند متفاوت ثبت کنند؟ با توجه به رویه کنونی مراجع داوری آیکن، می‌توان اینگونه نتیجه‌گیری کرد که اگر دارنده نام دامنه مقدم‌الثبت، مالک علامت یا نام تجاری مشابه با آن نیز باشد یعنی در واقع عین یا مشابه علامت یا نام تجاری خود را به عنوان نام دامنه ثبت کرده باشد در این فرض اگر شخص دیگری عین یا مشابه نام دامنه مذکور را با پسوندی متفاوت به ثبت رساند به سبب آنکه این ثبت در واقع به نوعی تجاوز به علامت یا نام تجاری دارنده نام دامنه مقدم‌الثبت است، این اقدام می‌تواند با وجود سایر شرایط غصب سایبری تلقی شود. دلیل آنکه این عمل می‌تواند غصب سایبری تلقی شود تجاوز به نام یا علامت تجاری دیگری است نه به سبب مشابهت نام دامنه دوم با نام دامنه اولیه به عنوان نمونه در دعوایی که شرکت گوگل علیه شخصی به نام م-ج ساکن رفسنجان مطرح نمود هیات داوری واپیو، با این استناد که خوانده نام دامنه گوگل را در ایران به ثبت رساند و پیشنهاد فروش آن را به شرکت گوگل در قبال یک میلیون دلار ارائه داد و با لحاظ این مطلب که شرکت گوگل، نام دامنه خود را قبلاً به عنوان علامت تجاری شرکت خود نیز به ثبت رسانده است حکم به انتقال نام دامنه مذکور به شرکت گوگل نمود^۱.

^۱ پادامچی محمد (۱۳۹۳)، ثبت غیرقانونی دامنه googl.ir توسط یک ایرانی، ماهنامه قضاوت، ش ۴۶، ص ۳۶.

بخش ششم: روش های حل و فصل اختلافات در حوزه نام دامنه

یکی از خصایص اصلی نام دامنه، فرامرزی بودن آن است یعنی صرف نظر از اینکه نام دامنه در چه کشوری ثبت شده باشد در تمام پهنه هستی قابل دسترسی است یکی دیگر از ویژگی‌های نام دامنه آن است که ثبت و ایجاد آن مستقیم یا غیرمستقیم تحت حاکمیت کشور خاصی قرار ندارد. این دو ویژگی باعث شده که رسیدگی به اختلافات مربوط به نام دامنه از یک سو و نحوه اجرای احکام صادره راجع به آن از سوی دیگر با چالش روبرو گردد. به همین سبب، آیکن که مدیریت ثبت و اعطای نام دامنه را به طور مستقیم یا غیرمستقیم برعهده داشته است از همان ابتدای گسترش اینترنت، قواعد و مقرراتی را چه از لحاظ ماهوی و چه از لحاظ شکلی برای رسیدگی به اختلافات مربوط به نام دامنه پیش بینی نموده و قواعد مذکور را به صورت شرط داوری در قراردادهای مربوط به ثبت دامنه گنجانده است از سوی دیگر از آنجا که قرارداد مربوط به ثبت نام دامنه و شرط داوری ضمن آن، تنها نسبت به طرفین آن قرارداد (یعنی مرجع ثبت نام دامنه و متقاضی ثبت) نافذ است و از طرف دیگر مراجع قضایی دارای صلاحیت عام رسیدگی به دعاوی هستند، اشخاص ثالث می‌توانند برای حل و فصل اختلافات خود راجع به نام دامنه به مراجع قضایی نیز مراجعه نمایند از این رو مطالب این مبحث در دو موضوع جداگانه مورد بررسی قرار گرفته است در موضوع اول حل اختلافات از طریق رویه غیرقضایی آیکن بحث شده است چرا که این روش حل و فصل اختلاف، بیشترین کاربرد را در خصوص اختلافات مربوط به نام دامنه دارد پس از آن موضوع حل اختلافات از طریق مراجع قضایی در مبحثی جداگانه مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۱. حل اختلافات نام دامنه از طریق رویه شبه قضایی آیکن :

با توجه به کاستی‌ها و ناکارآمدی‌های روش‌های قضایی در حل و فصل

اختلافات مربوط به نام دامنه که به آنها اشاره خواهیم نمود روش داوری در حال حاضر به عنوان کارآمدترین و رایج‌ترین روش حل و فصل اینگونه اختلافات در سطح جهانی شناخته شده است. شاید یکی از مهمترین دلایل چنین رواج و کارآمدی آن است که در این روش با توجه به رویه مراجع داوری مورد تأیید آیکن قابلیت پیش بینی^۱ نتیجه دعوا بسیار بالاست از سوی دیگر رسیدگی در این مراجع قاعده محور^۲ است قواعدی که به طور روشن در دسترس عموم قرار دارد و انگهی آیین رسیدگی در این مراجع همانگونه که در ادامه بحث بدان خواهیم پرداخت آیین ساده و واضح است بویژه آنکه ارائه دلایل و انجام دادرسی عموماً بصورت الکترونیکی و از راه دور انجام می‌شود در این مبحث ضمن بیان ماهیت شیوه حل و فصل اختلافات مربوط به نام دامنه، روند تصویب سیاست‌نامه متحدالشکل حل و فصل اختلافات نام دامنه (سیاست‌نامه) به معرفی مراجع حل و فصل اختلاف مورد تأیید آیکن می‌پردازیم پس از آن نیز آیین رسیدگی این مراجع مورد بررسی قرار می‌گیرد و در آخر نحوه اجرای آراء دادرسی مورد بحث واقع می‌شود.

۲. مراجع حل و فصل اختلاف مورد تأیید آیکن :

از آنجا که نام‌های دامنه سطح بالای عمومی^۳ از جمله com - net و org و همچنین نام‌های دامنه سطح بالای خاص مانند gov-edu - info بیشترین کاربرد و گستردگی را در سطح دنیا به خود اختصاص داده‌اند بالتبع اختلافات مربوط به آن نیز گسترده‌تر است بویژه آنکه این نام‌های دامنه، تحت مدیریت یا حاکمیت کشور خاصی نیز قرار ندارد و در نتیجه اگر مراکز و مراجع خاص رسیدگی به حل و فصل اختلافات مربوط به آن پیش بینی نمی‌شد چه در زمینه حل و فصل

^۱ Predictability

^۲ Rule Based

^۳ WIPO'S Arbitration and Mediation center

اختلاف و چه در زمینه اجرای تصمیمات مربوط به آن کاربران اینترنت و سایر اشخاص ذینفع دچار مشکلات اساسی می‌شدند به همین سبب آیکن پس از آنکه سیاست‌نامه متحدالشکل حل و فصل اختلافات نام دامنه و آیین نامه اجرایی آن را تصویب کرد ابتدا در ۲۲ می سال ۱۹۹۹ میلادی پس از توافق با وایپو مرکز داوری و میانجیگری وایپو را برای حل و فصل اختلافات مربوط به نام‌های دامنه سطح بالای عمومی و خاص مورد تأیید قرار داد همانگونه که در ادامه مطالب بدان خواهیم پرداخت از آنجا که رسیدگی در این مرجع داوری به سهولت و با سرعت انجام می‌پذیرد و آرا داوری بدون وقفه و هزینه اجرا می‌شود اشخاص ذینفع به سرعت ترجیح دادند که به جای رجوع به مراجع قضایی ملی دعاوی خود را در این مرکز داوری طرح نمایند از این رو این مرکز با انبوهی از دعاوی مواجه شد لذا آیکن تا سال ۲۰۰۱ چهار مرکز داوری دیگر را نیز جهت رسیدگی به این نوع دعاوی مورد تأیید قرار داد این مراکز عبارتند از نهاد داوری ملی آمریکا^۱ مرکز آسیای حل اختلافات نام دامنه^۲ موسسه بین المللی جلوگیری از اختلافات و حل آنها و مرکز حل و فصل الکترونیکی^۳ البته مرکز اخیرالذکر در سال ۲۰۰۱ از رسیدگی به اختلافات نام دامنه انصراف داده و رسیدگی به پرونده‌های این مرکز به موسسه بین المللی جلوگیری از اختلافات و حل آنها داده شده است^۴. تمامی مراکز فوق براساس سیاست‌نامه متحدالشکل آیین و آیین نامه اجرایی آن به حل و فصل اختلافات و صدور رأی می‌پردازند البته رعایت قواعد تکمیلی هر یک از این مراکز (در صورت وجود) الزامی است. به عنوان نمونه مرکزی داوری و میانجیگری

^۱ The National Arbitration forum (NFA)

^۲ The Asian Domain Name Dispute Resolution center (ADNDRC)

^۳ Electronic resolution (ERes)

^۴ قربانی فر، مریم؛ الماسی، نجادعلی (۱۳۹۷)، صلاحیت قضایی بر نقض علائم تجاری در فضای مجازی در رویه قضایی آمریکا، فصلنامه علمی راهبرد، سال ۲۷، ش. ۸۶، ص ۱۰۵

وایپو یکسری ضوابط تکمیلی برای حل و فصل اختلافات مربوط به نام دامنه تصویر نموده است.^۱ در واقع این ضوابط تکمیل کننده مقررات سیاستنامه متحدالشکل حل و فصل اختلافات مربوط به نام دامنه است. لازم به ذکر است از میان مراکز دادرسی فوق الذکر مرکز داوری و میانجیگری وایپو و نهاد داوری مورد تأیید آیکن را مختصراً معرفی کرده و سپس بر آیین رسیدگی به اختلافات مربوط به نام دامنه براساس مقررات سیاستنامه می‌پردازیم بیش از آن این نکته نیز شایان ذکر است که همانگونه که گفته شد در خصوص نامه‌های دامنه سطح بالای کد کشوری^۲ مثل ir برای ایران fr برای فرانسه و uk برای انگلستان از آنجا که اداره این پسوندها براساس قراردادی که با آیکن منعقد کرده‌اند در اختیار دولتها یا مراکز معرفی شده توسط مراجع رسمی هر کشور است رسیدگی به اختلافات مربوط به آن نیز می‌تواند در مراکز داوری معرفی شده توسط هر کشور نیز انجام پذیرد البته صلاحیت این مراکز نافی صلاحیت مراجع داوری فوق الذکر نیست و خواهان می‌تواند دعوی خود را در هر یک از این مراجع‌ها نماید وانگهی مراکز داوری معرفی شده در هر کشور موظفند طبق مقررات سیاستنامه و آیین نامه اجرایی آن به حل و فصل اختلافات مربوط به نام های دامنه همان کد کشوری بپردازند.^۳

