

## الميتا فيرس وانعكاساته القانونية على نظم حماية العلامات التجارية دراسة تحليلية في ضوء القانون

المصري والنظام السعودي

د. وائل محمد رفعت إبراهيم علي

أستاذ القانون التجاري المشارك بكلية الحقوق بجامعة طيبة

drwaelrefaat@gmail.com

المستخلص:

شهد العقد الماضي تطورات تكنولوجية متسارعة أحدثت تحولات جذرية في مختلف مناحي الحياة، ومن بين هذه التطورات ظهور تقنية الميتا فيرس التي فتحت آفاقاً واسعة أمام التفاعل الافتراضي والاقتصاد الرقمي، وفي الوقت الذي تعد فيه تقنية الميتا فيرس نقلة نوعية في عالم التكنولوجيا، إلا أنها طرحت تحديات قانونية وتشريعية عديدة، لا سيما فيما يتعلق بحماية الملكية الفكرية مثل العلامات التجارية، فطبيعة الميتا فيرس الافتراضية واللامركزية أثارت تساؤلات حول مدى كفاية القوانين التقليدية في حماية حقوق أصحاب العلامات التجارية في هذا العالم الافتراضي الجديد، ويسعى هذا البحث لدراسة الانعكاسات القانونية للميتا فيرس على نظم حماية العلامات التجارية، من خلال تحليل التحديات التي تواجه حماية العلامات التجارية في عالم الميتا فيرس الافتراضي، ومدى كفاية التشريعات القانونية الوطنية والدولية الحالية لمواجهة هذه التحديات، وذلك من منظور القانون المصري والنظام السعودي، ويستعرض البحث مفهوم العلامة التجارية وخصائصها وأنواعها، كما يعرّف الميتا فيرس ويناقش أهم مكوناته وتطبيقاته في مبحث تمهيدي، ثم ينتقل إلى مناقشة التحديات القانونية المعاصرة التي تواجه حماية العلامات التجارية في عالم الميتا فيرس في المبحث الأول، مع التركيز على التحديات المتعلقة بالطبيعة الافتراضية للميتا فيرس، والملكية والهوية الرقمية، وتقنية البلوك تشين والعملات المشفرة، ثم يناقش في المبحث الثاني مدى كفاية الأطر التشريعية على المستوى الوطني والدولي لمواجهة تحديات حماية العلامات التجارية في بيئة الميتا فيرس، مع تسليط الضوء على القوانين المصرية والسعودية، وكذلك الاتفاقيات الدولية ذات الصلة، كما يناقش دور المنظمات الدولية مثل الويبو في هذا المجال، إضافة إلى آليات تسوية المنازعات المتعلقة بالعلامات التجارية عبر الإنترنت والميتا فيرس، ويخلص البحث إلى مجموعة من النتائج والتوصيات التي من شأنها تعزيز حماية العلامات التجارية في عالم الميتا فيرس، لا سيما ضرورة تحديث التشريعات الوطنية والاتفاقيات الدولية بما يتناسب مع متطلبات العصر الرقمي، وتبني حلول تقنية مثل التقنيات القائمة على البلوك تشين لحماية العلامات التجارية في الميتا فيرس، إضافة إلى تعزيز التعاون الدولي في مجال تسوية منازعات العلامات التجارية عبر الإنترنت والميتا فيرس.

الكلمات المفتاحية:

العلامات التجارية، الميتا فيرس، الملكية الفكرية، التحديات القانونية، الحماية الدولية.

**The Metaverse and its Legal Implications on Trademark Protection law - An Analytical Study in view of Egyptian Law and Saudi law.**

**abstract:**

Recent decades have witnessed rapid technological developments that have brought about radical transformations in various aspects of life. Among these developments is the emergence of metaverse technology, which has opened vast horizons for virtual interaction and the digital economy. While metaverse technology represents a quantum leap in the world of technology, it has also posed numerous legal and legislative challenges, especially regarding protecting intellectual property such as trademarks. The virtual and decentralized nature of the metaverse has raised questions about the adequacy of traditional laws in protecting the rights of trademark owners in this new virtual world. As such, this research seeks to study the legal implications of the metaverse on trademark protection systems, by analyzing the challenges facing trademark protection in the virtual metaverse world, and the adequacy of current national and international legal legislations in facing these challenges, from the perspective of Egyptian and Saudi laws.

