

نظام حقوقی حاکم بر نام دامنه در حل و فصل اختلافات

(با تأملی بر ماده ۶۶ قانون تجارت الکترونیک)

دکتر محمود حبیبی^۱، راضیه فامیلی^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۷/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۱/۳۱

چکیده

گسترده‌گی شبکه جهانی اینترنت و تجارت بین‌الملل و پیوستن بسیاری از شرکت‌ها و صاحبان کالا و خدمات به این شبکه جهانی برای فروش کالا و خدمات، بیش‌ازپیش بر اهمیت کسب و کارهای نوین مبتنی بر وب افزوده است. استفاده شرکت‌های تجاری از نام دامنه یکی از مهم‌ترین عناصر جهت شناساندن خود، محصولات، اختراعات و خدمات در توسعه تجارت الکترونیکی و انجام فعالیت‌های تجاری از طریق اینترنت است. در حال حاضر حق انحصاری دارنده نام دامنه پس از ثبت آن در خصوص نشانی‌های اینترنتی بیانگر اهمیت حمایت از دارندگان حقوق صاحبان نام دامنه و حل و فصل اختلافات ناشی از نقض این حق می‌باشد. در مورد اختلافات بین‌المللی مربوط به اسامی دامنه، مهم‌ترین شیوه روش «یو، دی، آر، پی»^۳ (حل و فصل اختلافات به‌وسیله داوری) است. در حال حاضر ثبت دامنه صرفاً بر مبنای حق تقدم صورت می‌پذیرد و مشکل از آنجا شروع می‌شود که گاهی انتخاب نام دامنه با علائم تجاری تداخل پیدا می‌کند؛ در واقع نام دامنه انتخاب شده پیش‌تر به‌عنوان علامت تجاری یک تاجر یا شرکت تجاری ثبت شده است. نگارندگان بر این است که با توجه به قوانین و مقررات و رویه‌های جاری، این موضوع را مورد بررسی و تدقیق قرار دهند.

واژگان کلیدی: فرا قضایی، داوری، مالکیت فکری، نام دامنه، علائم تجاری، تجارت الکترونیک

^۱ استادیار گروه حقوق خصوصی، عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال
yahoo.com@99dr.habibi

^۲ دانش آموخته کارشناسی ارشد، رشته حقوق خصوصی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال (نویسنده مسئول)
ra.famili52@gmail.com

^۳ Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy

مقدمه

آنچه امروزه زاینده اندیشه بشری است، متعلق به منطقه و مردم خاصی از جهان نیست، بلکه اندیشه‌های بشری در سراسر جهان پراکنده است و مورد استفاده عموم قرار می‌گیرد. اکنون اندیشه‌های ذهنی افراد مورد ارزیابی اقتصادی است و گاهی موضوع دعاوی بین تجار یا افراد غیر تاجر قرار می‌گیرد. از این رو تأمین و تضمین حقوق مادی صاحبان اثر و دارنده حق مالکیت فکری از یکسو و بهره‌مندی جوامع بشری از این دستاوردها به شکلی مدون و قانونمند از سوی دیگر، همواره مورد توجه بوده است تا موجبات و زمینه سوءاستفاده فراهم نگردد. با این حال، با توجه به ماهیت متفاوت اموال فکری، به نظر می‌رسد که اصول و قواعد حاکم بر داوری در اختلافات ناشی از نقض مالکیت فکری متفاوت از تأثیر اموال باشد.

حقوق مالکیت فکری ناظر بر خلاقیت‌های مختلف و متنوعی است که شامل اختراعات، آثار ادبی، هنری، نشانه‌ها و علائم تجاری است. در واقع حقوق مالکیت فکری مجموعه‌ای از اصول، آیین‌ها و قواعدی است که در هر نظام حقوقی به صورت قانونی یا عرفی یا قراردادی شکل گرفته است تا به وسیله آن‌ها، آن دسته از اندیشه‌های انسانی که هم تجلی خارجی دارد و هم ارزش اقتصادی و مالی، ضابطه‌مند شود و بدین وسیله هم صاحب اندیشه مورد حمایت قرار گیرد و هم امکان بهره‌مندی جامعه از آن اندیشه فراهم شود. اکنون استانداردهای مندرج در معاهدات مالکیت فکری راه خود را در نظام‌های ملی از طریق قوه مقننه و در قالب قوانین ملی باز می‌کنند و از طریق قوانین ملی نیز در محاکم مورد استناد و اجرا قرار می‌گیرند. در خصوص اختلافات موجود در حوزه نام‌های دامنه، معمولاً این اختلافات یا از تعارض میان علائم تجاری و متدهای ایجاد و کاربرد نام‌های دامنه به وجود می‌آید، یا اختلافاتی است که ناشی از ثبت یک نام تجاری مشهور تحت عنوان نام دامنه است.

قابل ذکر است که در سایر آثار پژوهشی دیگر از جمله مقالاتی که در خصوص نام دامنه نگاشته شده است، نام دامنه از دیدگاه‌های مختلف بررسی شده، ولی بررسی شیوه‌های

حل و فصل اختلافات نام دامنه با تأمل بر ماده ۶۶ قانون تجارت الکترونیک در راستای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تشویق رقابت‌های مشروع در بستر مبادلات الکترونیکی استفاده از علائم تجاری به صورت نام دامنه (Domain Name) و یا هر نوع نمایش برخط (Online) علائم تجاری و تحلیل جنبه‌های مادی و روانی جرم و مجازات موضوع این ماده کاملاً جدید و نو به نظر می‌رسد.

۱- نام دامنه؛ معنا و مفهوم آن

ارتباط گسترده بین حقوق مالکیت فکری و نام‌های دامنه، گسترش دنیای تجارت، ماهیت و اثر جهانی اینترنت و خصیصه فرامرزی آن موجب استفاده وسیع کاربران در جوامع مدرن از نام دامنه شده است. نام‌های دامنه کاملاً به محیط اینترنتی اختصاص دارند. پس از به وجود آمدن اینترنت بود که نام‌های دامنه پدیدار شد. قبل از تعریف معنا و مفهوم نام دامنه، ابتدا باید به تعریف اینترنت بپردازیم. اینترنت شبکه‌ای است که از طریق آن، میلیون‌ها رایانه به یکدیگر در سراسر دنیا متصل شده‌اند که از آن برای ارتباط و تبادل اطلاعات استفاده می‌شود. «اینترنت یک شبکه جهانی از رایانه‌های میزبان به هم متصل است که با استفاده از یک سلسله پروتکل (مجموعه قواعد راجع به نحوه انتقال اطلاعات) به یکدیگر متصل می‌شوند. این پروتکل‌های اینترنتی IP و پروتکل‌های کنترل‌کننده انتقال TCP هستند. پروتکل اینترنتی مکانیزمی برای ارسال پاکت‌های حاوی اطلاعات از یک بانک رایانه به رایانه دیگر است و پروتکل کنترل‌کننده انتقال مکانیزم تضمین‌کننده وصول اطلاعات انتقال داده شده به رایانه دیگر می‌باشد.

هر رایانه برای برقراری ارتباط با رایانه‌های میزبان و تأمین اطلاعات پردازش شده، باید یک نشانی IP انحصاری داشته باشد. این نشانی عبارت است از زنجیره‌ای پیچیده از اعداد و ارقام طولانی (مانند ۱۲۳،۸۴۵،۷۳،۹۴۱). درعین حال که رایانه‌ها این نشانی‌ها و قواعد نام‌گذاری را به راحتی می‌فهمند، کاربران برای احراز هویت ترجیح می‌دهند که روش آسان‌تر، یعنی نام دامنه را برگزینند تا راحت‌تر آن را به ذهن بسپارند؛ بنابراین نام‌های دامنه به نشانی متنی برای یک محل در اینترنت اطلاق می‌شدند و منطبق با نشانی‌های IP هستند؛ به عبارت دیگر، رایانه‌ها صرفاً نشانی‌های عددی را می‌فهمند، اما کاربران

اینترنتی نشانی‌های متنی یا نام‌های دامنه را به‌عنوان بخشی از سیستم نشانی اینترنت به خاطر می‌سپارند. وقتی نام دامنه در محل مخصوص تایپ می‌شود، به‌طور خودکار به آن شماره تبدیل می‌گردد؛ این فرایند اصطلاحاً "resolving" نامیده می‌شود. برای اینکه رایانه‌ها نشانی‌های متنی را به نشانی‌های عددی تبدیل کنند، مجموعه‌ای از اطلاعات لازم است که به این مجموعه، سیستم نام دامنه (DNS) گفته می‌شود. این مجموعه زیر نظر مقام مسئولی اداره می‌شود که مقام اعداد انتقالی اینترنت (IANA) نام دارد» (مطالعات و پژوهش‌های حقوق اقتصادی و بازرگانی، ۱۳۸۶، ص ۲۲۸-۲۲۷).