۳. آیین رسیدگی در مراجع حل و فصل اختلافات :

مرکز داوری وایپو یکی از مهمترین مراکز حل و فصل اختلافات مربوط به نام دامنه است که بیشترین و مهمترین پرونده‌های مربوط به نام دامنه را تا کنون مورد رسیدگی قرار داده و علاوه بر آن آراء این مرکز بسیار مورد استناد دیگر مراکز

^۱ The WIPO supplemental Rules for UDRP

^۲ Country code top level Domain Names (ccTLDs)

^۳ Davidson, Alan, (۲۰۱۲), au. Dispute resolution Policy (auDRP), book chapter of: The Law of Electronic Commerce, Cambridge University Press., p ۱۵۶

داوری قرار می‌گیرد.^۱ از این رو در این موضوع و مبحث برای پرهیز از تکرار بحث صرفاً آیین رسیدگی در مرکز داوری وایپو مورد بررسی قرار می‌گیرد زیرا از یک سو آیین رسیدگی در این مرکز بسیار مشابه مراکز دیگر است و از سوی دیگر مفاد سندی که تحت عنوان راهنمای وایپو در خصوص سیاستنامه متحدالشکل حل و فصل اختلافات نام دامنه^۲ منتشر شده است عملاً در تمامی مراکز حل و فصل اختلاف مورد استفاده قرار می‌گیرد.^۳ وایپو با ارائه مشاوره‌های فنی و تخصصی در کمیته پیش نویس مقررات آیکن در تصویب و نهایی شدن سیاستنامه همسان حل و فصل اختلافات آیکن نقش موثری داشته و مرکز داوری وایپو به عنوان اولین مرکز حل اختلافات مورد تأیید قرار گرفته است از طرف دیگر قواعد تکمیلی وایپو^۴ در رفع بسیاری از ابهامات سیاستنامه مؤثر بوده است.^۵

۴. تصمیمات مراجع حل و فصل اختلافات :

پس از ابلاغ رأی داور یا داوران مرکز داوری وایپو به مرکز ثبت دامنه کشوری ایران به ترتیب مقرر قسمت آخر بند ۴ سیاست نامه حل اختلاف در زمینه ثبت نام دامنه عمل خواهد شد. مطابق آن رسماً به دارنده ی نام دامنه اعلام می شود از سوی مرکز داوری وایپو چه تصمیمی اتخاذ شده است و چنانچه رأی داور مبنی بر انتقال نام دامنه اینترنتی باشد به دارنده نام دامنه ۱۰ روز کاری فرصت می دهد علیه این اقدام به دادگاههای صالحه جمهوری اسلامی ایران مراجعه و اقامه دعوی نماید و گواهی رسمی تقدیم دادخواست را قبل از انقضای موعد مقرر به دفتر مرکز

^۱ Patterson, Angelal., with liberty and Domain Name for All Restructuring Domain Name Dispute Resolution

Policies, San Diego law Review Association, San Diego law Review, winter, ۲۰۰۹, p۲۳۰.

^۲ Wipo guide to the uniform Domain Name Dispute resolution policy, Availalde at. <http://www.wipo.int/>

^۳ Ibid, P۲۶۶

^۴ The WIPO Supplemental Rules for UDRP

^۵ Ibid, P۲۶۹

ثبت دامنه کشوری تسلیم نماید بدیهی است در غیر این صورت مرکز ثبت دامنه کشوری مطابق رأی داوری واپیو عمل نموده و اقدام به انتقال نام دامنه اینترنتی به نام ذی نفع رأی صادره خواهد نمود و پس از آن هیچ گونه ادعایی از سوی دارنده نام دامنه پذیرفته نخواهد شد. از طرفی با وصول گواهی تقدیم دادخواست به محاکم صالحه مرکز ثبت دامنه کشور بر اساس قسمت اخیر بند ۴ سیاست نامه موصوف تصمیم داوری را به مرحله اجرا خواهد گذاشت و عملاً به صرف تقدیم دادخواست و ارائه گواهی رسمی به مرکز ثبت دامنه کشوری عملیات انتقال نام دامنه متوقف خواهد شد و نیازی به تودیع خسارت احتمالی و صدور دستور موقت نیست در این بند از سیاست نامه تصریح شده است که مرکز ثبت دامنه کشوری هیچ اقدامی نخواهد کرد تا زمانی که هر یک از موارد ذیل را دریافت نماید : یک - دلایل قابل قبول مبنی بر حصول توافق فی ما بین طرفین . دو - دلایل قابل قبول مبنی بر رد دعوی یا اعراض از آن . سه - نسخه ای از حکم یا قرار قطعیت یافته دادگاه مربوطه مبنی بر رد دعوی دارنده نام دامنه یا مبنی بر نفی حق دارنده در استفاده از نام دامنه. بدین ترتیب چنانچه دارنده نام دامنه بخواهد دعوایی در محاکم صالحه مطرح نماید چاره ای جز تقدیم دادخواست مبنی بر ابطال رأی داوری ندارد و با توجه به رویه جاری در دادگستری جمهوری اسلامی ایران با عنایت به ارتباط موضوع دعوی با علامت تجاری در حال حاضر تقدیم هر گونه دادخواستی در این خصوص به شعبه سوم دادگاه حقوقی تهران ارجاع خواهد شد. هیات داوری مرکز داوری و میانجیگری و اپیو ممکن است در موضوع دعوا سه نوع تصمیم اتخاذ نماید .

• حکم به لغو ثبت نام دامنه مورد اختلاف

صدور حکم به لغو ثبت نام دامنه از ضمانت اجرایی است که در آراء صادره از سوی مرکز داوری و میانجیگری واپیو کمتر دیده شده است. اما به این ضمانت

اجرا در راهنمایی که از سوی وایپو براساس سیاست همسان آیکن راجع به حل اختلافات نام دامنه منتشر شده، اشاره گردیده است.^۱ این حکم صرفاً با دستور هیأت داوری اجرا خواهد شد. اثر اجرای این تصمیم، این چنین خواهد بود که نام دامنه مذکور در سیستم نام دامنه حذف شده و امکان ثبت مجدداً آن وجود نخواهد داشت. هرچند در اکثر موارد خواهان دعوا متقاضی انتقال نام دامنه به خود است ولی با این وجود در بعضی از موارد خواهان صرفاً می‌خواهد نام دامنه معارض حذف شود و دیگر امکان ثبت آن وجود نداشته باشد بدون آنکه در نظر داشته باشد خود نام دامنه مذکور را تصاحب نماید.

• حکم به انتقال نام دامنه مورد اختلاف به خواهان

در حالت دوم بعد از بررسی های مختلف و گذر از مراحل بدوی و تجدید نظر، در این حالت نهایتاً حکم به انتقال نام دامنه مورد اختلاف به خواهان میگردد .

• تصمیم به نفع دارنده نام دامنه

ممکن است دارنده نام دامنه بدون سوء نیت، نام دامنه را به ثبت رسانده باشد و واقعاً نسبت به آن نام دامنه دارای نفع قانونی باشد. در قسمت قبل با آوردن پرونده‌هایی که در آنها نفع مشروع دارنده نام دامنه زیر سؤال بود، سعی کردیم محدوده حق دارنده نام دامنه بر دامنه ثبت شده خود را مشخص نماییم. با در نظر داشتن موارد مذکور در مباحث قبلی متذکر می‌گردد که سیاست‌نامه متحدالشکل حل اختلاف نیز، خود در بند (C) از پاراگراف ۴ بدون منحصر کردن موارد زیر، آن‌ها را از جمله اوضاع احوالی می‌دانند که نشان دهنده محق بودن ثبت کننده نام دامنه در استفاده از آن است^۲: یک. قبل از دریافت هر گونه اخطار توسط دارنده نام دامنه در مورد اختلاف، استفاده دارنده نام دامنه از این نام یا دلایل قابل قبول

^۱ WIPO. (۲۰۰۹). Wipo Guide to the Uniform Domain Name Dispute Reslution Policy. Available at:

<<http://www.wipo.int/amc/en/domains/guide/>>last visited: September ۲۰۲۳

^۲ دهستانی (۱۳۹۲)، پیشین، ص ۱۹۰



برای آماده شدن وی در جهت استفاده از این نام در ارتباط با عرضه کالاها یا خدمات با حسن نیت به اثبات برسد؛ دو. ثبت کننده نام دامنه (به عنوان یک شخص، شرکت یا سازمانی دیگر) عموماً با این نام دامنه شناخته شده حتی اگر هیچ نوع حقی در مورد علامت تجاری یا خدماتی تحصیل نکرده باشد؛ سه. دارنده نام دامنه بدون هیچ قصدی برای کسب منافع تجاری در جهت منحرف کردن مشتریان به طرف وب سایت خود یا تیره نمودن حسن شهرت علامت تجاری یا خدماتی مورد بحث، از نام دامنه خود استفاده یی قانونی و غیرتجاری یا استفاده منصفانه می نماید. بند اول، بیانگر حالتی است که دارنده نام دامنه از آن نام واقعاً استفاده می کند و در واقع نام دامنه را همانند علامت تجاری در محیط اینترنت به کار می گیرد و عمل او تنها اقدام به ثبت بدون هیچ استفاده یی نبوده و استفاده او نیز با حسن نیت است. در مورد بند دو می توان گفت که دارنده نام دامنه در این شرایط در واقع علامت تجاری خود را در محیط اینترنت ایجاد کرده و از آن سود می برد گرچه در خارج از آن علامتی را به ثبت نرسانده باشد و چنین شخصی را نیز نمی توان از استفاده از علامت مخصوص به خود (نام دامنه) منع کرد. بند سوم به استفاده منصفانه دارنده نام دامنه از علامت تجاری دیگری اشاره دارد. اصولاً حقوق حمایت شده تحت عنوان حقوق مالکیت فکری همگی دارای استثنائاتی در مورد استفاده آزاد و بدون اجازه از صاحب حق دارند که از آن به استفاده منصفانه یاد می شود. علایم تجاری نیز که جزء حقوق مالکیت فکری است از این قاعده مستثنی نیست و برخی انواع استفاده از علامت تجاری دیگری، استفاده منصفانه تلقی شده و آزاد است.