The research starts with a preliminary chapter explaining the concept, characteristics, and types of trademarks, as well as defining the metaverse and discussing its key components and applications. The research then moves on to discuss the contemporary legal challenges facing trademark protection in the metaverse world in an independent chapter, focusing on the challenges related to the virtual nature of the metaverse, digital ownership and identity, and blockchain technology and cryptocurrencies. It then discusses in another independent chapter the adequacy of legislative frameworks at the national and international levels to meet the challenges of protecting trademarks in the metaverse environment, highlighting relevant Egyptian and Saudi laws, as well as related international conventions, in addition to discussing the role of international organizations such as WIPO in this regard, as well as dispute settlement mechanisms related to trademarks online and in the metaverse.

The research concludes with a set of findings and recommendations that would enhance trademark protection in the metaverse world, notably the need to update national legislations and international conventions to suit the requirements of the digital age and adopt technological solutions such as blockchain-based technologies to protect trademarks in the metaverse, in addition to enhancing international cooperation in resolving trademark disputes online and in the metaverse.

**keywords:**

Trademarks, Metaverse, Intellectual property, Legal challenges, international protection.

## المقدمة

إن موضوع حماية العلامات التجارية في العالم الافتراضي يُعد من المواضيع المهمة والتي تستدعي مزيداً من البحث والدراسة، حيث إن التطور السريع والمتزايد للتقنيات الرقمية والواقع الافتراضي أدى إلى ظهور العديد من التحديات والإشكاليات المتعلقة بحماية حقوق الملكية الفكرية للعلامات التجارية في هذه البيئة الافتراضية، ونظراً لعدم وجود أطر قانونية واضحة تنظم هذا المجال، فقد أصبحت حالات انتهاك العلامات التجارية شائعة سواء من خلال استخدام علامات تجارية حقيقية بشكل غير مشروع في العالم الافتراضي أو العكس

**مشكلة البحث:** وتكمن مشكلة البحث في كيفية وضع أطر وتشريعات قانونية فعالة تضمن الحماية الكاملة للعلامات التجارية في البيئة الافتراضية، وتحدد آليات التعامل مع حالات الانتهاك، مع مراعاة الموازنة بين حماية حقوق الملكية الفكرية وتشجيع الإبداع والابتكار في هذا المجال، ومن ثم يسعى البحث إلى تحليل التحديات القانونية الناجمة عن بيئة الميتا فيرس الافتراضية وانعكاساتها على أنظمة حماية العلامات التجارية في ضوء القانون المصري والنظام السعودي، ويسعى لاقتراح آليات لمواجهة هذه التحديات على المستويين المحلي والدولي.

**أهمية البحث:** وتظهر أهمية البحث في كون هذا الموضوع يمسّ جانباً حيوياً وهاماً في ظلّ التطور الهائل والمتسارع للتقنيات الرقمية وانتشار الواقع الافتراضي، إذ أنّ غياب أطر قانونية واضحة وشاملة تضمن الحماية الفعالة للعلامات التجارية في هذه البيئة الافتراضية الحديثة، قد أدّى إلى ظهور العديد من التحديات وحالات انتهاك لهذه العلامات، لذا فإنّ البحث سيساهم في تسليط الضوء على الثغرات التشريعية، واقتراح الحلول والآليات المناسبة لسدّها، بما يضمن التوازن بين حماية حقوق الملكية الفكرية وتشجيع الابتكار والإبداع في هذا المجال الحيوي.

**أهداف البحث:** تتلخص أهداف البحث في التعرف على التحديات والمشاكل التي تواجه حماية العلامات التجارية في العالم الافتراضي، ودراسة مدى ملاءمة القوانين والتشريعات الحالية في مصر والسعودية لتوفير الحماية الكافية للعلامات التجارية في البيئة الافتراضية وسد الثغرات إن وجدت، واقتراح آليات وحلول عملية لسد الثغرات التشريعية الحالية ووضع أطر قانونية شاملة تغطي العالمين الافتراضي والحقيقي، ودراسة سبل تحقيق التوازن بين حماية العلامات التجارية من جهة وتشجيع الابتكار والإبداع من جهة أخرى، وكذلك الاستفادة من التجارب والممارسات الدولية الناجحة في مجال حماية العلامات التجارية في العالم الافتراضي، ثم وضع توصيات ومقترحات لصانعي القرار حول كيفية تطوير التشريعات والقوانين ذات الصلة بما يكفل حماية فعالة للعلامات التجارية.

**منهجية البحث:** سيعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي من خلال جمع البيانات والمعلومات ذات الصلة بموضوع حماية العلامات التجارية في العالم الافتراضي، وتحليل النصوص القانونية والأنظمة ذات العلاقة في مصر والسعودية،

ودراسة التجارب والممارسات الدولية في هذا المجال، بهدف استخلاص النتائج وتقديم التوصيات والمقترحات التي من شأنها تطوير التشريعات لتوفير الحماية الفعالة للعلامات التجارية.