در تعریف یک نام دامنه معمولاً گفته می‌شود که نام دامنه عبارتی است که بعد از ملخص "www." به کار برده می‌شود و به دنبال آن ملخص‌هایی همانند "NET, ORG, COM, GOV, EDU, INT, MIL" به کار برده می‌شود (رئیزی، ۱۳۸۶، ص ۱۱۳). اهمیت این اسامی از این جهت است که به‌وسیله آن‌ها مشتریان خیلی سریع و راحت می‌توانند به وبسایت یک کمپانی یا یک تاجر دست یابند و اطلاعات لازم در مورد کالاها و خدمات مورد تجارت آن‌ها را به دست آورند (رئیزی، ۱۳۸۶، ص ۱۱۳).

امروزه مرکز داوری سازمان جهانی مالکیت معنوی (فکری) به‌عنوان مرجع پیشرو در ارائه خدمات در زمینه حل و فصل اختلافات در حوزه اسامی اینترنتی در سطح جهان مطرح است (میرحسینی، ۱۳۸۶، ص ۳۱۶).

درواقع «نام دامنه برچسب شناسایی یک محدوده مستقل و یا اقتدار و کنترل قلم رویی خاص در اینترنت بر اساس سامانه نام دامنه است. نام‌های دامنه باهدف آدرس‌گذاری و نام‌گذاری خاص در زمینه‌های مختلف در شبکه جهانی استفاده می‌شوند و برچسب‌های شناسایی ساده برای شناسایی مالکین و یا کنترل‌کنندگان یک منبع می‌باشند» (پور مسجدیان، ۱۳۹۵، ص ۱۵).

در تعریفی که از نام دامنه در شبکه جهانی آمده است، نام دامنه بخشی از نام یک پایگاه در شبکه جهانی و ساده‌ترین و کوتاه‌ترین راه برای رسیدن به آن و اتصال از طریق شبکه به آن پایگاه دانسته شده است. در فضای مجازی نام دامنه از جهت تجاری آدرس

محل فرضی تجارت الکترونیکی است و مشتری برای دستیابی به کالاها یا استفاده از سرویس‌های خدماتی و همچنین برای اطلاع از فعالیتهای تجاری مؤسسه یا شرکت موردنظر، از آن استفاده می‌کند (پور مسجدیان، ۱۳۹۵، ص ۱۶). به‌عنوان نمونه می‌توان گفت که در عبارت “www.wipo.org” نام دامنه سازمان جهانی مالکیت فکری می‌باشد.

از نظر مفهوم فنی، سامانه نام‌های دامنه یک سامانه جهانی است و هر نام دامنه آدرس و موقعیت عدد منحصر به فردی به نام پروتکل جهانی اینترنت دارد. اینترنت به‌عنوان بزرگ‌ترین شبکه جهانی ذاتاً یک پدیده فنی محسوب می‌شود. البته نام دامنه نشانی یک پایگاه وب در فضای مجازی است (اصلانی، ۱۳۸۸، ص ۱۶۵).

نام‌گذاری دامنه‌های اینترنتی بر اساس پیروی از یک نظام خاص است. نام دامنه از مهم‌ترین اجزای اینترنت است و آدرس‌دهی را به‌عنوان یک درگاه ورودی در اینترنت امکان‌پذیر می‌سازد و در واقع ترکیبی از یک نام انتخابی توسط خریدار نام به‌علاوه یک پسوند مانند net , com , org می‌باشد که مجموعاً سازنده نام دامنه هستند. به پسوند نام دامنه که یک فضای اختصاصی در اینترنت به شمار می‌آید، دامنه مرتبه یا سطح بالا گویند. ساختار نام دامنه به نحوی است که نشان‌دهنده مراتب مختلف نام دامنه و ساماندهی آن می‌باشد. در انتهای سمت راست این نام، دامنه مرتبه بالا قرار دارد که بر دو نوع می‌باشد: کشوری و عمومی. کد کشوری مانند ir و ca می‌باشد. به بیان دیگر، کد کشوری همان رده‌بندی است که توسط سازمان استاندارد بین‌المللی انجام گرفته است، بدین نحو که ۲۴۳ کد دو حرفی که دربرگیرنده تمام کشورها و حتی نواحی با اقتصادهای مستقل و جزایر کوچک نیز می‌باشد؛ ولی دامنه‌های مرتبه بالای عمومی توسط کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی قابل درخواست و ثبت است. مرتبه اول یا همان مرتبه بالای نام دامنه، تجاری بودن، دولتی بودن، نظامی بودن و یا دیگر ویژگی نام دامنه را نشان می‌دهد و مراتب دوم و سوم و حتی مراتب پایین‌تر برای بیان ساختارهای پیچیده است. عملیات ثبت نام دامنه یک عملیات اداری است که دارای قوانین و مقررات خاص خود است (پور مسجدیان، ۱۳۹۵، ص ۱۶).

۱-۱. وظایف نام دامنه

نام دامنه به عنوان بخشی از نشانی وبسایت امکان برقراری ارتباط در شبکه اینترنت را آسان می‌کند به نحوی که کاربران با نگاشتن نام دامنه در جست‌وجوگر اینترنت، به سایت دلخواه و مورد نظر خود دست می‌یابند. همچنین نام دامنه معرف وبسایت یا علامت تجاری در اینترنت است به نحوی که دارنده نام دامنه با توجه به شهرت و اعتبارش، می‌تواند از سایر رقبا متمایز شود؛ بنابراین نام دامنه نسبت به سایر شناسه‌های دیگر از ارزش اقتصادی بالاتری برخوردار است (wipo,op.cit.32^۱) (صادقی، ۱۳۸۶، ش ۱۳)، اما در خصوص جایگاه نام دامنه، بنا به نظر اقوی باید اظهار داشت که نام دامنه از مصادیق مالکیت فکری و ادبی و هنری نیست و سازمان جهانی مالکیت فکری (وایپو) نیز به این موضوع اشاره کرده است (wipo,op.cit.32).

نام‌های دامنه در نتیجه انعقاد قرارداد شخص با یک مرجع ثبت نام دامنه به وجود می‌آید، بنابراین موقتی و تابع قرارداد است و حقوق دارنده آن ناشی از قرارداد مزبور می‌باشد (Chris, 2004, p.44). نام‌های دامنه در شمار انواع مالکیت فکری محسوب نمی‌شود (Catherine & Kistrsty, 2005, A, p.617). بیشترین ارتباط میان حقوق مالکیت فکری و نام‌های دامنه مربوط به علائم تجاری و سوءاستفاده‌های رایج از آن‌ها در فضای مجازی است.

۲-۱. مالیت تلقی شدن نام دامنه

نام دامنه از دیدگاه حقوقی چیست؟ آیا مال محسوب می‌شود؟ (Catherine & Kistrsty, 2005, p.48, 51) مالیت اشیاء بستگی به وضعیت اقتصادی آن‌ها دارد. در تعریف مال آنچه ارزش دادوستد داشته باشد و در برابر آن پول یا مال دیگری داده می‌شود مال تعبیر عرفی حق مالی است؛ معیار تمیز ارزش، نوعی است و در اختیار عرف می‌باشد (کاتوزیان، ۱۳۸۷، ص ۱۰۵).