بخش هفتم: حل اختلافات نام دامنه از طریق مراجع قضایی

«در جوامع مدرن امروزی، صرفنظر از نوع و ساختار قوای حاکمه، اصولاً یک قوه به امر قضا و حل و فصل اختلافات اشتغال دارد. مظهر بیرونی این قوه همانا

محاكم دادگستری می‌باشند که علی‌الاصول مرجع عام تظلمات بوده و صلاحیت آنها برای رسیدگی به دعاوی و اختلافات ذاتی است.^۱ این محاکم بنا بر اصل، باید به همه دعاوی رسیدگی کنند، مگر آنکه قانون صریحاً رسیدگی به دعاوی خاصی را در صلاحیت مرجع دیگری قرار داده باشد (که البته در چنین فرضی نیز باید این قبیل مراجع را بخشی از سازمان قضاوتی^۲ به معنی اعم تلقی کرد) و لذا این مراجع، مجموعاً، حق ندارند از رسیدگی به دعا و اختلاف خودداری کنند، حتی اگر قانون ساکت، ناقص، مجمل یا مبهم باشد.^۳ با این مقدمه مختصر، در صدد اثبات این نکته هستیم که رسیدگی به دعاوی مرتبط با نام دامنه نیز با همه تازگی و پیچیدگی و نیز ابعاد فنی که واجد آنست، اولاً و بالذات در صلاحیت عام مراجع قضایی است. براین اساس در درون هر نظام حقوقی، با بروز اختلاف و چالش‌هایی از قبیل آنچه پیش از این مورد بررسی قرار دادیم، در غیاب هرگونه حکم قانونی یا توافق خاص میان متداعین ایشان را باید به دادگاه‌ها رهنمون شد. تشخیص صلاحیت بخصوص صلاحیت ذاتی، نحوه طرح ادعا، روند رسیدگی و اداره دلیل و نحوه صدور رأی و سایر موضوعات همچون مطلق دعاوی است مگر آنکه نوع خاص دعا، اتخاذ تدبیر ویژه‌ای را ایجاب نماید. نخست اینکه از حیث قواعد تشخیص صلاحیت (هم صلاحیت محلی در درون یک نظام حقوقی و هم صلاحیت سرزمینی از حیث انتخاب محاکم یکی از کشورهای جهان) و انتخاب دادگاه صالح

^۱ ر.ک: اصول ۳۴ و ۱۵۶ و ۱۵۹ و ۱۷۳ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و ماده ۱ قانون تشکیل دادگاه‌های عمومی و انقلاب.

^۲ برای دیدن مفهوم و علت ترجیح انتخاب این اصطلاح ر.ک: شمس (۱۳۸۲)، پیشین، ص ۴۹.

^۳ ر.ک: اصل ۱۶۷ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران. همچنین ماده ۵۹۷ قانون مجازات اسلامی مقرر می‌دارد: «هریک از مقامات قضائی که شکایت و تظلمی مطابق شرایط قانونی نزد آنها برده شود و با وجود این که رسیدگی به آنها از وظایف آنان بوده به هر عذر و بهانه اگرچه به عذر سکوت یا اجمال یا تناقض قانون از قبول شکایت یا رسیدگی به آن امتناع کند یا صدور حکم را بر خلاف قانون به تأخیر اندازد یا بر خلاف صریح قانون رفتار کند دفعه اول از شش ماه تا یکسال و در صورت تکرار به انفصال از شغل قضائی محکوم می‌شود و در هر صورت به تأدیه خسارات وارده نیز محکوم خواهد شد».

به رسیدگی دشواری‌هایی در راه احقاق حق در این قسم دعاوی وجود دارد. ریشه اصلی این بحث اصل فرامرزی بودن اینترنت که نام دامنه بخشی از آنست، از یکسو و اصل سرزمینی بودن حقوق مالکیت فکری است که چالش عمده نام دامنه با این حقوق می‌باشد. در واقع در درون یک نظام حقوقی انتخاب میان محاکم مختلف (با توجه به محل وقوع فعل زیانبار) دشواری‌هایی هرچند محدود ایجاد می‌کند و این وضعیت در شرایطی که مدعی و مدعی علیه در خاک دو کشور مختلف اقامت داشته یا تبعه دو کشور مختلف بوده و عناصر مهم دیگر (مثل محل وقوع سرور و محل ثبت حق مالکیت فکری و ...) نیز احیاناً به نظام‌های حقوقی دیگری ارتباط می‌یابند پیچیدگی‌های رسیدگی قضایی بیشتر و ضعف‌های آن آشکارتر می‌شود. دومین چالش بزرگ انتخاب روش‌های قضایی برای حل و فصل اختلافات مربوط به نام دامنه مساله نحوه اجرای احکام صادره از محاکم می‌باشد. در اینجا با دو مشکل عمده و اساسی روبرو هستیم. نخست اینکه دادگاه باید چگونه اقدام به صدور و اجرای حکم کند تا به حقوق معارض با نام دامنه که در برخی موارد (بخصوص حق دارنده علامت تجاری) محدود به سرزمین خاص است اثری بیش از اصل حق نبخشیده باشد؟ دوم اینکه به فرض که دادگاهی ملی علیه متخلف مقیم یا تبعه کشور دیگر رای صادر کند یا مرجع ثبت نام دامنه که مرکز اداره آن در یک کشور خاص (ایالات متحده آمریکا) قرار دارد را ملزم به الغاء، ثبت یا انتقال نام دامنه کند، در چنین فرضی چگونه می‌توان (در فرض عدم اجرای طوعی رأی) از مزایای اجرای اجباری بهره‌مند شد؟ در پاسخ به این سؤال باید خاطر نشان کنیم که یکی از عمده‌ترین ضعف‌های نظام رسیدگی قضایی به دعاوی بین‌المللی^۱ همین

^۱ با این پیش فرض که مراد از دعاوی بین‌المللی دعوائی است که در آن حداقل یک عنصر بین‌المللی وجود دارد، البته فرض دیگری را نیز می‌توان تصور کرد: دعوائی که طرفین آن تبعه و مقیم کشور واحدند و در جریان رسیدگی به دعوا هیچ عنصر خارجی و فرامرزی در آن وجود ندارد، لیکن اجرای حکم به گونه‌ای است که به قلمرو یک کشور دیگر مرتبط می‌شود (مثلاً از محکوم علیه در کشور دیگر مالی یافت می‌شود). این چنین دعوائی را نیز علیرغم خروج

نکته یعنی ضعف نظام اجرای اجباری رأی صادره از محاکم می‌باشد. در واقع به دلیل آنکه دادگستری شعبه و چهره‌ای از حاکمیت ملی در هر کشور می‌باشد، لذا رأی صادره از دادگاه یک کشور نمی‌تواند بدون شناسایی از سوی محاکم کشور محل اجرا به رسمیت شناخته و به موقع اجرا گذاشته شود. مقررات ویژه ناظر بر شناسایی و اجرای آراء محاکم خارجی نیز هرچند در هر کشور با کشور دیگر ممکن است تفاوت‌هایی جزئی داشته باشد لیکن رؤوس و محورهای اصلی آن تقریباً مشابه یکدیگر می‌باشد. شرط معامله متقابل، عدم مخالفت با نظم عمومی و اخلاق حسنه کشور محل اجرا، عدم صدور حکم معارض از محاکم کشور محل اجرا و ... از اهم این شرایط می‌باشند^۱ که بررسی آنها نیازمند رسیدگی قضایی مجدد بوده و دشواری‌ها و هزینه‌های بسیاری را به متقاضی اجرای حکم تحمیل می‌کند و

موضوعی از تعریف فوق، باید موضوع بحث حاضر دانست.

۱- بعنوان نمونه براساس ماده ۹۷۲ قانون مدنی «احکام صادره از محاکم خارجه و همچنین اسناد رسمی لازم الاجرا تنظیم شده در خارجه را نمی‌توان در ایران اجرا نمود مگر اینکه مطابق قوانین ایران امر به اجرای آنها صادر شده باشد.» از سوی دیگر ماده ۱۶۹ قانون اجرای احکام مدنی مصوب ۱۳۵۶ مقرر می‌دارد: «احکام مدنی صادر از دادگاه‌های خارجی در صورتی که واجد شرایط زیر باشد در ایران قابل اجرا است مگر البته در قانون ترتیب دیگری مقرر شده باشد:

- ۱- حکم از کشوری صادر شده باشد که به موجب قوانین خود یا عهود یا قراردادهای احکام صادر از دادگاههای ایران در آن کشور قابل اجرا باشد یا در مورد اجرای احکام معامله متقابل نماید.
 - ۲- مفاد حکم مخالف با قوانین مربوط به نظم عمومی یا اخلاق حسنه نباشد.
 - ۳- اجرای حکم مخالف با عهود بین‌المللی که دولت ایران آن را امضاء کرده یا مخالف قوانین مخصوص نباشد.
 - ۴- حکم در کشوری که صادر شده قطعی و لازمالاجرا بوده و به علت قانونی از اعتبار نیفتاده باشد.
 - ۵- از دادگاههای ایران حکمی مخالف دادگاه خارجی صادر نشده باشد.
 - ۶- رسیدگی به موضوع دعوی مطابق قوانین ایران اختصاص به دادگاههای ایران نداشته باشد.
 - ۷- حکم راجع به اموال غیر منقول واقع در ایران و حقوق متعلق به آن نباشد.
 - ۸- دستور اجرای حکم از مقامات صلاحیتدار کشور صادر کننده حکم صادر شده باشد.
- همچنین ر.ک مواد ۱۷۰ الی ۱۷۶ همان قانون در خصوص سایر ترتیبات لازم الرعایه برای اجرای رأی صادره از محکمه خارجی.