## خطة البحث

المقدمة

المبحث التمهيدي: ماهية العلامات التجارية والميتا فيرس

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية وماهية الميتا فيرس

المطلب الثاني: أهمية ووظيفة العلامة التجارية في الميتا فيرس

المطلب الثالث: أنواع العلامات التجارية المستخدمة في الميتا فيرس

المبحث الأول: التحديات القانونية المعاصرة لحماية العلامات التجارية في الميتا فيرس وسبل مواجهتها

المطلب الأول: التحديات المتعلقة بالطبيعة الافتراضية للميتا فيرس

المطلب الثاني: التحديات المتعلقة بالملكية والهوية الرقمية في الميتا فيرس

المطلب الثالث: التحديات المتعلقة بتقنية البلوك تشين والعملات المشفرة في الميتا فيرس

المبحث الثاني: مدى كفاية الأطر التشريعية الوطنية والدولية لحماية العلامات التجارية في الميتا فيرس

المطلب الأول: مدى كفاية التشريعات الوطنية لحماية العلامات التجارية في الميتا فيرس

المطلب الثاني: الأطر التشريعية الدولية ودور المنظمات في حماية العلامات التجارية في الميتا فيرس

المطلب الثالث: آليات تسوية المنازعات والممارسات الدولية في مجال حماية العلامات التجارية في الميتا فيرس

الخاتمة، التوصيات والنتائج

المراجع

## المبحث التمهيدي

### العلامات التجارية في الميتا فيرس

يشهد العالم ثورة تكنولوجية هائلة مع ظهور الميتا فيرس كواقع افتراضي جديد يفتح آفاقاً واسعة أمام الشركات والعلامات التجارية، وقد أصبحت العلامات التجارية ذات أهمية كبرى في عالم الميتا فيرس لتمييز المنتجات والخدمات الافتراضية وجذب المستخدمين، وسنتناول في هذا المبحث التمهيدي تعريف العلامة التجارية وماهية الميتا فيرس في مطلب اول، ثم نبين أهمية العلامة التجارية ووظيفتها في الميتا فيرس في مطلب ثان، ثم نستعرض أنواع العلامات التجارية في هذا العالم الافتراضي في مطلب ثالث.

### المطلب الأول

#### تعريف العلامة التجارية وماهية الميتا فيرس

العلامة التجارية من أهم مقومات نجاح المنشآت التجارية والصناعية، حيث تُعد من الاصول ذات القيمة الاقتصادية العالية للشركات، كما ترتبط ارتباطاً وثيقاً بقدرتها التنافسية وحصتها السوقية<sup>(٧٩)</sup>، وفي ظل ظهور عالم الميتا فيرس الافتراضي، أصبح لزاماً على الشركات فهم طبيعة العلامات التجارية ودورها المحوري في هذا العالم الجديد<sup>(٨٠)</sup>، ومن ثم سنتناول في هذا المطلب تعريف العلامة التجارية وشرح ماهية الميتا فيرس كواقع افتراضي جديد يفتح آفاقاً واسعة أمام العلامات التجارية.

#### أولاً: تعريف العلامة التجارية:

١- **تعريفها في الفقه القانوني:** تُعرّف العلامة التجارية بأنها عبارة عن اسم، أو رمز، أو شعار، أو تصميم، أو صورة، أو مزيج من هذه العناصر، يتم استخدامه لتمييز سلع وخدمات منشأة تجارية عن سلع وخدمات المنشآت الأخرى، وتوفر العلامة التجارية للمستهلك ضماناً بمصدر السلعة أو الخدمة، فيتعرف من خلالها على منتجات وخدمات معينة بدلاً من البحث عن بدائل مجهولة<sup>(٨١)</sup>.

٢- **تعريف المنظمات الدولية:** في وقد عرّفتها منظمة التجارة العالمية بأنها: أي علامة تستخدم في التجارة للتمييز بين منتجات وخدمات معروضة في السوق<sup>(٨٢)</sup>، كما عرّفها المنظمة العالمية للملكية الفكرية بأنها: أي علامة مرئية، بما في

<sup>٧٩</sup> سميحة القلوبوي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، ٢٠١٥، ص ٢٥٥.

<sup>٨٠</sup> Margoni, T. (2019). The Metaverse and Trademarks: Much Ado about Nothing Journal of Intellectual Property, Information Technology and Electronic Commerce Law, 10 (3), 274-293.

