

مقایسه تطبیقی حقوق حاکم بر علائم تجاری و نام‌های دامنه

تالیف: مریم ترکمان سهرابی

عضو مرکز وکلا، کارشناسان و مشاوران خانواده قوه قضائیه



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مقایسه تطبیقی حقوق حاکم بر علائم تجاری و نام‌های دامنه

تالیف:

مریم ترکمان سهرابی

عضو مرکز وکلا، کارشناسان و مشاوران خانواده قوه قضائیه



انتشارات موجک (ناشر دانشگاهی)



سرشناسه: ترکمان سهرابی، مریم، ۱۳۶۷-

عنوان و نام پدیدآور: مقایسه تطبیقی حقوق حاکم بر علائم تجاری و نام‌های دامنه/تالیف مریم ترکمان سهرابی. مشخصات نشر: تهران: انتشارات موجک، ۱۴۰۱.

مشخصات ظاهری: ۱۲۲ ص.

شابک: ۹-۵۲۶-۹۹۴-۶۰۰-۹۷۸، ۱۴۹۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

یادداشت: کتابنامه: ص. ۱۱۵ - ۱۲۲.

موضوع: علائم تجاری -- قوانین و مقررات - ایران

موضوع: Trademarks -- Law and legislation -- Iran

موضوع: علائم تجاری -- قوانین و مقررات -- ایالات متحده

موضوع: Trademarks -- Law and legislation -- United States

موضوع: علائم تجاری -- قوانین و مقررات - انگلستان

موضوع: Trademarks -- Law and legislation -- Great Britain

موضوع: اینترنت -- نام حوزه -- قوانین و مقررات - ایران

موضوع: Internet domain names -- Law and legislation -- Iran

موضوع: اینترنت -- نام حوزه -- قوانین و مقررات - انگلستان

موضوع: Internet domain names -- Law and legislation -- Great Britain

موضوع: اینترنت -- نام حوزه -- قوانین و مقررات -- ایالات متحده

موضوع: Internet domain names -- Law and legislation -- United States

موضوع: حقوق تطبیقی

موضوع: Comparative law

رده بندی کنگره: KMH۱۲۲۰

رده بندی دیویی: ۳۴۶/۵۵۰۴۸۸

شماره کتابشناسی ملی: ۸۹۵۶۴۹۶

انتشارات موجک (ناشر دانشگاهی)

واتساپ: ۰۹۳۶۳۰۳۱۲۵۸ | کانال: telegram.me/mojak1

تلفن مرکز پخش: ۰۲۶۳۲۷۰۵۳۱۸ - ۰۲۶۳۲۷۰۲۶۵۹ - ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۹۳ - ۰۲۱۶۶۴۲۹۷۳۳

ایمیل: mojakpublication@yahoo.com

سایت: www.mojak.ir | اینستاگرام: mojakpublication



عنوان: مقایسه تطبیقی حقوق حاکم بر علائم تجاری و نام‌های دامنه

تالیف: مریم ترکمان سهرابی، عضو مرکز و کلا، کارشناسان و مشاوران خانواده قوه قضائیه

مشخصات ظاهری: ۱۲۲ صفحه، قطع وزیری

چاپ اول: تابستان ۱۴۰۱، تیراژ: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۱۴۹۰۰۰۰ ریال، شابک: ۹-۵۲۶-۹۹۴-۶۰۰-۹۷۸

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر برای انتشارات موجک محفوظ است. هیچ شخص حقیقی و حقوقی حق چاپ و تکثیر این اثر را به هر شکل و صورت اعم از فتوکپی، چاپ کتاب و ... را ندارد. متخلفین به موجب بند ۵ ماده قانون حمایت از ناشرین تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

پیش گفتار ۹

فصل اول: کلیات ۱۱

۱-۱ مقدمه ۱۱

۲-۱ تشریح موضوع کتاب ۱۲

۳-۱ اهمیت موضوع ۱۲

۴-۱ تعاریف و مفاهیم ۱۳

فصل دوم: نام دامنه ۱۵

۱-۲ تاریخچه نام دامنه ۱۵

۲-۲ تعریف و ماهیت نام دامنه ۱۷

۳-۲ انواع نام دامنه ۱۹

۱-۳-۲ پسوندهای عمومی (حوزه عام سطح بالای عمومی) ۱۹

۲-۳-۲ پسوندهای اختصاصی (ویژه) ۲۰

۳-۳-۲ پسوندهای ملی (حوزه‌های سطح بالای کد کشوری) ۲۰

۴-۲ نام دامنه تحت نظام آیکن ۲۱

فصل سوم: علامت تجاری ۲۷

۱-۳ سابقه تاریخی علامت تجاری ۲۷

۲-۳ تعریف و ماهیت علامت تجاری ۲۸

- ۳-۳ انواع علامت تجاری ۳۲
- ۱-۳-۳ علایم جمعی ۳۲
- ۲-۳-۳ علایم تضمینی یا تاییدی ۳۳
- ۳-۳-۳ علایم مشهور ۳۴
- ۴-۳ ثبت علامت تجاری ۳۵
- ۵-۳ ثبت علامت تجاری طبق موافقت نامه مادرید ۳۷