عملاً منجر به ناکارآمدی نسبی راهکار حل و فصل قضایی اختلافات می‌شود.^۱ البته در برخی مناطق جهان اتحادیه‌ها یا معاهداتی برای تسهیل اجرای چنین آرای ایجاد شده است.^۲ که البته در موضوعی با گستره نام دامنه بسیار محدود و ناکارآمد بوده و بخصوص در موضوع مورد بحث (نام دامنه) که در اغلب موارد نیازمند مشارکت دولت ایالات متحده آمریکا است، چنین معاهده‌ای وجود ندارد. نتیجه بحث حاضر این است که هرچند رسیدگی قضایی به اختلافات مرتبط با نام دامنه بعضاً اجتناب ناپذیر است، مع الوصف در بسیاری از موارد به دلایل پیش گفته این روش کارآمدی لازم را ندارد و لذا باید به فکر راه حل‌های جایگزین بود. شاید به همین دلیل هم بخش عمده رویه قضایی این حوزه، در کشور ایالات متحده آمریکا شکل گرفته است.

بند اول: اقامه دعوی در صورت بروز تعارض در محاکم داخلی

در قوانین ایران مقرراتی پیرامون رسیدگی به دعاوی حقوق مالکیت فکری در شعبی خاص از دادگاهها پیش بینی شده است. این مقررات گاه به مناسبت رسیدگی به دعاوی تجاری و تشکیل دادگاه تجاری به طور کلی و گاه به طور خاص راجع به رسیدگی به دعاوی حقوق مالکیت فکری وضع شده اند. همچنین در برخی اسناد بالادستی نیز به لزوم رسیدگی ویژه به اختلافات حقوق مالکیت فکری تأکید شده است. قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار مصوب ۱۳۹۰، دولت و قوه قضاییه را مکلف نموده است تا تدابیر مقتضی را جهت تشکیل دادگاه تجاری به عمل آورند. در این قانون مقرر شده است که تا زمان تشکیل دادگاههای تجاری، جرایم مرتبط با فعالیتهای تجاری در شوراها حل اختلاف یا شعب خاصی که رؤسای دادگستری استانها تعیین مینمایند رسیدگی شود. در جدیدترین

^۱ پورنوری، منصور (۱۳۸۳)، حقوق مالکیت معنوی در دادگاه علامت تجاری و اختراعات، تهران: انتشارات مهر حقوق، ص ۵۳

^۲ بعنوان نمونه می‌توان به «کنوانسیون بروکسل ناظر بر صلاحیت و اجرای آراء مدنی و بازرگانی» نیز شناخته شده است، اشاره کرد که ناظر به نحوه اجرای آرای صادره از کشورهای اروپایی عضو می‌باشد.

نسخه از لایحه آیین دادرسی تجاری، با هدف رسیدگی تخصصی و افزایش دقت و تسریع روند رسیدگی به دعاوی تجاری تشکیل دادگاه تجاری پیش بینی شده است به موجب این لایحه، میزانی از سابقه قضاوت و گذراندن دوره های آموزشی تخصصی از شرایط تصدی شعب دادگاه تجاری است در این لایحه به رئیس قوه قضاییه اختیار داده شده است تا با توجه به نوع دعاوی شعبی را از دادگاه تجاری را به رسیدگی به نوعی از دعاوی خاص همچون دعاوی مالکیت فکری اختصاص دهد.^۱ دارنده ی نام و نشانی اینترنتی که به صورت قانونی و مشروع آن را تحصیل کرده است تحت شرایط خاص و بعد از ثبت شدن نشانی انتخابی در مرجع صلاحیت دار حقوقی به دست میآورد که باید به طریق قانونی از آن حمایت شود. دارنده یا صاحب قانونی یک نام یا نشانی اینترنتی وقتی از حق تقدم یا حقوق انحصاری آن می تواند استفاده کند که در مرجع صلاحیت دار آن را به ثبت رسانده باشد به تعبیر بهتر بعد از ثبت شدن نشانی اینترنتی صاحب این نام و نشانی در برابر اشخاص ثالث و مرجع ثبت کننده حقوق و امتیازاتی را کسب می کند و در این صورت اشخاص ثالث حق ندارند که از آن بدون اجازه صاحب امتیاز بهره برداری کنند و مرجع ثبت کننده نیز حق ندارد که نام و نشانی ثبت شده مزبور را برای متقاضی بعدی به ثبت برساند و اگر چنین واقعه ای به طور اتفاقی رخ داده باشد صاحب حق تقدم میتواند از مرجع مزبور خسارت مطالبه کند و نسبت به ابطال ثبت غیر مجاز نشانی اینترنتی با مراجعه به مرجع قانونی اقدام نماید.

بند دوم: اقامه دعوی و رسیدگی قضایی بر اساس قوانین داخلی

در حال حاضر قوانین موجود و حاکم بر موضوع ثبت اسم دامنه اینترنتی با استفاده از عین یا مشابه علامت تجاری ثبت شده متعلق به دیگران در قالب دو قانون قابل طرح و رسیدگی است این قوانین عبارتند از: الف - قانون ثبت

^۱ سیدین، علی، کارچانی، مهدی (۱۴۰۰)، حقوق مالکیت صنعتی در آئینه اندیشه های قضایی (نشست های علمی و نقد رای)، تهران، پژوهشگاه قوه قضاییه و مرکز مطبوعات و انتشارات قوه قضاییه، صص ۲۴۹- ۲۵۰

اختراعات طرحهای صنعتی و علایم تجاری مصوب سال ۱۳۸۶ ب - قانون تجارت الکترونیکی مصوب سال ۱۳۸۲. نکته با اهمیت این است که هر دو قانون به گونه ای تنظیم و تصویب شده است که هم دارای جنبه ی حقوقی و هم دارای جنبه کیفری هستند. وقتی در خصوص تعارض حقوق ناشی از ثبت علامت تجاری و نام دامنه به دادگاه حقوقی دادخواستی تقدیم میگردد خواسته دعوی عمدتاً منع استفاده ابطال نام دامنه خوانده و ثبت نام دامنه به نام خواهان خواهد بود. بدین معنا که خواهان به عنوان مالک علامت تجاری ثبت شده مدعی است که خوانده عین یا مشابه علامت تجاری متعلق به وی را مورد استفاده قرار داده و به صورت نام دامنه اینترنتی به ثبت رسانده و موجبات گمراهی مصرف کنندگان را فراهم ساخته است. در چنین حالتی محکمه حقوقی با استناد به ماده ۳۱ و بند «ب» ماده ۴۰ و ماده ۶۰ از قانون ثبت، اختراعات طرح های صنعتی و علائم تجاری حکم به منع استفاده خوانده از علامت عین یا مشابه علامت تجاری متعلق به خواهان را صادر خواهد نمود. در عین حال با بهره گیری از کلمه «ممنوع» در متن ماده ۶۶ قانون تجارت الکترونیکی این مجوز را برای خود قائل می شود که اقدام به ابطال نام دامنه اینترنتی ثبت شده توسط خوانده نماید. بدیهی است در این راستا عمدتاً مرکز ثبت دامنه کشوری (ایرنیک) در پژوهشگاه دانشهای بنیادی نیز به عنوان خوانده دیگر لایحه ای را تقدیم خواهد داشت که متن آن مبین نحوه ثبت دامنه زمان ثبت و مشخصات ثبت کننده دامنه خواهد بود و این امر فرایند صدور حکم برای محکمه حقوقی را تسهیل خواهد نمود. ضمن این که جهت حفظ حقوق خواهان و جلوگیری از تکرار دوباره نقض حقوق محکمه بنا به درخواست خواهان، اقدام به صدور حکم مبنی بر الزام مرکز ثبت دامنه کشوری به ثبت نام دامنه اینترنتی به نام خواهان نیز می نماید. بدین ترتیب ملاحظه میشود که دادگاه حقوقی با استناد به موادی از قانون ثبت اختراعات طرح های صنعتی و علائم

تجاری و نیز قانون تجارت الکترونیکی با احراز سوء نیت و گاه بدون ضرورت به احراز چنین امری اقدام به انشای رأی می نماید در این راستا گاهی نیز نام تجاری خواهان یا بخشی از آن به عنوان نام دامنه اینترنتی خوانده به ثبت میرسد در این صورت نیز دادگاه حقوقی با استناد به ماده ۶۲ قانون ثبت اختراعات طرحهای صنعتی و علائم تجاری و نیز مستنداً به ماده ۹ قانون مدنی از کنوانسیون پاریس نیز بهره برده و مطابق ماده ۸ کنوانسیون مذکور و نیز ماده ۴۷ از قانون ثبت اختراعات طرحهای صنعتی و علائم تجاری مبادرت به صدور رأی مبنی بر منع استفاده از نام تجاری به صورت نام دامنه اینترنتی مینماید و بدین وسیله نه تنها علامت تجاری بلکه نام تجاری نیز مورد صیانت قرار می گیرد. چرا که گاهی آنچه به عنوان علامت تجاری توسط تجار به ثبت میرسد با نام تجاری مورد استفاده آنان متفاوت می باشد. از سوی دیگر قانون ثبت اختراعات طرحهای صنعتی و علائم تجاری و قانون تجارت الکترونیکی در خصوص ثبت اسم دامنه اینترنتی و استفاده از علامت تجاری در فضای مجازی و غیرمجازی (فیزیکی) واجد وصف کیفری است و قانونگذار در هر دو قانون مذکور برای استفاده کنندگان غیر مجاز از علائم تجاری دیگران در فضای مجازی و به صورت اسم دامنه اینترنتی در ماده ۶۶ قانون تجارت الکترونیکی اوصافی را بیان داشته و مجازاتی را در ماده ۶۷ قانون مذکور پیشبینی نموده است که با عنایت به گستردگی فضای مجازی و این که کاربران زیادی امکان مراجعه به سایتهای ایجاد شده از سوی متخلفین را دارند به نظر میرسد مجازات تعیین شده از بازدارندگی لازم برخوردار نیست. به هر ترتیب در صورت استفاده غیر مجاز از علامت تجاری متعلق به دیگران در فضای غیر مجازی فیزیکی نیز قانونگذار مجازاتی را در ماده ۶۰ قانون ثبت اختراعات طرحهای صنعتی و علائم تجاری پیشبینی نموده که شامل جزای نقدی حبس و هر دو مجازات به صورت مجموع قابل اعمال از سوی محکمه کیفری می باشد.