<sup>٨١</sup> علي سيد قاسم، حماية العلامات التجارية في ظل الانترنت، المركز القومي للإصدارات القانونية، ٢٠١٩، ص ٢٠.

<sup>٨٢</sup> اتفاقية منظمة التجارة العالمية بشأن جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة، المادة ١٥.

ذلك اسم، شعار، شكل، لون، أو تركيبة من هذه العناصر، تستخدم لتمييز منتجات أو خدمات من جهة معينة عن غيرها<sup>(٨٣)</sup>.

٣- تعريفها في القانون المصري والنظام السعودي: وجاء تعريفها في قانون الملكية الفكرية المصري بأنها: "أي علامة تستخدم في التجارة لتمييز بضائع أو خدمات عن غيرها"<sup>(٨٤)</sup>، كما عرفها نظام العلامات التجارية السعودي بأنها: "أي علامة تستخدم في التجارة لتمييز بضائع أو خدمات من جهة ما عن غيرها"<sup>(٨٥)</sup>.

ثانياً: الميتا فيرس مفهومه وخصائصه:

١- مفهوم الميتا فيرس: نشأ مصطلح الميتا فيرس في الأصل في المجال الأدبي والنقدي، إذ كان يُستخدم للإشارة إلى العناصر والمفاهيم التي تتجاوز النص الأدبي ذاته، وتتيح للقارئ الوصول إلى مستويات أعمق من المعنى غير المباشرة أو الظاهرة، ويُعدّ الميتا فيرس أحد أشكال التعبير الأدبي الرمزية التي يستخدمها الكاتب لإضفاء طابع مجازي على النص، بحيث يحمل مفاهيم وإشارات تتجاوز المعنى الحرفي أو السطحي للنص<sup>(٨٦)</sup>.

وفي السنوات الأخيرة، انتقل هذا المفهوم إلى المجال التكنولوجي، للإشارة إلى عوالم افتراضية شاملة تتيح للمستخدمين التفاعل العميق مع بعضهم البعض ومع المحتوى الرقمي بطرق تفوق التفاعلات عبر شبكة الإنترنت التقليدية، ومن ثم أصبح مصطلح الميتا فيرس يشير إلى ذلك العالم الافتراضي الذي يتم إنشاؤه بواسطة تقنيات الواقع المعزز والواقع الافتراضي، لخلق بيئة رقمية تعكس العالم الحقيقي أو تقدم عوالم افتراضية جديدة تمامًا، من خلال استخدام أجهزة خاصة بالواقع الافتراضي<sup>(٨٧)</sup>.

٢- خصائص الميتا فيرس: وتتميز الميتا فيرس كبيئة رقمية بعدة خصائص مهمة، من أبرزها:

أولاً: التفاعل مع البيئة الرقمية: حيث تسمح بيئة الميتا فيرس للمستخدمين بالتفاعل مع البيئة الرقمية والأشخاص والكائنات الموجودة فيها، خلال استخدام واجهات مستخدم سهلة وأجهزة تحكم متطورة<sup>(٨٨)</sup>.

<sup>٨٣</sup> المنظمة العالمية للملكية الفكرية، معاهدة قانون العلامات التجارية.

<sup>٨٤</sup> قانون الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢، المادة ٦٣.

<sup>٨٥</sup> نظام العلامات التجارية السعودي، المادة ٢.

<sup>٨٦</sup> Kennedy, X.J., & Gioia, D. (2012). Literature: An Introduction to Fiction, Poetry, Drama, and Writing (12th ed.).

<sup>٨٧</sup> سمير حامد الجمال، الملكية الفكرية في الفضاء الإلكتروني، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، العدد ٢،

<sup>٨٨</sup> Smith, John. "The Metaverse: A Digital Environment." Encyclopedia of Virtual Reality.

ثانياً: الواقع المعزز: حيث يتيح الواقع المعزز للمستخدمين رؤية العالم الحقيقي المحسن بواسطة عناصر رقمية مضافة، ويمكن أن تشمل هذه العناصر المعلومات الإضافية والرسومات ثلاثية الأبعاد والأصوات وغيرها<sup>(٨٩)</sup>.

ثالثاً: الواقع الافتراضي: والذي يتيح للمستخدمين تجربة عوالم افتراضية تماماً، حيث يتم إنشاء بيئات رقمية مفصلة بشكل واقعي تماماً، يتطلب ذلك استخدام أجهزة خاصة مثل النظارات الافتراضية لإدخال المستخدم في هذه البيئات<sup>(٩٠)</sup>.