^۱ سازمان جهانی مالکیت فکری

چنانچه نام‌های دامنه را قسمی از حقوق مالکیت فکری بدانیم، با توجه به تعاریفی که از حقوق مالکیت فکری وجود دارد می‌توان گفت که بهترین دلیل بر مال بودن نام‌های دامنه شناسایی آن‌ها به‌عنوان مال (حق مالی) از سوی عرف اجتماع است (اشتیاق، ۱۳۷۱، ش ۲ و ۳). علاوه بر این، نام‌های دامنه به دلیل قابل نقل و انتقال بودن، در زمره حقوق مالی قرار می‌گیرد؛ به عبارت دیگر، نام‌های دامنه ارزش اقتصادی و داد و ستد دارند، درحالی‌که موضوع آن‌ها شیء مادی معین نیست؛ بنابراین با توجه به ماده ۱۰ قانون مدنی باید گفت که قراردادهای مربوط به نام دامنه در زمره عقود غیر معین است.

چنانچه دارنده نام دامنه نسبت به ثبت نام دامنه وفق مقررات اقدام کند، دارای حق انحصاری برای استفاده از نام دامنه می‌شود که این حق مالی است و تا زمانی که هزینه‌های مربوطه پرداخت شود، مرکز ثبت موظف به نگهداری نام دامنه به نام دارنده آن است. همچنین امکان فروش آن از سوی دارنده میسر است (پور مسجدیان، ۱۳۹۵، ص ۵۵). اهمیت اسامی دامنه و جایگاهی که در موضوعات مالکیت فکری پیدا کرده است باعث شده تا برخی از کشورها مانند ایالات متحده آمریکا جهت حل و فصل اختلافات مربوط به اسامی دامنه، مکانیزم خاصی را پیش‌بینی کنند. سایر کشورها شیوه خاصی را در این خصوص پیش‌بینی نکرده‌اند و از همان شیوه‌های متداول برای حل و فصل اختلافات در مالکیت فکری استفاده می‌کنند (رئیزی، ۱۳۸۶، ص ۲۲۰). در ایران حل و فصل اختلافات در خصوص نام‌های دامنه بر اساس حقوق مرتبط با علائم تجاری است و رسیدگی بر همین اساس انجام می‌شود.

معمولاً شرکت‌ها و سایر اشخاص حقوقی علاقه‌مند به ثبت نام دامنه با عنوان مشابه یا همانند با نام کالا یا خدمات و یا علامت تجاری هستند و آن را ارائه می‌دهند. بسیاری از کشورها هم دامنه‌ای را برای ثبت ارائه می‌دهند که اشاره به فعالیتشان می‌کند. آنچه حائز اهمیت است این موضوع است که هنگام ارائه نام دامنه جهت ثبت، بسیاری از شرکت‌ها یا اشخاص حقوقی متوجه می‌شوند که این نام توسط شرکت دیگر یا شخص حقوقی دیگری به ثبت رسیده است (پور مسجدیان، ۱۳۹۵، ص ۱۲۳).

برخی از اصولی که نام‌های دامنه را از سایر موضوعات مربوط به مالکیت فکری متمایز کرده است به شرح زیر می‌باشد (پور مسجدیان، ۱۳۹۵، ص ۱۲۳):

الف - ثبت نام‌های دامنه در فضای مجازی برای بار اول موجب معتبر شدن آن در سراسر جهان می‌شود؛ یعنی با یک‌بار ثبت کردن نام دامنه، این نام از حوزه داخلی و ملی یک کشور خارج می‌شود (خروج از اصل سرزمینی و اعتبار جهانی پیدا کردن نام دامنه).

ب - منحصر نبودن نام دامنه به موضوع و فعالیت خاصی؛ برخلاف سایر موضوعات مطروحه در زمینه مالکیت فکری، نام‌های دامنه منحصر به کالا و خدمات خاصی نیست و دربرگیرنده همه فعالیت‌های تجاری، هنری، ورزشی، فرهنگی و... است.

۲- ایجاد تعارض بین نام دامنه و علامت تجاری

برخی از دلایلی که موجب ایجاد تعارض بین نام دامنه و علامت تجاری می‌شود عبارت‌اند از (محمودی، ص ۹-۱۰):

۱. نام دامنه اغلب یک علامت تجاری ثبت شده یا ثبت نشده است که معمولاً از نام دامنه سطح دومی در این خصوص استفاده می‌شود که این علامت تجاری ممکن است ثبت شده یا ثبت نشده باشد؛ به عبارت دیگر می‌توان چنین بیان کرد: استفاده از نام یک شرکت یا علامت تجاری آن به‌عنوان نام دامنه.
۲. عدم امکان استفاده از دو نام دامنه کاملاً شبیه یکدیگر؛ بنابراین نام دامنه کاملاً انحصاری است و اصولاً مرتبط به یک علامت تجاری می‌باشد و تنها در صورتی می‌توان از دو نام دامنه استفاده کرد که هر دو مرتبط به یک علامت تجاری باشد.
۳. اولویت در ثبت نام دامنه بر اساس زمان مراجعه است؛ بنابراین کسی که برای ثبت نام دامنه زودتر مراجعه می‌کند، از این امکان بهره‌مند می‌شود، درحالی‌که شاید نام دامنه ثبت شده متعلق به دارنده یک علامت تجاری یا یک شرکت باشد که با ثبت آن، دارنده علامت تجاری از ثبت آن نام دامنه برای علامت تجاری خود محروم می‌گردد.
۴. انجام مراحل ثبت نام دامنه و علامت تجاری توسط ارگان‌های متفاوت انجام می‌یابد.

۵. در خصوص قوانین حاکم بر علائم تجاری و نام دامنه در زمان بروز اختلاف باید گفت که قوانین حاکم بر علائم تجاری محلی و کشوری می‌باشد، در حالی که قوانین حاکم بر نام دامنه در زمان بروز اختلاف جهانی و فراملی است.

۱-۲. قوانین حاکم بر اختلافات مربوط به نام دامنه در نظام حقوق ایران

۱-۲-۱. قوانین حاکم بر علائم تجاری

۱. قانون ثبت علائم و اختراعات مصوب ۱۳۱۰
۲. قانون الحاق دولت به معاهده پاریس برای حمایت از مالکیت صنعتی مصوب ۱۳۳۷
۳. قانون الحاق ایران به موافقت‌نامه مادرید راجع به ثبت بین‌المللی علائم و پروتکل مربوط به آن مصوب ۱۳۸۰
۴. قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲

۲-۱-۲. انواع اختلافات در حوزه نام‌های دامنه

اختلافات موجود در حوزه نام‌های دامنه را می‌توان به دو گروه تقسیم کرد (رئیس، ۱۳۸۶، ص ۲۲۳):

گروه اول: اختلافاتی که از تعارض میان علائم تجاری و متدهای ایجاد و کاربرد نام‌های دامنه به وجود می‌آید.

گروه دوم: اختلافات ناشی از ثبت یک نام تجاری مشهور تحت عنوان نام دامنه. البته در این حالت علت چنین اقدامی قصد فروش نیست، بلکه قصد از این عمل استفاده برای تبلیغ یا فروش محصولات رقیب است.

۳- تحلیل ماده ۶۶ قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲/۱۰/۱۷

ماده ۶۶ قانون تجارت الکترونیکی مقرر می‌دارد: «به منظور حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تشویق رقابت‌های مشروع در بستر مبادلات الکترونیکی استفاده از

علائم تجاری به صورت نام دامنه (Domain Name) و یا هر نوع نمایش برخط (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».

همان گونه که ملاحظه می شود، موضوع رفتار مجرمانه ذکر شده در ماده مزبور «علامت تجاری» و هدف از آن «حمایت از علامت تجاری» است که طبق ماده ۱ قانون ثبت علائم تجاری «عبارت از هر قسم علامتی است اعم از نقش، تصویر، رقم، حرف، عبارت، مهر، لفاف و غیر آن که برای امتیاز و تشخیص محصول صنعتی، تجارتي یا فلاحتی اختیار می شود. ممکن است یک علامت تجارتي برای تشخیص امتیاز محصول جماعتی از زارعین یا ارباب صنعت و یا محصول یک شهر یا یک ناحیه از مملکت اختیار شود».