بخش هشتم: نمونه رای های اجرایی

• نمونه رای اول

مدیران شرکت آ - ب الکترولوکس در می یابند که علامت تجاری شرکت که در کشور جمهوری اسلامی ایران نیز سابقه ثبت دارد به صورت نام دامنه اینترنتی (aeg.ir) توسط شخصی مقیم تهران به ثبت رسیده است از این رو با انتخاب وکیل اقدام به طرح دعوی در مرکز داوری واپو می نماید و پرونده به شماره (۰۰۳۸ - ۲۰۱۶) (DIR)^۱ ثبت میشود. ابتدا مرکز داوری موضوع ثبت دامنه در مرکز ثبت دامنه کشوری ایران را بررسی و مورد تأیید قرار می دهد و سپس اعلام میکند که ادعای نامه مطابق با آیین نامه حل اختلاف تنظیم و تکمیل شده است. از این ادعای نامه رسماً به خواننده اطلاع داده و رسیدگی در تاریخ ۱۴ / ۸ / ۱۳۹۵ آغاز میگردد. ضمناً به خواننده تا تاریخ ۴ / ۹ / ۱۳۹۵ مهلت داده میشود تا چنانچه پاسخی دارد ارسال نماید مرکز در تاریخ ۱۲ / ۹ / ۱۳۹۵ آقای را به عنوان داور منفرد تعیین می کند. بررسی سابقه امر حکایت از آن دارد که خواهان یکی از تولید کنندگان پیشگام لوازم خانگی وسایل آشپزخانه و محصولات تمیز کننده و مراقبت از سطوح بوده و متجاوز از ۹۰ سال سابقه فعالیت در این حوزه دارد خواهان مالک علامت تجاری ثبت شده به صورت (AEG) سراسر جهان از جمله ایران یعنی کشور محل استقرار خواننده است. نام دامنه موضوع دعوی حاضر در سال ۲۰۱۶ میلادی به ثبت رسیده است و حدود یک ماه قبل از طرح دعوی به وب سایتی متصل شده که با وب سایت خواهان شباهت داشته و از همان طرح و رنگ و لوگوی رنگ مشخص خواهان استفاده شده است. وکیل خواهان در ادعای نامه خود اظهار داشته است علامت تجاری خود را در ایران به ثبت رسانده و همچنین

^۱ WIPO Arbitration and Mediation Center. Case No. DIR۲۰۱۶-۰۰۳۸ Available at:

[http://www.wipo.int/amc/en/domains/search/text.jsp?case= DIR۲۰۱۶-۰۰۳۸/lastvisited](http://www.wipo.int/amc/en/domains/search/text.jsp?case=DIR۲۰۱۶-۰۰۳۸/lastvisited) on Dec. ۲۸, ۲۰۱۷

پایگاههای اطلاعاتی اینترنتی متعددی از جمله وب سایتی به نشانی www.AEG.com را مورد بهره برداری قرار می دهد. نام دامنه مورد اختلاف متضمن علامت تجاری خواهان بوده و به منظور عرضه توأم با حسن نیت کالا و خدمات مورد استفاده قرار نگرفته است نام مزبور تا همین اواخر مرتبط با وب سایتی بود که به فروش گذاشته شده بود در سایت مزبور هیچ عبارتی دال بر رد مسئولیت مبنی بر این که وجود یا عدم وجود هر گونه رابطه با خواهان را توضیح دهد وجود ندارد. خواننده با این اقدام خواهان را از حق خود مبنی بر منعکس ساختن علامت تجاری متعلق به خود در نام دامنه محروم ساخته است. خواننده تعمداً می کوشد با ایجاد شبهه مشابهت با علامت تجاری خواهان مبنی بر اینکه منبع اصلی سایت خواننده بوده یا به آن وابستگی داشته یا مورد تأیید خواهان میباشد، بازدیدکنندگانی را به سایت خود جلب نماید. این در حالی است که خواننده به ادعاهای خواهان پاسخی نداده است. داور رسیدگی کننده به موضوع یافته های خود را این گونه بیان می کند:

الف - همسانی یا مشابهت گمراه کننده خواهان یک عرضه کننده شناخته شده لوازم آشپزخانه و محصولات تمیزکننده بوده و مالک علامت تجاری AEG در بسیاری از کشورها در سراسر جهان از جمله در سال ۲۰۰۲ میلادی در ایران یعنی کشور محل استقرار خواننده است. نام دامنه مورد بحث متشکل از نامی است همسان علامت ثبت شده خواهان یعنی AEG که پسوند کد کشوری *ir* به آن افزوده شده است که هنگام مقایسه نام ها به موجب مقررات سیاست نامه این پسوند عموماً نادیده گرفته می شود. بدین لحاظ از نظر داور رسیدگی کننده نام دامنه مورد بحث همسان با علامتی است که خواهان به موجب مقررات سیاست نامه در آن ذیحق است.

ب - حقوق یا منافع مشروع محتویات سایت به وضوح حکایت از آن دارد که خواننده به اهمیت نام AEG واقف است چرا که سایت پیوسته نام دامنه مورد

بحث علامت شاکی را، در قالب لوگوی آن مورد استفاده قرار داده است چنین کاری منصفانه نیست چرا که سایت مورد نظر لوگوی خواهان را مورد استفاده قرار داده حال آن که این نکته را روشن نساخته است که هیچ گونه رابطه تجاری با خواهان ندارد. از نظر داور رسیدگی کننده چنین کاربردی گمراه کننده است چرا که تلویحاً و بر خلاف واقع حمایت یا تصدی خواهان یا وابستگی به خواهان را القا می کند. بدین لحاظ چنین کاربردی مصداق عرضه کالا و خدمات از روی حسن نیت نیست. خواننده پاسخی به این ادعا نداده و هیچ دلیل قانونی در خصوص این که حق استفاده از علامت خواهان در نام دامنه مورد بحث و همچنین نام و لوگوی خواهان در وب سایت را داشته اقامه نکرده است. لذا از نظر داور رسیدگی کننده خواننده حقوق یا منافع مشروعی در نام دامنه مورد بحث نداشته و ادعای خواهان واجد دومین عنصر موضوع مقررات سیاست نامه فقدان حق یا منافع مشروع در نام دامنه میباشد.

ج - ثبت یا کاربرد با سوءنیت: محتوای وب سایت خواننده به روشنی حاکی از آن است که خواننده نسبت به حقوق شاکی آگاهی دارد به وضوح معلوم است که استفاده از لوگوی AEG که حاوی علامت تجاری خواهان است موجب می گردد که بازدیدکنندگان چنین تصور کنند که وب سایت مرتبط با نام دامنه مورد بحث متعلق به خواهان است لذا رأی داور رسیدگی کننده بر این است که خواننده با ایجاد تشابه با علامت تجاری خواهان و ایجاد شبهه حمایت یا تأیید خواهان یا وابستگی به خواهان به عنوان منبع اصلی سایت، تعمداً کوشیده است، به قصد کسب منافع تجاری، توجه کاربران اینترنت را به وب سایت خود جلب نماید داور رسیدگی کننده به این نکته نیز امعان نظر دارد که نام دامنه مورد بحث جهت فروش عرضه شده است و معتقد است ادعای خواهان ضمن ارائه ادله کافی مبنی بر ثبت نام دامنه توسط خواننده و سوء نیت وی در استفاده از آن واجد عنصر سوم موضوع مقررات سیاست نامه عنصر (سوء نیت) در مورد دامنه *ir* می باشد که صرف ثبت با



استفاده از روی سوء نیت را در هر صورت مقرر می دارد. رأی با عنایت به ادله فوق و طبق بند ۴ سیاست نامه و بند ۱۵ آیین نامه داور حکم به انتقال نام دامنه aeg.ir به خواهان را صادر مینماید.

• نمونه رای دوم

دعوی ابطال رای دآوری مرکز دآوری و میانجیگری سازمان جهانی مالکیت معنوی (WIPO) متضمن انتقال نام دامنه های اینترنتی hoteLF.ir و ibistehran.ir و novel hotels.ir و novoteltehran.ir بنام شرکت ACCORT مورد پذیرش دادگاه قرار نگرفت و حکم بر بطلان دعوی خواهان صادر شد.