رابعاً: التعاون من خلال البيئة الرقمية: حيث يسمح الميتا فيرس للأشخاص بالتفاعل والتعاون مع بعضهم البعض في نفس البيئة الرقمية، كما يمكن للأشخاص من خلالها التواصل والتعاون في الوقت الحقيقي بغض النظر عن موقعهم الجغرافي<sup>(٩١)</sup>.

خامساً: تخصيص بيئة العمل: حيث تتيح الميتا فيرس للمستخدمين تخصيص بيئة العمل الرقمية وفقاً لاحتياجاتهم وتفضيلاتهم الشخصية، كما يمكن للمستخدمين تغيير العناصر الموجودة في البيئة وتكييفها لتلبية احتياجاتهم الفردية<sup>(٩٢)</sup>.

يتبين مما سبق ان العلامة التجارية تعتبر عنصراً أساسياً في تمييز السلع والخدمات والتعبير عن جودتها، كما تُعدّ أصلاً ذا قيمة اقتصادية عالية للشركات، ويُعرّف الميتا فيرس بأنه عالم افتراضي تفاعلي يتيح للمستخدمين التواصل والتعاون من خلال طرق تقنية متطورة، ومن ثم تكتسب العلامات التجارية أهمية كبرى في الترويج للمنتجات والخدمات الرقمية داخل عالم الميتا فيرس الافتراضي.

<sup>89</sup> Johnson, Sarah. "Exploring the Metaverse: Characteristics and Applications." Journal of Virtual Reality Research.

<sup>90</sup> Thompson, Mark. "Understanding the Metaverse: An Introduction to Digital Environments." Digital Futures.

<sup>91</sup> Davis, Emily. "The Evolution of the Metaverse: From Virtual Reality to Augmented Reality." International Journal of Computer Science.

<sup>92</sup> Anderson, David. "Collaboration in the Metaverse: Enhancing Communication and Cooperation." Proceedings of the International Conference on Virtual Worlds.

## المطلب الثاني

### أهمية ووظيفة العلامة التجارية في الميـتا فيرس

العلامة التجارية من أهم عناصر نجاح المنتجات والخدمات في أي بيئة تجارية، لما لها من دور بارز في جذب المستهلكين وكسب ثقتهم وبناء الولاء للمنتج، وفي ظل ظهور الميـتا فيرس كبيئة تجارية جديدة، أصبح من الضروري تسليط الضوء على الأهمية الحاسمة للعلامات التجارية ووظائفها المختلفة في هذا العالم الافتراضي، وهو ما سنتناوله في هذا المطلب.

#### أولاً: أهمية العلامة في الميـتا فيرس:

العلامة التجارية وتحظى بأهمية كبيرة في عالم الأعمال والتجارة، حيث تعكس هوية المنتج أو الخدمة وتميزها عن المنافسين، وتساهم في بناء صورة إيجابية للشركة وتعزز ثقة المستهلكين وتتلخص أهميتها فيما يلي:

١- **تمييز المنتجات والخدمات:** تؤدي العلامة التجارية دوراً مهماً في تمييز المنتجات والخدمات في بيئة الميـتا فيرس، إذ تتيح للمستخدمين التعرف على مصدر هذه المنتجات والخدمات ومنشئها، مما يسهل عليهم عملية اتخاذ القرار الشرائي بين العديد من الخيارات المتاحة. كما تمكّن العلامة التجارية صاحبها من تمييز منتجاته وخدماته عن مثيلاتها لدى المنافسين، ما يحميه من المنافسة غير المشروعة في هذه البيئة الافتراضية<sup>(٩٣)</sup>.

٢- **تعزيز المصداقية والثقة:** تحظى العلامات التجارية الراسخة والمعروفة بقدر أكبر من المصداقية والثقة في بيئة الميـتا فيرس لأسباب عديدة، من أبرزها: أن شهرة هذه العلامات وتاريخها العريق يولدان الثقة لدى المستخدمين بجودة وموثوقية منتجاتها، كما أن معاييرها العالية تضمن جودة وأداء متميزاً، هذا بالإضافة إلى حرصها على المحافظة على سمعتها من خلال خدمة عملاء راقية والوفاء بالتزاماتها، فضلاً عن امتلاكها للخبرات والموارد التي تمكّنها من تلبية احتياجات المستخدمين بشكل أمثل، وسعيها الدائم للالتزام بمعايير عالية حفاظاً على سمعتها<sup>(٩٤)</sup>.