فصل چهارم: ارتباط نام دامنه با علامت تجاری ۴۱

- ۱-۴ تعارض نام دامنه با علامت تجاری ۴۱
- ۲-۴ انواع نقض علایم تجاری توسط نام دامنه در محیط مجازی ۴۴
- ۳-۴ نقض علامت تجاری از طریق ثبت نام دامنه ۴۵
- ۴-۴ نقض علامت تجاری از طریق متاتگ ۴۷
- ۵-۴ نقض علامت تجاری از طریق چارچوب بندی ۴۹

فصل پنجم: اختلافات نام دامنه و علامت تجاری در نظام کامن لا و ایران ۵۱

- ۱-۵ رویه غیر قضایی آیکن ۵۱
- ۲-۵ سیاست نامه متحدالشکل حل اختلاف نام دامنه آمریکا ۵۳
- ۳-۵ قلمرو اعمال سیاست نامه ۵۴
- ۴-۵ شرایط نقض علامت تجاری طبق سیاست نامه ۵۴
- ۵-۵ اثبات حق مالکیت بر علامت تجاری ۵۵
- ۶-۵ فعالیت مشابه دارنده علامت تجاری و نام دامنه ۵۸
- ۷-۵ ثبت نام دامنه همراه با سونیت ۵۹
- ۸-۵ تقابل آزادی بیان و نام دامنه ۶۰
- ۹-۵ صلاحیت رسیدگی طبق سیاست نامه ۶۱
- ۱۰-۵ مزایای رسیدگی طبق سیاست نامه ۶۳

- ۱۱-۵ ایرادات وارد بر سیاست‌نامه ۶۴
- ۱۲-۵ توصیه‌نامه واپو درخصوص مقررات ناظر بر حمایت از علائم در اینترنت همراه
یادداشت‌های توضیحی ۶۶
- ۱۳-۵ سرویس مرکز داوری سازمان جهانی مالکیت فکری در ارتباط با حل اختلاف نام‌های دامنه
..... ۶۸

فصل ششم: حل اختلافات نام دامنه و علامت تجاری ۷۱

- ۱-۶ حل اختلافات به روش غیرقضایی در حقوق ایران ۷۱
- ۲-۶ حل اختلاف به روش قضایی ۷۵
- ۱-۲-۶ حقوق آمریکا ۷۵
- ۲-۲-۶ حقوق انگلستان ۷۹
- ۳-۲-۶ حقوق ایران ۸۲
- ۳-۶ مقایسه حقوق سه کشور ۸۵

فصل هفتم: تعیین صلاحیت ۸۹

- ۱-۷ تعیین صلاحیت در فضای مجازی ۸۹
- ۲-۷ معیار تشخیص صلاحیت ۹۲
- ۳-۷ تعیین صلاحیت در حقوق موضوعه ایالات متحده آمریکا ۹۳
- ۱-۳-۷ سیستم دادگاه فدرال ۹۳
- ۲-۳-۷ سیستم دادگاه ایالتی، سرزمینی یا بخش ۹۴
- ۴-۷ تعیین صلاحیت در حقوق موضوعه ایران ۹۷
- ۱-۴-۷ احراز صلاحیت دادگاه ۹۷
- ۲-۴-۷ تعیین قانون حاکم ۹۸
- ۳-۴-۷ قلمرو قانون حاکم ۹۸
- ۴-۴-۷ ضمانت اجرای نقض الکترونیکی آثار ۱۰۰

- ۵-۷ صلاحیت بین‌المللی در فضای مجازی ۱۰۱
- ۶-۷ صدور و اجرای حکم ۱۰۳
- ۷-۷ راهکار کنوانسیون بین‌المللی لاهه در خصوص تعیین صلاحیت ۱۰۴
- ۸-۷ دادگاه محل اقامت خواننده و دعاوی قراردادی ۱۰۵
- ۹-۷ جبران خسارت ۱۰۶
- ۱۰-۷ صلاحیت انحصاری ۱۰۷

فصل هشتم: جمع‌بندی ۱۱۱

- ۱-۸ نتیجه‌گیری ۱۱۱
- ۲-۸ پیشنهادات ۱۱۴

منابع ۱۱۵

- منابع فارسی ۱۱۵
- منابع خارجی ۱۱۹

پیش‌گفتار

از جمله موضوعات مهمی که در زمینه تجارت الکترونیک و فضای مجازی از اهمیت بالایی برخوردار است و مباحث حقوقی بسیاری را به خود اختصاص داده، موضوع نام دامنه و علامت تجاری است. علامت تجاری برای معرفی کالا و خدمات یک تاجر یا موسسه تجاری استفاده می‌شود و از منابع مهم درآمد آنها به حساب می‌آید.