رای دادگاه بدوی: نظر به اینکه دامنه مورد استفاده خواهان قبل از استفاده به عنوان نام تجاری و علامت تجاری و نام دامنه توسط خواننده ثبت شده و متعلق به خواننده مورد استفاده خواننده قرار گرفته و حق تقدم برای خواننده ایجاد شده با احراز ارکان و شرایط مندرج در ماده ۴ سیاست نامه حل اختلاف در زمینه ثبت دامنه و ماده ۲۱ و ۸ و ۱۰ کنوانسیون پاریس برای حمایت از مالکیت صنعتی و مواد ۴۷ و ۶۲ قانون ثبت اختراعات و طرحهای صنعتی و علائم تجاری ایران و ماده ۶۶ قانون تجارت الکترونیکی ایران و مواد ۳۳ و ۳۴ قانون دآوری تجاری بین المللی ایران مصوب ۷۶ لذا دعوی غیر وارد و غیر ثابت تشخیص و مستنداً به مواد ۳ و ۱۹۷ قانون آئین دادرسی دادگاههای عمومی و انقلاب در امور مدنی مصوب ۷۹ و قوانین مذکوره حکم به رد دعوی صادر و اعلام می گردد. رأی صادره ظرف ۲۰ روز پس از ابلاغ قابل اعتراض و تجدید نظرخواهی در دادگاه محترم تجدید نظر استان تهران می باشد. رئیس شعبه ۱۲۶ دادگاه عمومی حقوقی تهران: رأی شماره ۲۵۹ مورخ ۳۱/۰۲/۱۳۹۹ دادگاه تجدیدنظر تجدید نظر خواهی آقای محمدرضا آقائی به طرفیت شرکت ACCOR از کشور فرانسه نسبت به دادنامه شماره ۱۹۴۷- ۲۰/۱۲/۱۳۹۷ صادره از شعبه ۱۲۶ دادگاه عمومی حقوقی تهران که به موجب آن دعوی تجدید نظرخواه با خواسته ابطال رأی دآوری شماره ۰۰۱۱- ۲۰۱۸- DIR صادره از مرکز دآوری و

میانجیگری سازمان جهانی مالکیت معنوی (WIPO) به همراه خسارت دادرسی مورد پذیرش محکمه نخستین قرار نگرفته و حکم به رد دعوای خواهان صادر و اعلام گردیده و دادنامه معترض عنه وفق مقررات و با رعایت اصول دادرسی و توجه به مقررات قانون داوری تجاری بین المللی ایران مصوب ۱۳۷۶ صادر گردیده و خدشه ای به استنباط و استدلال محکمه وارد به نظر نمی رسد. تجدید نظر خواه نیز در این مرحله از دادرسی دلیل یا مدرک معتبر و محکمه پسندی که نقض دادنامه را ایجاب و اجابت خواسته را فراهم آورد ابراز نکرده و لایحه اعتراضیه متضمن جهت موجه نمی باشد به علاوه محتویات پرونده حکایت از آن دارد که تجدیدنظرخواه در مرکز ثبت دامنه کشوری ایران (ایرانیک) مبادرت به ثبت دامنه های : ۱. ir. HotelF1، ۲. ibistehran.ir، ۳. novoteLhoteLs.ir، ۴. novoteLtehran.ir. نموده و شرکت تجدید نظر خوانده که تحت قوانین فرانسه ثبت و تأسیس شده و دارای هتلهای زنجیره‌ای با برندهای HOTEL F1 و IBIS و NOVOTEL می باشد با مراجعه به مرکز داوری سازمان جهانی مالکیت معنوی (WIPO) و ادعای تقدم در ثبت علائم تجاری مذکور و وجود شباهت گمراه کننده با دامنه های اینترنتی موصوف تقاضای رسیدگی نموده و به موجب رأی داوری مورد خواسته هیأت دادرسی حکم صادر نموده تا نام دامنه های فوق الذکر به شرکت تجدید نظر خوانده منتقل شوند اولاً - آقای محمدرضا آقاسی برای ثبت دامنه اینترنتی تحت (ir) موافقت خود را با ضوابط و شرایط ثبت که سیاست نامه حل اختلاف نام دامنه و آئین نامه حل اختلاف دامنه جزء آن میباشد اعلام نموده و به موجب موافقتنامه فی مابین مرکز ثبت دامنه کشوری ایران (ایرانیک) و سازمان جهانی مالکیت معنوی (WIPO) صلاحیت رسیدگی مرکز داوری و میانجیگری سازمان مذکور برای حل اختلافات ناشی از ثبت دامنه های تحت (ir) پذیرفته شده است. ثانیاً - روابط طرفین تحت حاکمیت مقررات قانون داوری تجاری بین المللی ایران مصوب ۱۳۷۶ بوده که خواهان باید درخواست خود را بر مبنای یکی از جهات موضوع مواد ۳۳ و ۳۴ آن قانون تقدیم دارد که در مانحن فیه بر طبق

لایحه شماره ۳۴۶۸۷۳۸ مورخ ۱۳/۱۱/۱۳۹۷ ادعای خواهان مشمول بند د ماده ۳۳ و بندهای یک و دو ماده ۳۴ اعلام شده که با بررسی مقررات مذکور، ادعای خواهان منطبق با هیچکدام از بندهای مرقوم نمی باشد ثالثاً - شرکت ACCOR علائم تجاری موصوف را قبل از ثبت دامنه های اینترنتی خواهان به ثبت رسانیده به عبارتی در تاریخ ۲۹ دسامبر ۱۹۹۴ نشان جهانی NOVOTEL در دفتر مالکیت معنوی ایران (IRIPO) و در ۲۰ آوریل در اداره مالکیت معنوی اتحادیه اروپا (EUIPO) ثبت شده و نشان جهانی IBIS در تاریخ ۱۷ ژوئیه ۱۹۸۹ در سازمان جهانی مالکیت معنوی (WIPO) و در ۱۰ مه ۲۰۰۵ در دفتر مالکیت معنوی ایران (IRIPO) ثبت گردیده و علامت HOTEL F در تاریخ ۱۴ آوریل ۲۰۰۸ در اداره مالکیت معنوی اتحادیه اروپا (EUIPO) به ثبت رسیده است و همچنین صاحب دامنه های اینترنتی با نام علائم مذکور تحت عنوان (COM) در سالهای ۱۹۹۷ و ۲۰۰۱ و ۲۰۰۴ می باشد. رابعا - دامنه های اینترنتی تجدیدنظرخواه از حیث تلفظ و شکل ظاهر تقریباً دارای شباهت گمراه کننده با علائم و نشانه های شرکت تجدید نظر خوانده بوده و اضافه کردن نام تهران یا کلمه هتل موجب جلوگیری از گمراهی و فریب مصرف کننده خدمات هریک نبوده و من حیث المجموع رای داوری مورد خواسته به نحو صحیح و برابر مقررات صادر گردیده و موجبی قانونی به ویژه شرایط مندرج در مواد ۳۳ و ۳۴ قانون داوری تجاری بین المللی مصوب ۱۳۷۶ وجود ندارد. دادگاه ادعای تجدید نظرخواه را وارد تشخیص نداده مستنداً به ماده ۳۵۸ قانون آئین دادرسی مدنی ضمن رد درخواست تجدید نظر خواهی دادنامه تجدیدنظر خواسته را تأیید می نماید رأی صادره قطعی است.

رئیس شعبه ۱۰ دادگاه تجدید نظر استان تهران محمد حسن امی

نتیجه گیری و پیشنهادات

• نتیجه گیری

با توجه به مطالبی که در این پژوهش بیان گردید، نتایجی گرفته میشود که بدانها میپردازیم. حقوق مالکیت صنعتی (همچون حقوق مالکیت ادبی و هنری) در فضای تبادل اطلاعات، علاوه بر تحمل خطرات سنتی و قدیمی در قالب های نوین، چالش ها و دست اندازی های جدیدی را نیز به خود دیده است که از منظر حقوقی، بعضاً، فراتر از یک «تغییر ابزار» صرف در ارتکاب تجاوز تلقی می شود و لذا نیازمند شناسایی، تحلیل و نهایتاً پیش بینی راه حل حقوقی جدید و مناسب است. دعوای حقوقی ای که در این پژوهش به آن پرداختیم عبارت بود از: «حل و فصل اختلافات در صورت تعارض حق مکتسبه ناشی از ثبت علائم تجاری و دامنه ای اینترنتی». در این عمل، ثبت کننده نام دامنه علامت تجاری اشخاص دیگر که غالباً علائم تجاری مشهور می باشند- را به عنوان نام دامنه برای خود به ثبت می رساند. هدف شخص از ثبت چنین نام دامنه ای نیز آن است که به هنگامی که مالک علامت تجاری بخواهد فعالیت تجاری خود را در فضای مجازی اینترنت از طریق ثبت علامتش به عنوان نام دامنه توسعه بخشد، یا ثبت قبلی علامتش مواجه گردد و دلیل آن که ثبت این نامها در اینترنت منحصر به فرد هستند و ثبت آنها فقط برای یک شخص ممکن است، چاره ای جز این نداشته باشد که حق ثبت این نام دامنه را از ثبت کننده سوء استفاده گر آن بخرد. ثبت کنندگان نام دامنه هم که با سوء نیت و به هدف کسب سود، علامت تجاری فرد دیگری را به عنوان نام دامنه ثبت نموده اند، حاضر می شوند تنها در مقابل اخذ مبالغ گزافی، این حق را به صاحب اصلی آن واگذار نمایند. از آنجا که رسیدگی به این دعوای در مراجع قضایی، زمانبر و پرهزینه بود، و از طرف دیگر به دلیل ماهیت فرامرزی اینترنت، ممکن بود صلاحیت قضایی چند کشور در رابطه با این دعوای مطرح گردد، شرکت

اینترنتی برای نام‌ها و آدرس‌های تخصیص یافته (آیکن) با همکاری وایپو به ابداع یک شیوه غیر قضایی برای حل اختلافات، اقدام نمود. این اختلافات طبق سیاستنامه متحدالشکل حل اختلافات نام دامنه که حاصل توصیه‌های وایپو بود و به تأیید آیکن رسید، مورد رسیدگی قرار می‌گیرد.

دو - چالش عمده در حوزه علائم تجاری، از اصل سرزمینی بودن حمایت از علامت تجاری و تعارض آن با خصیصه ذاتی اینترنت (یعنی بدون مرز بودن آن) ناشی می‌شود، زیرا اصولاً علامت تجاری در محدوده مرزهای جغرافیایی تعریف و حمایت می‌شود ولیکن اینترنت فضایی بدون مرز است. این چالش هم در مرحله تحصیل حق بر علامت (بخصوص علائم مشهور) و هم در مرحله اثرگذاری حق نمود دارد.