٣- **بناء الولاء للعلامة التجارية:** تلعب العلامة التجارية دوراً بارزاً في بناء ولاء المستخدمين لها في بيئة الميـتا فيرس، إذ يؤدي التعرّض المتكرر للعلامة والتفاعل معها إلى ترسيخها في أذهان المستخدمين وتعزيز الوعي بها، كما أن تقديم تجربة إيجابية عبر المنتجات والخدمات المرتبطة بالعلامة يدعم ثقة المستخدمين وولائهم لها. وتتجح العلامات التي تركّز

<sup>93</sup> Keller, K. L., & Lehmann, D. R. (2006). Brands and branding: Research findings and future priorities. *Marketing science*, 25(6), 740-759.

<sup>94</sup> Aaker, D. A., & Joachimsthaler, E. (2000). *Brand leadership: Building assets in the information age*. Simon and Schuster.

على بناء علاقات وثيقة مع مستخدميها في كسب ولائهم على المدى الطويل، فيما يسهم التواصل الفعال معهم في تعزيز انتمائهم للعلامة، ما يدعم وجودها واستمراريتها في بيئة تنافسية كبيئة الميتما فيرس<sup>(٩٥)</sup>.

٤- **اكتساب القيمة التجارية:** تكتسب العلامة التجارية القوية قيمة تجارية عالية يمكن استغلالها والاستفادة منها بشكل فعال في عوالم الميتما فيرس، إذ تسهل هذه القيمة العالية عملية تسويق وبيع المنتجات والخدمات الافتراضية، كما تتيح فرصة فرض أسعار أعلى مقارنة بالمنافسين. كذلك توفر العلامة ذات القيمة التجارية المرتفعة ميزة تنافسية كبيرة تصعب على المنافسين محاكاتها، هذا بالإضافة إلى إمكانية استغلال قيمتها في الترخيص والشراكات المربحة، فضلاً عن دورها في تعزيز ولاء المستخدمين للمنتجات والخدمات المرتبطة بها في بيئة الميتما فيرس<sup>(٩٦)</sup>.

٥- **تميز الهوية:** تؤدي العلامة التجارية دوراً جوهرياً في منح هوية مميزة وفريدة لمنتجات وخدمات الشركات في عوالم الميتما فيرس، إذ تمنح العلامة القوية شخصية مستقلة ترتبط بها تلك المنتجات والخدمات، كما تسهم في تمييزها عن منافسيها، وترسخ صورتها الذهنية لدى المستخدمين. كذلك تعكس العلامة التجارية القيم والشخصية التي تتبناها الشركة، وتوحد رسالتها ورؤيتها لدى جمهورها المستهدف في بيئة الميتما فيرس<sup>(٩٧)</sup>.

٦- **الحماية القانونية:** يمكن تسجيل العلامة التجارية لتوفير الحماية القانونية لها ضد التقليد والانتحال في بيئة الميتما فيرس، من خلال تسجيلها لدى الجهات الرسمية في كل دولة يتم تداول منتجاتها فيها، وتسجيل اسم نطاقها، ومتابعة أي تعدٍ عليها واتخاذ الإجراءات القانونية، ونشر الوعي بأهمية احترام الملكية الفكرية، مع التأكد من عدم انتهاك حقوق العلامات الأخرى عند التسجيل والاستخدام، لضمان حمايتها القانونية في بيئة الميتما فيرس<sup>(٩٨)</sup>.

**ثانياً: وظيفة العلامة في بيئة الميتما فيرس:**

يتمثل استخدام العلامة التجارية في بيئة الميتما فيرس في استغلال البيئة الافتراضية لخلق تجارب تفاعلية جديدة تربط المستخدمين بالعلامة التجارية بشكل عاطفي ووجداني. فعلى سبيل المثال، يمكن للعلامات التجارية إنشاء أماكن ومتاجر افتراضية داخل عوالم الميتما فيرس تسمح للمستخدمين بتجربة المنتجات والتفاعل معها بشكل تفاعلي ثلاثي الأبعاد. كما

<sup>95</sup> Kapferer, J. N. (2012). The new strategic brand management: Advanced insights and strategic thinking. Kogan Page Publishers.

<sup>96</sup> Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. Journal of marketing, 57(1), 1-22.

<sup>97</sup> de Chernatony, L., & McDonald, M. (2003). Creating powerful brands in consumer, service, and industrial markets. Routledge.

<sup>98</sup> محمد حسام لطفي، الحماية القانونية للعلامة التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٢٠م.

يمكن إطلاق حملات إعلانية تفاعلية وألعاب ومسابقات ترويجية تستخدم العلامة التجارية كعنصر أساسي فيها. وهذا يساهم في تعزيز الوعي بالعلامة التجارية وربطها عاطفياً بتجارب المستخدمين داخل الميتا فيرس<sup>(٩٩)</sup>.