علی الاصول داشتن علامت تجارتي اختیاری است (تبصره ماده ۱ ق.ث.ع.ا)، لکن «حق استعمال انحصاری علامت تجاری فقط برای کسی شناخته خواهد شد که علامت خود را به ثبت رسانده باشد» (ماده ۲ ق.ث.ع.ا). شایان ذکر است که «نام تجاری» فقط در شرایطی که علامت تجاری شناخته شود، مشمول حمایت این ماده قرار می گیرد (مواد ۵۷۶ به بعد قانون تجارت).

۳-۱. رفتار مرتکب (رکن مادی)

مصدق رفتار مرتکب در این ماده عبارت است از «استفاده از علائم تجاری به صورت نام دامنه یا هر نوع نمایش برخط علائم تجاری».

ثبت دامنه صرفاً بر مبنای حق تقدم صورت می پذیرد، بدین معنا که هرکس یک دامنه را زودتر انتخاب کند، حق انتخاب آن را از دیگری گرفته است. گاهی انتخاب نام دامنه با علائم تجاری تداخل پیدا می کند، منظور این است که فرد نامی را به عنوان دامنه خود انتخاب می کند که پیش تر به عنوان علامت تجاری یک تاجر یا شرکت تجاری ثبت شده است. در این صورت، به ویژه زمانی که تاجر یا شرکت تجاری یاد شده شهرت بالایی دارد، به راحتی فردی که دامنه را به این نام برای خود ثبت کرده، می تواند از آن

سود ببرد یا سوءاستفاده کند، بدین گونه که یا کالاهایی را در پایگاه یاد شده قرار بدهد و به‌عنوان آن شرکت به فروش برساند یا اینکه به‌قصد ضربه زدن به آن شرکت، خدمات یا کالاهای نامرغوب را به نام آن ارائه دهد یا اینکه در قبال واگذاری دامنه به تاجر یا شرکت تجاری ذی‌نفع مبلغ هنگفتی مطالبه کند.

گاهی اوقات نیز افراد سودجو از علامت تجاری یک شرکت نه در نام دامنه، بلکه در پایگاه اینترنتی خود یا در انجام تبلیغات در پایگاه‌های دیگر به‌صورت برخاسته استفاده می‌کنند.

۳-۲. رکن روانی

با توجه به اصل عمدی بودن جرائم، جرم موضوع ماده ۶۶ قانون تجارت الکترونیکی نیز از این قاعده مستثنی نیست، بدین معنا که آگاهی از موضوع و عمد در فعل لازمه تحقق آن است. به‌عنوان نمونه، چنانچه تاجری سهواً و بدون وجود قصد مجرمانه علامت تجاری تاجر دیگر را مورد استفاده قرار دهد، مرتکب جرم موضوع ماده ۶۶ قانون تجارت الکترونیکی نشده است.

۳-۳. نتیجه حاصل از جرم

جرم نقض علائم تجاری، استفاده از علائم تجاری به‌صورت نام دامنه یا هر نوع نمایش برخاسته علائم تجاری هنگامی جرم است که «موجب فریب یا مشتبه شدن طرف به اصالت کالا و خدمات بشود».

پرسشی که در اینجا مطرح می‌شود این است که آیا تحقق فریب یا مشتبه شدن طرف به اصالت کالا و خدمات لازم است یا فقط قابلیت آن کافی است؟ به عبارت دیگر، آیا فریب یا مشتبه شدن بالفعل برای تحقق جرم ضرورت دارد یا فریب و مشتبه شدن بالقوه نیز برای تحقق رفتار مجرمانه موضوع ماده فوق کفایت می‌کند؟ همچنین از دیدگاه اثباتی، آیا ضرورت دارد که شاکی اثبات کند یک نفر در فلان نقطه دنیا با این اقدام فریب خورده و اصالت کالا برای او مشتبه شده است یا صرف اثبات قابلیت فریب بر اساس ضابطه نوعی کفایت می‌کند؟

هرچند متن ماده ظهور در لزوم فریب بالفعل دارد، با توجه به ویژگی بین‌المللی تجارت الکترونیکی بر مبنای ماده ۳ قانون تجارت الکترونیک و لزوم تسریع در رسیدگی به دعوای مربوط به لحاظ ضررهای گسترده‌ای که کمترین تأخیرها در تعیین تکلیف یک وضعیت به دنبال دارد، منوط کردن احراز وقوع جرم به اثبات فریب یک شخص که ممکن است در آن سوی مرزها باشد، اثری جز اطاله دادرسی ندارد و چه بسا متضرر اصلی جرم که شخصی است که از علامت تجاری اش سوءاستفاده شده، نتواند به چنین فردی دسترسی داشته باشد؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که صرف فریب خوردن یا مشتبه شدن بالقوه مصرف‌کنندگان در احراز تحقق این جرم کفایت می‌کند.

۳-۴. مجازات

مجازات تعیین‌شده برای نقض علائم تجاری (موضوع ماده ۶۶ قانون تجارت الکترونیک) یک تا سه سال حبس و از بیست میلیون ریال تا یکصد میلیون ریال جزای نقدی می‌باشد (ماده ۷۶ قانون تجارت الکترونیک). نکته حائز اهمیت این است که قانون‌گذار شروع به این جرم را جرم‌انگاری نکرده است.

۴- روش‌های حل و فصل اختلافات در خصوص نام‌های دامنه

حل و فصل اختلافات مربوط به نام‌های دامنه به دو روش میسر است:

۱. حل و فصل اختلافات در قلمرو داخلی از طریق دادگاه و مراجعه به محاکم و مراجع قضایی؛
۲. حل و فصل اختلافات در عرصه بین‌المللی غالباً در مرکز داور و میانجیگری واپیو. یکی از شیوه‌های حل و فصل اختلافات در خصوص دعاوی مربوط به مالکیت فکری استفاده از شیوه‌های غیر قضایی مانند داور، میانجیگری، سازش و... است که متداول‌ترین شیوه در خصوص رفع اختلافات ناشی از دعاوی مرتبط با نام‌های دامنه داور است.

۴-۱. استفاده از شیوه «یو، دی، آر، پی»^۱ در حل و فصل اختلافات مربوط به

اسامی دامنه

مهم‌ترین شیوه جهت حل و فصل اختلافات بین‌المللی مربوط به اسامی دامنه روش «یو، دی، آر، پی» است (رئیزی، ۱۳۸۶، ص ۲۲۲-۲۲۰) که در حل اختلافات دامین‌ها به وسیله وایپو و نیز برخی مراکز بین‌المللی همانند مرکز آسیایی حل و فصل اختلافات اسامی دامنه (شروع به کار از دسامبر ۲۰۰۱ در کشور چین) باید از آن نام برد.

در سال ۱۹۹۸ «شرکت اینترنتی نام‌ها و ارقام ثبت شده» با هدف ایجاد تنظیم سیستمی برای کنترل و مدیریت اسامی دامنه در کالیفرنیا با تعدادی متخصص، کارمند و کمیته ایجاد شد. این شرکت مکانیزم معروف یو، دی، آر، پی را برای حل و فصل اختلافات در خصوص اسامی دامنه ایجاد کرد. هدف اصلی از ایجاد این شیوه حذف صلاحیت‌های گوناگون و پراکنده در مورد حل و فصل اختلافات مربوط به اسامی دامنه و ایجاد یک سیستم واحد و متمرکز و اعمال قوانین یکسان در این خصوص است که منجر به کاهش هزینه، صرفه‌جویی در وقت و رفع موانع موجود در سیستم‌های حقوقی ملی یا کاهش این موانع و ایجاد یک سیستم حقوقی جهانی واحد می‌باشد.

شرکت مزبور یک شرکت خصوصی است که شیوه ابداعی آن در خصوص حل و فصل اختلافات مربوط به اسامی دامنه، مورد استفاده در اختلافات بین‌المللی بسیاری قرار گرفته است. به‌عنوان مثال، در نخستین سال تأسیس مکانیزم فوق، ۴۶۳۵ پرونده از طریق این شیوه مورد بررسی و رسیدگی قرار گرفت تا جایی که وایپو مکرر بر حل اختلاف از طریق این شیوه تأکید کرده و پیشنهادهایی برای اصلاح، توسعه و تبدیل آن ارائه داده است. در این شیوه شرکت نام‌ها و شماره‌ها، یک سیستم متمرکز و منحصر به فرد برای ثبت و نقل و انتقال اسامی دامنه پیش‌بینی کرده. بر اساس این سیستم، تمام افراد نام دامنه خود را ثبت می‌کنند و خرید و فروش اسامی دامنه با اطلاع شرکت مذکور انجام می‌گیرد. از این رو

^۱ هم‌سانه dispute resolution policy

تمام افرادی که نام دامنه آن‌ها در این شرکت ثبت شده، بالاجبار اختلافات مربوط به نام‌های دامنه خود را باید از طریق این روش حل و فصل کنند.