سه - صرفنظر از «استعمال غیر مجاز علامت تجاری برای تبلیغات در فضای مجازی»، که شکل سنتی تجاوز به علامت تجاری با ابزار جدید محسوب می‌شود و از موضوع حاضر خروج موضوعی دارد؛ بعنوان مصادیق اعمال تجاوزکارانه به علامت تجاری در فضای مجازی می‌توان به: استفاده از علائم تجاری بعنوان نام دامنه، استفاده از علامت تجاری بعنوان قاب‌بندی، پیوند گذاری، تبلیغات از طریق آگهی‌های جهشی، فروش علائم تجاری بعنوان کلید واژه و جذب مشتری از طریق روش موسوم به تله موش اشاره کرد. این موارد بعنوان مهم‌ترین صور دست‌اندازی ناروا به علامت تجاری در فضای تبادل اطلاعات، در حقوق ایران صریحاً منع نشده‌اند.

چهار - ضعف عمده در حمایت از حقوق مالکیت صنعتی در فضای تبادل اطلاعات، بیش از آنکه در قوانین مربوطه باشد (که البته این سخن به معنی نفی ضعف در قوانین نمی‌باشد) در رویه قضایی غنی است که بتواند راهگشای دادگاه‌ها و نیز مراجعین (از حیث پیش‌بینی تفسیرهای جاری از قوانین موجود) باشد.

پنج - به دلیل قرابت روش‌های انجام تجارت الکترونیکی با فرمول‌ها و ابزارهای فنی امکان حمایت از این روش‌ها بعنوان حق اختراع در برخی نظام‌های حقوقی برسمیت شناخته شده است. در حقوق ایران خلاف این نظر پذیرفته شده است.

شش - به دلیل سابقه تاریخی و خصوصیات فنی اینترنت، نام دامنه بصورت متمرکز مدیریت می‌شود و تابع قاعده «حق تقدم» است. همین امر موجب بروز اختلاف میان دارندگان علامت یا اسم تجاری مشابه با نام دامنه می‌شود زیرا همواره چنین نیست که آن کس که پیشتر نام دامنه‌ای را ثبت کرده است، دارنده نهایی یا منحصر حق بر علامت تجاری مشابه این نام دامنه نیز باشد و همین امر زمینه بروز چالش می‌شود.

هفت - مدیریت نهایی نام دامنه بر عهده یک نهاد آمریکایی است که البته اسنادی را نیز بصورت تحمیلی به تائید و موافقت متقاضیان می‌رساند. این اسناد غالباً ناظر بر نحوه حل و فصل اختلافات می‌باشند. البته در عمل کمتر دیده شده که دولت ایالات متحده آمریکا در کار این نهاد دخالت سیاسی نموده و یا خود این نهاد دست به چنین سوء استفاده‌ای بزند.

هشت - وجه دیگر چالش، ناشی از امکان همزیستی نام و علامت تجاری مشابه در کشورهای مختلف و عدم امکان بکارگیری نام دامنه مشابه در اینترنت است. این وضعیت به تنهایی یکی از عمده‌ترین زمینه‌های بروز چالش را ایجاد می‌کند و ره آورد پیدایش فضای بدون مرز سایبر است.

نه - یکی از مهمترین چالش‌ها در حوزه فناوری اطلاعات، تبیین صحیح جایگاه هریک از موضوعات می‌باشد تا از موازی کاری و تداخل مباحث و تحقیقات جلوگیری شود. به اعتقاد ما حقوق فناوری اطلاعات به پنج حوزه قابل تقسیم است: حوزه «آزادی گردش اطلاعات»، حوزه «حریم خصوصی»، حوزه «حقوق مالکیت فکری در فضای تبادل اطلاعات، حوزه حقوق تجارت الکترونیکی و حوزه‌ی

حاکمیت در جامعه اطلاعاتی. نام دامنه در شاخه حقوق مالکیت فکری در فضای تبادل اطلاعات که از شاخه‌های پنج گانه حقوق فناوری اطلاعات جای می‌گیرد.

• پیشنهادات

یک. علاوه بر رفع خلاء‌های پیش گفته، در خصوص حمایت از علامت تجاری در فضای تبادل اطلاعات هرچند حمایت‌هایی پراکنده در قوانین ایران وجود دارد مع الوصف نیازمند قوانین صریح‌تر و شفاف‌تر می‌باشیم. این مهم بخصوص در حوزه حمایت کیفری از علامت تجاری محسوس‌تر است و نیازمند اصلاحات جزئی در قوانین مربوطه بخصوص قانون تجارت الکترونیکی می‌باشیم. در این قوانین اولاً باید حدود حق انحصاری دارنده نام دامنه مشخص شود و ثانیاً علاوه بر تعارض نام دامنه با نام و علائم تجاری در خصوص سایر تعارضاتی که روز به روز اهمیت آنها افزایش می‌یابد مقررات مناسبی وضع شود از جمله در خصوص تعارض نام دامنه با نام اشخاص، باید در وهله اول حدود منافع تجاری در نام شخصی اشخاص حقیقی مشخص شود و در وهله دوم نحوه حل تعارضات آن با نام دامنه مشخص شود.

دو - برای رفع ضعف رویه قضایی نیاز به تربیت قضات و وکلا و به طور کلی حقوقدانانی که در این زمینه تخصص داشته باشند احساس می‌شود. با توجه به اینکه صاحب علامت تجاری به عنوان خواهان اقدام به ثبت دادخواست در مراجع قضایی می‌نماید متأسفانه فاصله زمان ثبت دادخواست تا زمان رسیدگی و صدور حکم مدت نسبتاً طولانی است و مشکل زمانی دوچندان خواهد شد که خوانده محکوم شده با اعتراض واهی پرونده را قابل رسیدگی در دادگاه تجدید نظر استان می‌داند در این فاصله زمانی زیاد شخص متخلف کماکان از دامنه اینترنتی می‌تواند استفاده کند که نه تنها به اعتبار و شهرت صاحب علامت تجاری لطمه می‌زند بلکه مصرف کننده عادی نیز بی‌خبر از همه جا کماکان کالای بی‌کیفیت و خدمات نامطلوب دریافت می‌کند، و متحمل ضرر و زیان می‌شود، بنابراین پیشنهاد می‌شود



تا با ایجاد شعب ویژه با تسریع در رسیدگی موجبات کاهش زمان اثبات حقانیت صاحبان علامت تجاری فراهم شود.

سه . در خصوص نحوه مدیریت نام دامنه های سطح بالای کشوری در ایران پیشنهاد می شود: اولاً سازمان تخصصی تر و مرتبطتری به عنوان متولی امر برگزیده شود و ثانیاً نظارت حقوقی دقیق تر بر عملکرد این متولی صورت گیرد و ثالثاً مقرراتی ویژه برای روابط متقاضیان و معترضان تدوین شود.

چهار . در خصوص نام دامنه های سطح بالای عمومی نیز انتقادهای بر ساختار نهاد متولی این نام دامنه ها مطرح شده است که توجیه کننده اصلاح این ساختار و مشارکت بیشتر دولتها (مجامع بین الدولی) در اداره آنست. همین نیاز در تدوین مقررات همگون که در سطح بین المللی بتوان از آن برای مقابله با سوء استفاده از نام دامنه سود جست نیز وجود دارد.

پنج - نکته مهم و قابل ذکر دیگر این است که جهت جلوگیری از بروز تعارض حق مکتسبه صاحب علامت تجاری و ثبت نام دامنه اینترنتی ایرنیک می تواند با اداره ثبت علائم هماهنگ شود، به این صورت که سیستم ثبت علائم تجاری به سیستم کارشناسان مستقر در ایرنیک متصل و کارشناسان ایرنیک نام دامنه را در اداره ثبت علائم تجاری جستجو نمایند آنچه مشخص شود که نام دامنه با استفاده از علامت تجاری ثبت شده توسط اشخاص دیگر همراه است از پذیرش تقاضا خودداری نمایند. بدیهی است چنانچه اقدامی از سوی مرکز ثبت دامنه اینترنتی کشور ایران (ایرنیک) در این خصوص به عمل نیاید ما همچنان شاهد بروز این گونه اختلافات در سطح داخلی و بین المللی خواهیم بود و ایرنیک به عنوان سرچشمه اصلی ثبت نام دامنه با انجام این کار می تواند جهت حفظ و اعتبار ارزش های واقعی ایرانیان در سطح جهانی گام موثری بردارد.



منابع و مآخذ

الف) منابع فارسی

• کتاب ها

۱. اصلانی، حمیدرضا (۱۳۹۰)، حقوق مالکیت صنعتی در فضای سایبر: دوره حقوق فناوری اطلاعات، تهران: انتشارات میزان
۲. امامی، اسدالله (۱۳۹۰)، حقوق مالکیت صنعتی، تهران: انتشارات میزان
۳. امامی، حسن (۱۳۷۷)، حقوق مدنی، ج ۳، تهران: انتشارات اسلامی
۴. امجدی پور، مسعود (۱۳۸۸)، مبانی اینترنت، تهران: انتشارات علم و دانش
۵. السان، مصطفی (۱۳۹۳)، حقوق فضای مجازی، تهران: موسسه مطالعات و پژوهشهای حقوقی شهر دانش
۶. اُمّی، محمد حسن (۱۳۹۹)، مالکیت فکری در رویه قضایی ایران علامت تجاری، ج ۱، تهران: نشر میزان
۷. پور نوری، منصور (۱۳۸۳)، حقوق مالکیت معنوی در دادگاه علامت تجاری و اختراعات، تهران: انتشارات مهر حقوق
۸. سیدین، علی، کارچانی، مهدی (۱۴۰۰)، حقوق مالکیت صنعتی در آیینہ اندیشه های قضایی (نشست های علمی و نقد رای)، تهران، پژوهشگاه قوه قضاییه و مرکز مطبوعات و انتشارات قوه قضاییه
۹. سیدین، علی، کارچانی، مهدی (۱۴۰۰)، حقوق مالکیت فکری جنبه های مرتبط با کسب و کار، نشر قم موسسه فرهنگی طه
۱۰. شمس، عبدالله (۱۳۸۲)، آیین دادرسی مدنی، جلد اول، تهران: انتشارات دراک
۱۱. شمس، عبدالحمید (۱۳۹۲)، حقوق مالکیت بر علائم تجاری و صنعتی، تهران: انتشارات سمت