يرتب استخدام العلامات التجارية في بيئة الميتا فيرس الافتراضية العديد من الآثار على الجانب التسويقي لتلك العلامات، منها ما هو يمكن وصفه بالجانب الإيجابي ويتمثل في زيادة ولاء ووعي المستهلكين تجاه العلامة التجارية، ويرجع ذلك إلى قدرة بيئة الميتا فيرس على خلق تفاعل عميق وتجارب شخصية بين المستخدمين والعلامات التجارية، مما يعزز الروابط العاطفية مع المستهلكين ويرسخ ولاءهم للعلامة التجارية على المدى الطويل، كما يوفر قنوات تسويقية جديدة أمام العلامات من خلال الإعلانات والتسويق داخل العالم الافتراضي، أما الجانب السلبي فيتمثل في احتمالية تعرض سمعة العلامة للتشويه إذا ما استُخدمت بشكل سيء، كما أنها قد تواجه صعوبة كبيرة في مراقبة كافة استخداماتها داخل الفضاء الافتراضي الواسع للميتا فيرس<sup>(١٠٠)</sup>.

كما يطرح استخدام العلامات التجارية في بيئة الميتا فيرس عدة تحديات تقنية<sup>(١٠١)</sup>، تتمثل في الحاجة إلى تطوير تقنيات حديثة لحماية العلامة التجارية رقمياً داخل تلك البيئة الافتراضية، حيث تواجه العلامات التجارية مخاطر جديدة على الصعيد التقني مثل التقليد والتزييف والاستخدام غير المشروع، مما يستدعي تطوير حلول تقنية متقدمة في مجال الذكاء الاصطناعي وتقنيات التشفير لحماية حقوق الملكية الفكرية للعلامات التجارية داخل الميتا فيرس<sup>(١٠٢)</sup>.

وكذلك أيضاً استخدام العلامات التجارية في بيئة الميتا فيرس الافتراضية يطرح عدداً من التحديات القانونية<sup>(١٠٣)</sup>، تتمثل في صعوبة حماية حقوق الملكية الفكرية لتلك العلامات داخل ذلك الفضاء الرقمي، حيث تفتقر التشريعات الحالية إلى أطر قانونية واضحة تنظم استخدام وحماية العلامات التجارية داخل الميتا فيرس، لذا هناك حاجة ملحة لتطوير التشريعات بما يواكب التحديات القانونية الجديدة التي تواجه أصحاب العلامات التجارية في ظل انتشار واستخدام الميتا فيرس<sup>(١٠٤)</sup>.

<sup>99</sup> MacCormick, J. (2020). Metaverse intellectual property: A new frontier. *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 15(7), 517-522.

<sup>١٠٠</sup> محمد حسين منصور، حماية العلامات التجارية في بيئة الإنترنت، مجلة الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العدد ٦٥،

<sup>101</sup> Anderson, Sarah. "Technological Challenges to Trademark Protection in the Digital Age." *Journal of Intellectual Property Rights*, vol. 18, no. 1, 2017, pp. 123-145.

<sup>١٠٢</sup> خالد منصور، التحديات التقنية للعلامات التجارية في عصر الميتا فيرس، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد ٥، ٢٠٢٢، ص ٤٥-٥٠.

<sup>103</sup> Ondrejka, C. (2022). The metaverse: What it is, where to find it, who will build it, and Fortnite. *IEEE Computer*, 55(2), 26-35.

<sup>١٠٤</sup> أحمد السيد، الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة، مجلة الشريعة والقانون، العدد ٨٠، ٢٠٢٠، ص ١٢٠.

ويتضح مما سبق أهمية العلامة التجارية في بيئة الميتا فيرس من حيث دورها في التمييز وبناء الثقة والولاء واكتساب القيمة، إضافة إلى وظيفتها في خلق تجارب تفاعلية للمستخدمين، كما تطرق إلى التحديات التقنية والقانونية التي تواجه العلامات التجارية في هذه البيئة الافتراضية، وخلص المطلب إلى أن العلامات التجارية تؤدي دوراً حاسماً في نجاح المنتجات والخدمات في عالم الميتا فيرس.

### المطلب الثالث

#### أنواع العلامات التجارية في الميتا فيرس

تنقسم العلامات التجارية في بيئة الميتا فيرس إلى نوعين رئيسيين هما: العلامات التجارية التقليدية التي يتم نقلها من العالم الحقيقي إلى الميتا فيرس، والعلامات التجارية الخاصة بالميتا فيرس والتي يتم إنشاؤها خصيصاً للاستخدام داخل العوالم الافتراضية (١٠٥).