۴-۱-۱. داوری و نقش آن در حل و فصل اختلافات در حوزه نام‌های دامنه

حل اختلافات در شیوه «یو، دی، آر، پی» به وسیله داوری برطرف می‌شود. همان‌گونه که گفته شد، تمام افرادی که نام دامنه آن‌ها در شرکت اینترنتی نام‌ها و ارقام ثبت شده است، بالاجبار اختلافات مربوط به نام‌های دامنه خود را باید از طریق روش «یو، دی، آر، پی» حل و فصل کنند. به موجب این شیوه، دارندگان اسامی نام‌های دامنه که اسامی دامنه خود را به موجب مقررات شرکت نام‌ها و ارقام ثبت شده ثبت کرده‌اند، مکلف هستند تا چنانچه علیه نام ثبت شده آنان هرگونه دعوایی مطرح شود، دعوا را از این طریق شیوه «یو، دی، آر، پی» حل کنند. در این شیوه قبل از شروع به اقدامات برای حل اختلاف، باید ابتدا اقدامات حقوقی شاکی را مورد توجه قرارداد و خواننده نیز باید پاسخ خود را به موقع ارسال دارد.

مواردی که باید در شکایت مربوط به یک نام دامنه الزاماً مورد توجه قرار گیرد عبارت است از:

۱. نام دامنه‌ای که توسط خواننده ثبت می‌شود باید همان نام دامنه یا مشابه با نام دامنه‌ای باشد که شاکی آن را ثبت کرده و نسبت به آن دارای حق اولویت است.
۲. خواننده هیچ‌گونه حق یا منافع مشروعی نسبت به نام دامنه نداشته باشد.
۳. نام دامنه‌ای که توسط خواننده ثبت شده باید توأم با سوءنیت باشد و مورد سوءاستفاده قرار گرفته باشد.

۴-۱-۲. مزایای شیوه «یو، دی، آر، پی»

از مهم‌ترین امتیازات این شیوه می‌توان موارد زیر را برشمرد (رئیس، ۱۳۸۶، ص ۲۳۰):

۱. توسل قهری به آن و الزام طرف محکوم به اجرای آن بدون ضرورت تأیید یا تصدیق رأی صادره به وسیله یک مرجع قضایی. البته در این روش طرف محکوم می‌تواند ظرف ده روز از تاریخ دریافت رأی، نزد یک دادگاه صالح طرح دعوا کند و از این طریق از اجرای رأی جلوگیری نماید.
۲. فرایند اداری دقیق و زمان‌بندی شده در این مکانیزم موجب آسان‌تر، ارزان‌تر و سریع‌تر شدن حل و فصل اختلافات مربوط به اسامی دامنه شده، در حالی که رسیدگی در محاکم قضایی ملی علاوه بر پرداخت هزینه نسبتاً گزاف، طولانی بودن روند دادرسی را نیز دربر دارد.
۳. معیارهایی مانند تجربه، تخصص، میزان آشنایی به قوانین مرتبط با علائم تجاری و اسامی دامنه در روند انتخاب داوران در این شیوه مورد استفاده قرار می‌گیرد که موجب افزایش دقت و تخصص در حل و فصل اختلافات مربوط به نام‌های دامنه شده است، در حالی که در شیوه رسیدگی به اختلافات در محاکم قضایی چنین مزیتی وجود ندارد.
۴. در حل اختلافات فراملی در خصوص نام‌های دامنه به دلیل ناآگاهی افراد از نظام‌های قضایی کشورهای ثالث، استفاده از این شیوه می‌تواند منافع افراد را به شکل بهتری تأمین کند.

۴-۱-۳. معایب شیوه «یو، دی، آر، پی»

- از جمله معایب رسیدگی به حل اختلافات در حوزه اسامی نام دامنه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد (رئیزی، ۱۳۸۶، ص ۲۳۳-۲۳۲):
۱. شرکت نام‌ها و شماره‌ها یک مؤسسه خصوصی به شماره می‌آید و مقررات و قواعد آن و مکانیزم دعاوی مربوط به آن نیز مشروعیت قانونی ندارد. چون واضعان این‌گونه قواعد و مقررات اقتدار و قدرت خود را از اراده کشورهای حاکم نمی‌گیرند، این امکان وجود دارد که اعمالی که توسط شرکت مذکور اعلام

- می‌گردد، با نوعی سوءاستفاده در بخش خصوصی همراه باشد و این درحالی است که شرکت مزبور امکان جلوگیری از این‌گونه سوءاستفاده‌ها را ندارد.
۲. وجود ایراد ماهوی در رسیدگی به دعاوی مربوط به اسامی دامنه در این شیوه، بدین نحو که شرط اساسی در رسیدگی در این شیوه وجود سوءنیت توسط ثبت‌کننده نام دامنه می‌باشد و این درحالی است که امکان تعریف واحد و مشترک در خصوص سوءنیت در تمام نظام‌های حقوقی ممکن نیست.
۳. عدم سهولت در احراز سوءنیت.
۴. تحمیل هزینه‌های سنگین برای احراز سوءنیت برای دارنده علائم تجاری که مانع از طرح شکایت می‌گردد.
۵. نبود فرصت کافی برای دفاع به جهت رسیدگی غیرحضور.

۲-۴. نمونه دعاوی نام دامنه

با توجه به گستردگی اینترنت و رشد و توسعه تجارت الکترونیکی ارتباط نزدیک و تنگاتنگی بین علائم تجاری و نام دامنه به وجود آمده. باید گفت که این ارتباط بستر سوءاستفاده را برای برخی فراهم ساخته است. در اینجا به یکی از شایع‌ترین دعاوی در خصوص دعاوی نام دامنه در ایران و تحلیل آن می‌پردازیم (آزادی نژاد، www.bitlaw.com، ۱۳۹۸/۶/۱۱).

شایع‌ترین مثال در خصوص دعاوی نام دامنه در ایران مربوط به طرح دعاوی شرکت فیس‌بوک برای بازپس‌گیری نام دامنه "facebook.ir" است که این شرکت توانست با طرح دعوا در سازمان جهانی مالکیت معنوی که زیر نظر سازمان ملل اداره می‌شود (wipo)، نسبت به بازپس‌گیری این نام از مالک ایرانی آن اقدام کند. دفاعیات جوان یزدی صاحب دامنه نیز که مدعی بود این نام را قبل از فیس‌بوک و صرفاً برای ایجاد یک سایت که کتاب‌های مطالعه شده توسط وی را نمایش می‌دهد راه‌اندازی کرده، راه به جایی نبرد. دعوی دیگر در این رابطه به دامنه "google.ir" اختصاص دارد. دعوی شرکت google

inc طرفیت م.ج. است که در نتیجه آن، مرکز وساطت و داوری سازمان جهانی مالکیت فکری با توجه به اظهارات خواهان و دفاعیات خوانده چنین استدلال کرد:

الف - یکسان بودن یا تشابه گمراه‌کننده: هیئت رسیدگی تأیید می‌نماید که علامت خواهان google با نام دامنه مورد ترافع یکسان می‌باشد. متأسفانه در قانون تجارت الکترونیک مصوب ۱۳۸۴ ضمانت اجرای منع استفاده و یا انتقال نام دامنه گمراه‌کننده به مالک اصلی پیش‌بینی نشده است.