ورود تجارت به عرصه اینترنت منجر شده تا مشکلات و مسائل حقوقی مرتبط با آن نیز همزمان وارد این عرصه شود. یکی از این مسائل، نقض حق دارندگان «علائم تجاری»^۱ است. استفاده از علایم تجاری در فضای مجازی صور مختلفی دارد. مواردی نظیر استفاده از علامت تجاری برای معرفی کالا و خدمات و استفاده از این علامت در فضای مجازی مانند: ثبت نام دامنه مشابه آن علامت تجاری می‌باشد.

مهم‌ترین قسمتی که نام دامنه را با حقوق مالکیت فکری مرتبط می‌سازد، معضل تعارض نام دامنه و علامت تجاری می‌باشد که به این واسطه، ممکن است در فضای مجازی نام دامنه‌ای مشابه علامت تجاری ثبت شده متعلق به دیگری، ثبت شود و باعث سردرگمی مشتریان و مصرف‌کنندگان آن کالا و خدمات نسبت به آن علامت تجاری شود. برای تعیین اینکه این شباهت منجر به نقض حقوق مالک علامت تجاری شده است یا نه؛ دو روش قضایی و غیرقضایی پیش‌بینی گردیده است؛ یعنی به طریق دادگاه و از طریق مراجعی نظیر آیکن که در این کتاب به تفسیر آن‌ها نگاه شده است؛ بنابراین در جهت تبیین موضوع به بیان تعیین شرایط حمایت از علامت تجاری، تعیین موارد نقض علامت تجاری توسط نام‌های دامنه و تعیین حقوق حاکم در جهت حل و فصل اختلافات ناشی از نقض علامت تجاری توسط نام دامنه پرداخته، همچنین وضعیت مسوولیت ناشی از نقض علامت تجاری به واسطه استفاده از علامت تجاری به عنوان نام دامنه در نظام حقوقی ایران، طبق ماده ۶۶

^۱ Trade Marks: کالا و خدمات یک موسسه از موسسه دیگر.

قانون تجارت الکترونیک و در کشورهای تحت نظام حقوق کامن‌لا نظیر آمریکا و انگلیس به صورت ضمانت اجراهای حقوقی مناسبی مانند ابطال ثبت یا انتقال نام دامنه به نام زیان دیده دارنده علامت تجاری و جبران خسارات وارده در نظر گرفته شده است که در این کتاب به طور مفصل مورد بررسی قرار گرفته است.

شیوه سازماندهی کتاب حاضر به صورت زیر می‌باشد.

فصل اول: کلیات

فصل دوم: نام دامنه

فصل سوم: علامت تجاری

فصل چهارم: ارتباط نام دامنه با علامت تجاری

فصل پنجم: اختلافات نام دامنه و علامت تجاری در نظام کامن‌لا و ایران

فصل ششم: حل اختلافات نام دامنه و علامت تجاری

فصل هفتم: تعیین صلاحیت

فصل هشتم: جمع‌بندی

در پایان، بر خود لازم می‌دانم که از همه عزیزان و بزرگوارانی که در مراحل گوناگون آماده سازی این کتاب من را یاری نموده‌اند، صمیمانه تقدیر و تشکر نمایم.

مریم ترکمان سهرابی

عضو مرکز وکلا، کارشناسان و مشاوران خانواده قوه قضائیه

تابستان ۱۴۰۱

Comparative Comparison of the Laws Governing Trademarks and Domain Names

Maryam Turkman Sohrabi

از جمله موضوعات مهمی که در زمینه تجارت الکترونیک و فضای مجازی از اهمیت بالایی برخوردار است و مباحث حقوقی بسیاری را به خود اختصاص داده، موضوع نام دامنه و علامت تجاری است. علامت تجاری برای معرفی کالا و خدمات یک تاجر یا موسسه تجاری استفاده می‌شود و از منابع مهم درآمد آنها به حساب می‌آید.

ورود تجارت به عرصه اینترنت منجر شده تا مشکلات و مسائل حقوقی مرتبط با آن نیز همزمان وارد این عرصه شود. یکی از این مسائل، نقض حق دارندگان «علامت تجاری» است. استفاده از علائم تجاری در فضای مجازی صورت مختلفی دارد. مواردی نظیر استفاده از علامت تجاری برای معرفی کالا و خدمات و استفاده از این علامت در فضای مجازی مانند: ثبت نام دامنه مشابه آن علامت تجاری می‌باشد.

مهم‌ترین قسمتی که نام دامنه را با حقوق مالکیت فکری مرتبط می‌سازد، معضل تعارض نام دامنه و علامت تجاری می‌باشد که به این واسطه، ممکن است در فضای مجازی نام دامنه‌ای مشابه علامت تجاری ثبت شده متعلق به دیگری، ثبت شود و باعث سردرگمی مشتریان و مصرف‌کنندگان آن کالا و خدمات نسبت به آن علامت تجاری شود. برای تعیین اینکه این شباهت منجر به نقض حقوق مالک علامت تجاری شده است یا نه؛ دو روش قضایی و غیرقضایی پیش‌بینی گردیده است.