۱۲. صفایی، سید حسین، قاسم زاده، سید مرتضی (۱۳۹۲)، حقوق مدنی اشخاص و محجورین، تهران: انتشارات سمت
۱۳. فیچر، میالی (۱۳۸۳)، حمایت از کپی رایست و حقوق مرتبط با آن در محیط دیجیتالی: فرصت‌ها و چالش‌ها، مندرج در سخنرانی‌ها و مقالات همایش ملی بررسی حقوق مالکیت ادبی و هنری، زیر نظر سعید حبیب و مرتضی شفیتی شکیب، تهران، خانه کتاب
۱۴. قاجار قیونلو، سیامک (۱۳۹۱)، مقدمه حقوق سایبر، تهران: نشر میزان
۱۵. قناد، فاطمه (۱۳۸۸)، حقوق ناشی از اسرار و علائم تجاری در فضای مجازی تازه‌های علوم بنایی، مجموعه مقایسه‌ها، زیر نظر علی حسین نجفی ابرند آبادی، تهران: انتشارات میزان
۱۶. کاتوزیان، دکتر ناصر (۱۴۰۱)، اموال و مالکیت، تهران: انتشارات میزان
۱۷. میرحسینی، سید حسن (۱۳۹۴)، حقوق نشانه‌های جغرافیایی، تهران: انتشارات میزان
۱۸. میرحسینی، سید حسن (۱۴۰۱)، مقدمه‌ای بر حقوق مالکیت معنوی، تهران: انتشارات میزان
۱۹. نوروزی، علیرضا (۱۳۸۱)، حقوق مالکیت فکری، حق مؤلف و مالکیت صنعتی، تهران: نشر چاپار

ب) مقالات

۱. احمدیان مقدم، فرید؛ جعفرزاده، میرقاسم (۱۳۹۶)، معیارهای احراز نقض علامت تجاری بر اساس ضوابط عام مسئولیت مدنی و خصوصیات علائم تجاری در حقوق ایران و ایالات متحده آمریکا، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، ش. ۸۵
۲. اسفندیاری، تهمینه (۱۴۰۰)، جلوه‌های نقض حقوق صاحبان علائم

- تجاری با تاکید بر رویه قضایی، فصلنامه داخلی قانون وکلای دادگستری، شماره ۲۱
۳. اسلامی پناه، علی؛ تقی زاده، کامل (۱۴۰۰)، پدیده غصب سایبری و طرق حل اختلاف مربوط بدان؛ با تمرکز بر سیاست متحداالشکل حل و فصل اختلافات نام دامنه، فصلنامه‌ی پژوهشی، دوره‌ی ۸۷، ش. ۱۲۱
۴. بادامچی محمد (۱۳۹۳)، ثبت غیرقانونی دامنه googl.ir توسط یک ایرانی اهل رفسنجان، ماهنامه قضاوت، ش ۴۶
۵. حبیب، سعید؛ شوشتری، زهرا (۱۳۹۹)، نظم عمومی و داوری‌پذیری دعاوی مالکیت فکری، مجله‌ی حقوقی دادگستری، ش. ۱۱۰
۶. زاهدی، مهدی (۱۳۷۹)، حقوق ثبت علائم تجاری: مطالعه تطبیقی در حقوق ایران و سازمان تجارت، مجله پژوهش و سیاست سال اول و دوم، شماره دوم و سوم
۷. زند و کیلی، علی؛ صادقی، محسن (۱۳۹۲)، نام تجاری و تمیز آن از مفاهیم مشابه، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، ش ۶۸
۸. ساورایی، پرویز؛ پورمسجدیان، فاطمه (۱۳۹۳)، تبیین ماهیت حقوقی و اختلاف نام دامنه اینترنت، دانشنامه حقوق و سیاست، ش. ۲۲
۹. صادقی، حسین (۱۳۸۵)، نام‌های دامنه و مسئولیت مدنی ناشی از نقض علامت تجاری، فصل‌نامه دیدگاه‌های حقوقی، دانشکده علوم قضایی و خدمات اداری، شماره چهل و چهل و یکم
۱۰. صادقی، محسن (۱۳۹۰)، نقش حقوق مالکیت فکری در کاهش قیمت تمام شده کالاها و خدمات، مجله‌ی حقوق تطبیقی، دوره‌ی ۲، ش. ۲
۱۱. صادقی، محسن؛ طاهری فرد، روح‌اله (۱۳۹۴)، مبانی حقوقی حمایت از علائم تجاری: نگاه نقادانه به رأی صادره در پرونده شرکت آمریکایی



- هرشی و شرکت ایرانی شکوپارس، پژوهشنامه‌ی بازرگانی، ش. ۷۶
۱۲. صالحی، جواد؛ مؤمنی تذرجی، احسان (۱۳۹۴)، علائم تجاری بویایی: جلوه‌ای نوین در حمایت حقوقی از علائم تجاری، فصلنامه‌ی حقوق خصوصی، دوره‌ی ۱۲، ش. ۲
۱۳. قربانی‌فر، مریم؛ الماسی، نجادعلی (۱۳۹۷)، صلاحیت قضایی بر نقض علائم تجاری در فضای مجازی در روبه‌ی قضایی آمریکا، فصلنامه‌ی علمی راهبرد، سال ۲۷، ش. ۸۶
۱۴. مرادی، یزدان، (کوچ تبه‌کاران به فضای مجازی)، روزنامه جام جم،

۱۳۹۶/۸/۹

ب) منابع انگلیسی

۱. Bettinger, Tortsen; Greimann, Volker, (2015), "Organizational Structure and Functions of the Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN)", book chapter of Domain Name Law and Practice, Oxford University Press
۲. Bomain Name Smith Grabam. J, Internet law and Regulation, London, Sweet and Moxwell, 2002
۳. Burshtein Sheldon, (2012), "Is a Domain Name Property?" Journal of Intellectual Property Law & Practice, Vol. 1, No. 1
۴. Christine soares, Are Domain Names Property? Dukel and Tech. Rev 0032, 2001, Available at: www.Law.duke.Edu/journals/dltr/articles/2001
۵. Colston,c. and Middleton k., Modern Intellectual property law, Cavendish publishing, London, second edition,2005
۶. David Nelmark, Birtual Property: The Challenges of Regulating Intangible, Exclusionary Property Interest Such as Domain Names, Northwestern University School of Law, Northwestern Journal of Technology and Intellectual Property, 2004
۷. Davidson, Alan, (2012), au. Dispute resolution Policy (auDRP),



book chapter of: *The Law of Electronic Commerce*, Cambridge University Press

۸. Denis Killeher and Karen Murray, *IT law in the European union*, Sweet and Maxwell, 2009, London
۹. Hector MacQueen, Charlotte Waelde & Graem Laurie, *Contemporary Intellectual Property: Law and Policy*, Published by the Oxford University Press, 2007
۱۰. Houring, P, *Domain Names and Trade Marks: Disputes from an Australian Perspective* Fitzgerald, A, Fitzgerald, B., Cook, P and Cifuentes, C (eds), *Going Digital: Legal Issues for Electronic Commerce, Multimedia and the Internet*, Prospect Media, New South Wales, 1998
۱۱. Huff, Chris A, (2021) "License and registration: how both property and contract legal frameworks fall short on interpreting domain name registration under the US Anticybersquatting Act", *Information and Communications Technology Law*
۱۲. Jason, Rhodes Last call for cybersquatters? The Anticybersquatting consumer Protection Act, *Syracuse law and Technology Journal*, fall 2003, at: www.law.syr.edu/students/publications/sst/r/frameset/archive/-html.
۱۳. Jonathan Nilsen, *Mixing oil with water: Resolving the Difference Between Domain Names and Trademark law*, H.High Tech 2012
۱۴. Kesmodel, David, *the Domain Game: How people Get Rich from internet Domain Names*, Publisher: David Kesmodel, 2010
۱۵. Khodosh, A. V., (2021), "Domain Name Dispute Arising from Trademark Infringement: Possible Ways of Their Resolution", *Juridical Scientific and Electronic Journal*
۱۶. Kopplin, ohn, *An Illustrated History of computers*, Computer Science Lab, 2002
۱۷. Korman, Tomas, (2013), *the Relationship between Domain Names and Trademarks*, L.L.M. Thesis, Central University
۱۸. Korman, Tomas, (2013), *the Relationship between Domain*



- Names and Trademarks, L.L.M. Short Thesis, Central European University*
۱۹. *Lipton Jacqueline, celebrity in cyberspace: A Personality Rights Paradigms personal Domain Name Disputes, Washington and lee, ۲۰۱۲*
۲۰. *Patterson, Angelal., with liberty and Domain Name for All Restructuring Domain Name Dispute Resolaution Policies, San Diego law Review Association, San Diego law Review, winter, ۲۰۰۹*
۲۱. *Sanderson Matthew, candidates, squatter and Gripersi A Primer on political cybersquatting and a proposal for Reform, available at [www.lebertonline. Com/doi/ads/10.1089 elj](http://www.lebertonline.Com/doi/ads/10.1089/elj), last accessed August 16, 2023.*
۲۲. *Smith, L, (2011), "Nominet Dispute Resolution Service decisions subject to review by the courts", Journal of Intellectual Property Law & Practice, Vol. 7.*
۲۳. *Symonds, M., The World in 2000, London, The Electronic Groop, ۲۰۰۱*
۲۴. *Vihikan, Wayan Oger; Mistica, Meladel; Levy, Inbar; Christie, Andrew F; Baldwin, Timothy, (2021), "Automatic Resolution of Domain Name Disputes", Natural Legal Language Processing Workshop*