ب - حقوق یا منافع مشروع: خواننده اعلام می‌دارد که نام دامنه مورد ترافع را فقط برای علایق شخصی و برای نگهداری - و نه برای استفاده - به ثبت رسانده است. علایق شخصی برای ثبت و نگهداری نام دامنه یکسان با یکی از مشهورترین علامت‌های جهانی مانند علامت خواهان (google) به نظر هیئت رسیدگی مصداق استفاده مشروع غیرتجاری یا استفاده منصفانه از نام دامنه نمی‌باشد و باعث گمراهی و اشتباه مصرف‌کنندگان یا لطمه زدن به شهرت علائم تجاری مورد ترافع می‌گردد. در پرونده حاضر، خواهان مدارک و دلایلی را ارائه کرده که دال بر این است که نام دامنه مذکور برای وبسایتی استفاده می‌شود که توأماً باعث گمراهی و اشتباه مصرف‌کنندگان و لطمه زدن به شهرت علائم تجاری مورد ترافع می‌گردد.

دفاعیات خواهان بر اینکه این اقدامات توسط شخص دیگری که نام دامنه مذکور را قرض گرفته بود انجام شده است، با ادعای دیگر خوانده بر اینکه قصد استفاده از نام دامنه مذکور را نداشته است متناقض می‌باشد.

صرف‌نظر از دفاعیات فوق، خواننده هیچ دلیلی بر حقوق یا منافع مشروع خود بر نام دامنه مذکور ارائه نداده است و هیئت رسیدگی نیز به طرق دیگر، از حقوق و منافع مشروع خواننده در خصوص نام دامنه مورد ترافع اطلاعاتی حاصل نکرده است.

خواهان مدعی است که هیچ‌گونه اجازه‌ای در خصوص علامت "google" به خواننده اعطا ننموده است، ولی به هر حال برای خواهان اثبات اینکه خواننده هیچ حق یا منافع مشروع و قانونی در مورد نام دامنه مورد ترافع ندارد، با دشواری‌هایی همراه است.

خواننده علی‌رغم پاسخ به دعوای مطروحه و نیز مهلت کافی برای ارائه مدارک مثبت حقوق و منافع مشروع و قانونی بر نام دامنه مورد ترافع، هیچ مدرکی در این خصوص ارائه نکرده است. نتیجه هیئت رسیدگی بر این عقیده است که دعوای خواهان ثابت است و خواننده هیچ‌گونه حق یا منافع مشروعی در خصوص نام دامنه مذکور ندارد.

ج - سوءنیت در ثبت و استفاده: نظر به شهرت و معروفیت علامت خواهان، google یعیید به نظر می‌رسد که خواننده از حقوق خواهان بر علامت مذکور در زمان ثبت نام دامنه آگاهی نداشته باشد. خواننده هیچ دلیل موجهی بر ثبت نام دامنه به جز میل و علاقه شخصی به نگهداری نام دامنه بدون قصد استفاده ارائه ننموده است. علی‌رغم ادعای خواننده، خواهان مدارکی را ارائه داده است که گویای سوءنیت خواننده در استفاده از نام دامنه مورد ترافع می‌باشد.

به نظر هیئت رسیدگی ادعای خواننده به اینکه نام دامنه به‌طور مجانی توسط شخص دیگری اداره می‌شد ولی وبسایت مذکور را بدون اجازه خواننده راه‌اندازی نموده و استفاده می‌نموده است مقرون به صحت تلقی نمی‌شود.

در صورتی که دفاعیات خواننده مقرون به صحت تلقی شود، ولی ثبت نام دامنه به منظور میل و علاقه شخصی و استفاده از آن با سوءنیت همراه بوده است.

بر اساس رویه‌ها و استدلال‌های سابق هیئت رسیدگی در دعوی شرکت ... به طرفیت ... به شماره پرونده ... عدم فعال بودن و استفاده نمی‌تواند به‌طور مطلق دلیل وجود سوءنیت در ثبت و استفاده از نام دامنه باشد ولی زمانی که هیچ توجیه و رابطه منطقی و واضحی در انتخاب نام دامنه به نام خواننده وجود نداشته و خواننده نیز هیچ توجیه و رابطه منطقی به هیئت رسیدگی در انتخاب نام دامنه و دلایلی نیز بر عدم امکان گمراهی و اشتباه مصرف‌کننده ارائه ندهد دلیل ثبت و استفاده با سوءنیت تلقی می‌گردد. بنا به مراتب فوق هیئت رسیدگی رأی به ثبت و استفاده نام دامنه با سوءنیت صادر و اعلام می‌نماید.

رأی: بنا به دلایل فوق، مستنداً به بند (ی) ماده ۴۴ مقررات و ماده ۱۵ آیین‌نامه، هیئت رسیدگی رأی به انتقال نام دامنه google.ir به خواهان را صادر و اعمال می‌دارد. « با توجه به استدلالات فوق می‌توان چنین نتیجه گرفت که علاوه بر اقامه دعوا در مرکز وساطت و داوری سازمان جهانی مالکیت فکری، خواهان، شرکت google inc، می‌توانست از طریق دادگاه عمومی تهران نیز اقامه دعوا کند و حکم بر ابطال ثبت نام دامنه google.ir را به نام خواننده و ثبت نام دامنه مذکور به نام شرکت google inc را تقاضا کند. مطابق قانون تجارت الکترونیک مصوب ۱۳۸۲ استفاده‌کننده از علائم تجاری غیر به‌عنوان نام دامنه (domain name) و یا نمایش برخط (online) که موجب فریب و گمراهی

مصرف‌کنندگان گردد به مجازات مقرر در ماده ۷۶ قانون مذکور محکوم می‌گردند. متأسفانه در قانون تجارت الکترونیک مصوب ۱۳۸۴ ضمانت اجرای منع استفاده و یا انتقال نام دامنه گمراه‌کننده به مالک اصلی پیش‌بینی نشده است.

بر اساس قوانین موجود در زمینه دامنه‌های اینترنتی، سازمان مالکیت معنوی می‌تواند به انواع اختلاف در حوزه مالکیت دامنه‌های اینترنتی رسیدگی کند که حق داوری به این‌گونه اختلافات از سوی icann که مسئولیت ثبت دامنه‌های اصلی را دارد، به سازمان مالکیت معنوی (wipo) واگذار شده است.

آن‌گونه که قبلاً اشاره شد، در حال حاضر ثبت دامنه‌های .ir در کشور توسط سازمان ثبت دامنه‌های اینترنتی کشور ایران (ایرنیک) انجام می‌گیرد و تمامی اختلافات در این زمینه توسط سازمان مالکیت معنوی رسیدگی می‌شود و پس از رسیدگی، رأی صادره حتماً برای مراکز دامنه‌ای کشوری که تحت قوانین یک کشور قرار دارند، لازم‌الاجرا است، لیکن امکان اعتراض به رأی صادره از سوی سازمان مالکیت فکری در دادگاه‌های داخل کشور امکان‌پذیر است و حکم صادره از سوی دادگاه‌های کشوری در خصوص دامنه‌های با پسوند .ir مقدم بر رأی سازمان مالکیت معنوی می‌باشد. شایان ذکر است که یکی از راه‌هایی که icann و نیز به‌تبع آن ایرنیک برای اختلافات مربوط به نام دامنه .ir در نظر گرفته‌اند ارجاع موضوع به هیئت داوری و حل اختلافات از این طریق است. آنچه برای رسیدگی به اختلافات مربوط به نام دامنه باید وجود داشته باشد سه شرط زیر است:

۱. نام دامنه مشابه یا دارای تشابه گمراه‌کننده با علامت تجاری یا علامت خدمتی است که مدعی نسبت به آن دارای حق است.
۲. دارنده هیچ‌گونه حق یا منفعت مشروع نسبت به نام دامنه ندارد.
۳. ثبت دامنه یا استفاده از آن با سوءنیت انجام گرفته است.

در آیین‌نامه حل اختلاف icann و نیز irnic منظور از سوءنیت این موارد است:

۱. شرایطی که دلالت کند بر اینکه دارنده، نام دامنه را عمدتاً به منظور فروش، اجاره یا به هر نحو دیگر انتقال به مدعی که با یک علامت تجاری یا علامت خدمت است یا به

منظور فروش، اجاره یا به هر نحو دیگر انتقال به رقیب مدعی در ازای عوض ارزشمندی که افزون بر هزینه‌های متحمل برای امتیاز نام دامنه است، به ثبت رسانده یا آن را تحمیل کرده است.

۲. دارنده بدین منظور اقدام به ثبت نام دامنه کرده است که از امکان عرضه علامت در نام دامنه مربوطه توسط مالک علامت تجاری یا علامت خدمت ممانعت به عمل آورد.

۳. دارنده با استفاده از نام دامنه و ایجاد مشابهت گمراه‌کننده با علامت متعلق به مدعی و با ایجاد شبهه در زمینه منبع حمایت‌های وابستگی یا تأخیر وبگاه یا مکان خود یا ایجاد شبهه نسبت به یک محصول یا خدمت در وبگاه یا مکان خود، عمداً سعی کرده که کاربران اینترنتی را با قصد حصول منفعت تجاری، به وبگاه یا مکان دیگر متعلق به خود جلب کند.

از سوی دیگر، وجود شرایط ذیل می‌تواند دارنده نام دامنه را دارای حقوق و منافع مشروع نسبت به آن نام کند:

۱. دارنده از نام دامنه یا نامی متناظر با آن برای ارائه مشروع کالا یا خدمات استفاده می‌کرده یا می‌تواند ثابت کند که در شرف آماده شدن برای چنین استفاده‌هایی بوده است.

۲. دارنده به‌عنوان یک فرد، پیشه یا سازمان دیگر، از طریق نام دامنه حتی بدون ثبت علامت تجاری یا علامت خدمت شناخته شده است.

۳. دارنده از نام دامنه به نحو مشروع برای مقاصد غیرانتفاعی یا عادلانه استفاده کرده و هیچ قصدی برای حصول منفعت تجاری از جهت گمراه کردن و هدایت مصرف‌کنندگان یا منحرف کردن آن‌ها از علامت تجاری یا علامت خدمت مورد بحث ندارد.

علاوه بر بحث ارجاع اختلاف مربوط به نام‌های دامنه به مراکز داوری، برای حل اختلاف راه دیگری نیز وجود دارد و آن ارجاع موضوع به دادگاه و پیگیری قضایی آن است. در حال حاضر ماده‌های ۶۶ و ۷۶ قانون تجارت الکترونیک تنها مواردی هستند که

ضمن اشاره صریح به نام دامنه، مجازات کیفری برای سوءاستفاده کنندگان از نام دامنه در آن‌ها پیش‌بینی شده است. در ماده ۶۶ این قانون چنین آمده: «به منظور حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تشویق رقابت‌های مشروع در بستر مبادلات الکترونیکی استفاده از علائم تجاری به صورت نام دامنه (domain name) و یا هر نوع نمایش برخط (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.»

ماده ۷۶ قانون تجارت الکترونیکی نیز به مجازات نقض علائم تجاری اشاره کرده و می‌گوید: «متخلفان از ماده ۶۶ این قانون به یک تا سه سال حبس و جزای نقدی از بیست میلیون ریال تا یکصد میلیون ریال محکوم خواهند شد.»

اگرچه ماده ۷۶ مجازات مرتکب را به شرح فوق بیان کرده، این امر مانع از دستور دادگاه برای بازپس‌گیری دامنه توسط شخص صاحب حق نخواهد بود.

با توجه به مراتب فوق و گسترش روزافزون این‌گونه دعاوی به نظر می‌رسد ضرورت دارد مرکز داوری مورد تأیید سازمان ثبت دامنه‌ای اینترنتی ایران (nic) هرچه سریع‌تر راه‌اندازی شود، چراکه در حال حاضر بنا بر اعلام وبگاه nic.ir مرجع حل اختلاف در این رابطه مقامات قضایی هستند و جای خالی این مراکز احساس می‌شود.

در دعاوی مربوط به نقض حق از طریق ثبت نام دامنه در بدو رسیدگی باید دو فرض زیر را در نظر گرفت و بین آن‌ها قائل به تفکیک شد و سپس به ماهیت دعوا ورود کرد:

فرض اول: ثبت‌کننده نام دامنه با سوءنیت اقدام به ثبت نام دامنه کرده است.

فرض دوم: ثبت‌کننده نام دامنه در ثبت نام دامنه دارای حسن نیت بوده است.

در خصوص سوءنیت تاکنون تعریف جامع و مشترکی بین کشورها نبوده و با توجه به اینکه برای تمییز این دو مفهوم (سوءنیت و حسن نیت) معیار جهانی خاصی وجود ندارد، لذا دادگاه می‌تواند با توجه به اوضاع و احوال قضیه و امارات موجود حکم مقتضی را صادر کند.

الف - فرض اول

ثبت‌کننده نام دامنه با سوءنیت اقدام به ثبت آن می‌کند. آنچه در حال حاضر در خصوص ثبت‌نام دامنه رایج است، قاعده اقدام زودتر در ثبت‌نام است. به موجب این قاعده هرکس زودتر نسبت به ثبت‌نام دامنه اقدام کند، نام دامنه مورد درخواست برای وی ثبت می‌گردد که این امر از موجبات ایجاد سوءاستفاده است، بدین نحو که برخی با ثبت علائم تجاری مشهور اقدام به عرضه و فروش آن به صاحب علامت می‌کنند. این موضوع یکی از بزرگ‌ترین و رایج‌ترین مشکلات صاحبان علائم تجاری در فضای مجازی است که موجبات اشتباه در مبدأ کالا و خدمات در ذهن مصرف‌کننده می‌گردد و در برخی موارد نیز اشخاص باهدف اخذ پول کلان از صاحبان علامت تجاری، اقدام به ثبت یک نام دامنه می‌کنند و هنگامی که صاحب علامت تجاری اقدام به ثبت‌نام دامنه می‌کند، متوجه ثبت قبلی نام دامنه می‌شود و ثبت‌کننده نام دامنه برای انتقال نام دامنه به صاحب علامت تجاری، درخواست مبلغ کلانی می‌نماید که صاحب علامت تجاری نیز برای جلوگیری از گمراهی مصرف‌کنندگان و خدشه‌دار شدن شهرت علامت خود، اقدام به خرید نام دامنه با مبلغ اعلامی از سوی ثبت‌کننده این نام می‌کند. صاحب علامت تجاری برای دفاع از حق خود می‌تواند به مراجع قانونی یا قضایی مراجعه کند و اقامه دعوا نماید، اما اثبات موضوع نیز کار دشواری است؛ به‌عنوان مثال، در دعوای مطروحه باید موارد زیر اثبات شود تا بر دادگاه ذی‌حقی صاحب علامت محرز شود و به نفع آن رأی صادر گردد:

۱. استفاده تجاری از علامت در جریان تجارت.
 ۲. ثبت‌نام دامنه‌ای که شبیه علامت دارنده اصلی آن است (صاحب علامت تجاری).
 ۳. اقدام ثبت‌کننده نام دامنه موجبات ابهام مصرف‌کننده یا گمراهی وی را فراهم کند.
 ۴. وجود علامت تجاری در زمان ثبت‌نام دامنه.
- بنابراین در فرضی که سوءنیت ثبت‌کننده نام دامنه محرز شود، دادگاه می‌تواند برای نقض‌کننده حق ضمانت‌های اجرای مدنی یا کیفری در نظر گیرد؛ همچنین می‌تواند حکم ابطال نام دامنه ثبت شده را صادر کند.

ب - فرض دوم

ثبت کننده نام دامنه در ثبت نام دامنه دارای حسن نیت بوده است. آنچه در ابتدای امر به ذهن خطور می کند نداشتن سوءنیت ثبت کننده نام دامنه است. در این فرض، با وجود فقدان سوءنیت، آیا ثبت کننده نام از موجبات معافیت مسئولیت مدنی یا کیفری برخوردار خواهد بود؟

با اثبات حسن نیت، ثبت کننده نام دامنه از مسئولیت معاف می شود. به عنوان مثال، ثبت کننده نام دامنه می تواند اعلام دارد که نام دامنه ثبت شده توسط وی در امور غیرتجاری مورد استفاده قرار گرفته یا تاکنون موجبات گمراهی مصرف کنندگان را فراهم نکرده یا زمانی که ثبت کننده نام دامنه نسبت به ثبت این نام اقدام کرده، علامت مزبور موجودیت نداشته است و

پس از بیان دو فرض فوق این پرسش پیش می آید که آیا همیشه ثبت کننده نام دامنه موجب نقض حقوق صاحب علامت تجاری می گردد یا این امکان وجود دارد که شخصی موجبات نقض حقوق مشروع صاحب یک نام دامنه را نقض کند؟ همان طور که پیش تر بیان کردیم، نقض حقوق صاحب علامت تجاری توسط دارنده نام دامنه چنانچه با سوءنیت باشد، دارای ضمانت اجرای مدنی یا کیفری است و در صورت احراز حسن نیت، دارنده نام دامنه از مسئولیت مدنی یا کیفری مبرا و معاف خواهد بود؛ اما در فرضی که شخصی موجبات نقض حقوق مشروع صاحب یک نام دامنه را فراهم آورد، با توجه به سکوت قانون باید گفت که در این خصوص از باب مسئولیت مدنی نقض کننده حقوق ملزم به جبران خسارت وارده خواهد بود. همچنین امکان الزام نقض کننده حقوق مشروع صاحب نام دامنه به ابطال نام دامنه دوم نیز وجود دارد.

نتیجه

حقوق پدیدآورندگان آثار مانند هر حق دیگری در معرض نقض از سوی اشخاص حقیقی و حقوقی است. در بسیاری از مواقع پدیدآورندگان و صاحبان اثر قادر نیستند که بعد از عمومی کردن اثرشان، از نقض این حقوق توسط شخص یا اشخاص حقیقی یا حقوقی مطلع گردند و پیگیری‌های قانونی لازم را در این راستا انجام دهند. نقض حقوق مادی و معنوی پدیدآورندگان یک اثر جرم محسوب می‌شود و مانند هر جرم دیگری قابل پیگیری از طریق مراجع قضایی است تا استفاده از فرایندهایی را که موجب نقض حقوق آنان می‌گردد، متوقف و یا از اجرای آن جلوگیری کنند و نیز خسارات ناشی از نقض به نفع صاحب حق (پدیدآورنده) جبران شود. نقض حقوق پدیدآورندگان ممکن است محدود به قلمرو داخلی و سرزمینی نباشد و در خارج از مرزهای کشور صورت گیرد. با توجه به ضرورت عضویت در سازمان تجارت جهانی، پذیرفتن اصولی که از این آثار در سطح بین‌المللی حمایت می‌کند، برای هر کشوری ضروری است. ایران تاکنون به برخی از کنوانسیون‌های بین‌المللی مانند کنوانسیون پاریس و... ملحق شده، اما الحاق به کنوانسیون معروف برن که یکی از مهم‌ترین کنوانسیون‌ها راجع به مالکیت فکری است، بسیار مورد نیاز است.

برخی از سازمان‌های بین‌المللی به‌خصوص سازمان جهانی مالکیت فکری و ایپو (wipo) به منظور حل و فصل اختلافات تجاری متضمن مالکیت فکری، به‌عنوان مرکز داوری تنها ارائه‌دهنده بین‌المللی خدمات تخصصی (A.D.R) در زمینه حل و فصل اختلافات در حوزه مالکیت فکری است. با گسترش تجارت بین‌الملل و اهمیت یافتن بیش از پیش فعالیت‌های اینترنتی در ایران (به‌ویژه فعالیت‌های اقتصادی)، تعداد دعاوی مرتبط با نام دامنه نیز افزایش یافته و دادگاه‌ها و مراجع قضایی با این نوع دعاوی آشنا شده و ناگزیر از صدور رأی هستند.

علاوه بر اصل سرزمینی بودن در اختلافات ناشی از ثبت نام دامنه، دعاوی متعددی از سوی مالکان خارجی برندها علیه طرف ایرانی اقامه می‌شود که موضوع آن‌ها ابطال یا بازپس‌گیری نام دامنه یکسان یا مشابه با علامت تجاری آن‌هاست که حاکی از اصل فرا سرزمینی این دعاوی می‌باشد. مهم‌ترین شیوه برای حل و فصل اختلافات بین‌المللی مربوط به اسامی دامنه

روش «یو، دی، آر، پی» است. درج شرط رجوع به داوری در قراردادهای ثبت‌نام‌های دامنه باصلاحیت اجباری مرکز داوری و میانجیگری وایپو موجب ایجاد نوعی داوری اجباری در این دعاوی شده است. در حال حاضر ثبت دامنه‌های با پسوند دات آی آر ".ir" در کشور توسط سازمان ثبت دامنه‌های اینترنتی کشور ایران (ایرنیک) انجام می‌گیرد که در این راستا حل و فصل اختلافات در این خصوص بر اساس سیاست‌نامه حل اختلاف در زمینه ثبت‌نام دامنه با پسوند دات آی آر ".ir" میان مرکز ثبت و مشتریان وی (متقاضی ثبت یا دارنده نام دامنه) و شیوه‌نامه‌ای که در این خصوص تدوین شده است اعمال می‌گردد. در حل اختلافات مربوط به نام دامنه، مهم‌ترین نکته که مورد توجه قرار می‌گیرد سوءنیت اقدام‌کننده می‌باشد. با احراز سوءنیت ثبت‌کننده نام دامنه، دادگاه می‌تواند برای نقض‌کننده حق، ضمانت‌های اجرای مدنی یا کیفری در نظر گیرد. همچنین می‌تواند حکم به ابطال نام دامنه ثبت شده را صادر کند؛ اما معضل اصلی در جایی است که با اثبات حسن نیت، ثبت‌کننده نام دامنه از مسئولیت معاف می‌باشد؛ به عبارت دیگر، شخصی که موجبات نقض حقوق مشروع صاحب یک نام دامنه را فراهم آورده، با توجه به سکوت قانون، باید از باب مسئولیت مدنی ملزم به جبران خسارت وارده باشد. مورد دیگری که باید مورد توجه قرار گیرد پیش‌بینی نشدن ضمانت اجرای منع استفاده و یا انتقال نام دامنه گمراه‌کننده به مالک اصلی در قانون تجارت الکترونیک مصوب ۱۳۸۴ است.

فهرست منابع

الف - منابع فارسی

۱. اشتیاق، وحید؛ نظر چند تن از فقها [و] آیات عظام پیرامون حقوق مالکیت فکری، مجله رهنمون، مدرسه عالی شهید مطهری، شماره ۲ و ۳، ۱۳۷۱.
۲. اصلانی، حمیدرضا؛ حمایت از حقوق مالکیت صنعتی در فضای تبادل اطلاعات، رساله دکتری حقوق خصوصی، دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۸۸.
۳. پور مسجدیان، فاطمه؛ نام دامنه اینترنتی، تهران، انتشارات مجد، ۱۳۹۵.
۴. رئیسی، لیلا؛ نظام حل و فصل اختلافات حقوق مالکیت معنوی، تهران، انتشارات جنگل، ۱۳۹۲.
۵. صادقی، محسن؛ بررسی نام‌های دامنه از منظر حقوق مالکیت فکری، فصلنامه حقوق اسلامی، سال چهارم، شماره ۱۳، ۱۳۸۶.
۶. کاتوزیان، ناصر؛ دوره مقدماتی حقوق مدنی: اموال و مالکیت، تهران، نشر میزان، ۱۳۸۷.
۷. محمودی، زهرا؛ روش‌های حل اختلاف در نام دامنه با نگاهی به مقررات حقوق بین‌الملل و حقوق آمریکا، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
۸. معاونت پژوهش و آموزش؛ مطالعات و پژوهش‌های حقوق اقتصادی و بازرگانی، حمایت از حقوق مالکیت فکری در محیط اینترنتی، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۶.
۹. میرحسینی، سید حسن؛ مقدمه‌ای بر حقوق مالکیت معنوی، تهران، نشر میزان، چاپ پنجم، ۱۳۹۴.

ب - منابع لاتین

1. Reed, Chris (2004), Internet Law, text and materials, p.44, second edition, Cambridge University Press.
2. Colston, Catherine & Middleton, Kirsty (2005), Modern Intellectual Property Law, p.617, second edition, Cavendish publishing, London.