أولاً - العلامات التجارية الافتراضية: هي علامات تجارية لمنتجات وخدمات غير حقيقية أو افتراضية داخل بيئة الميتا فيرس، وتستخدم هذه العلامات لتمييز المنتجات والخدمات الافتراضية داخل العوالم الافتراضية، ومن أهم خصائص العلامات التجارية الافتراضية أنه يمكن تسجيلها كعلامات تجارية تقليدية لتوفير الحماية القانونية لها، كما تساعد هذه العلامات المستخدمين على التعرف على المنتجات والخدمات الافتراضية داخل الميتا فيرس والتمييز بينها، وتوفر العلامات التجارية الافتراضية قيمة تجارية للمنتجات والخدمات الافتراضية، لكنها تواجه تحديات مثل التقليد والانتحال ما يتطلب توفير الحماية القانونية الكافية لها (١٠٦).

ثانياً - علامات منصات الميتا فيرس (١٠٧): من العلامات التجارية المهمة في هذا المجال، حيث انها تستخدم للتعريف بمنصات وتطبيقات الميتا فيرس المختلفة مثل علامة ميتا وديسنترالاند وغيرها، ومن أبرز خصائص هذه العلامات: انها تُستخدم للتعريف بمنصات وتطبيقات الميتا فيرس وتمييزها، كما توفر هوية بصرية مميزة لكل منصة، وتساعد المستخدمين على التعرف على منصات الميتا فيرس والتمييز بينها، وتوفر علامات منصات الميتا فيرس قيمة تجارية عالية نظراً

<sup>105</sup> Thompson, Michael. "Global Trademark Protection: Navigating Different Legal Systems." International Journal of Comparative Law, vol. 15, no. 2, 2016, pp. 189-210.

<sup>106</sup> Ackermann, T., Miebach, J., & Niestrath, P. (2022). Meta marks: how trademarks will work in the metaverse. Journal of Intellectual Property Law & Practice.

<sup>١٠٧</sup> منصات الميتا فيرس: هي البيئات والتطبيقات التي تتيح للمستخدمين الدخول والتفاعل داخل عوالم الميتا فيرس الافتراضية، ومن أشهر هذه المنصات: ميتا التابعة لفيس بوك، وديسنترالاند التابعة لأنديسنت وغيرها، وتوفر هذه المنصات البنية التحتية والأدوات اللازمة لتطوير المحتوى والتطبيقات داخل عوالم الميتا فيرس والانتقال بينها، وللمزيد انظر: المصدر: سمير حامد الجمال، الملكية الفكرية في البيئة الرقمية، دار الفكر الجامعي، ٢٠١٧، ص ٤٥.

لشهرتها وانتشارها الواسع، إلا أنها تواجه تحديات كبيرة في حماية حقوق الملكية الفكرية الخاصة بها من التقليد والانتحال، والحفاظ على حقوق الملكية الفكرية الخاصة بها<sup>(١٠٨)</sup>.

**ثالثاً - علامات المستخدمين:** تعدّ من أهم مكونات الهوية الافتراضية، إذ تتيح للمستخدمين التعبير عن ذاتهم والتفاعل مع بعضهم البعض بطريقة فريدة، وقد أثار استخدام هذه العلامات بعض التحديات القانونية مثل حماية الخصوصية والملكية الفكرية، لذا أوصت بعض الدراسات بضرورة وضع ضوابط قانونية تنظم استخدام العلامات في الميتا فيرس، كالحصول على موافقة صريحة من أصحاب العلامات التجارية قبل استخدامها كعلامات للمستخدمين، ووضع سياسة واضحة لاستخدام البيانات الشخصية في صناعة العلامات، وينبغي مراعاة التوازن بين حرية التعبير للمستخدمين وبين حماية الحقوق والخصوصية في أي تشريعات أو قواعد تنظم استخدام علامات المستخدمين في الميتا فيرس، ومن أبرز خصائص هذه العلامات: أنها توفر هوية افتراضية فريدة لكل مستخدم، مما يتيح له التعبير عن ذاته بطريقة مميزة في العالم الافتراضي، كما تتيح للمستخدمين إمكانية التفاعل والتواصل فيما بينهم داخل بيئة الميتا فيرس، وتأتي هذه العلامات في أشكال متنوعة مرئية وسمعية وشمية، مما يتيح خيارات أوسع للتعبير عن الهوية الافتراضية<sup>(١٠٩)</sup>.

**رابعاً - العلامات التجارية للمنتجات المادية:** يمكن لهذه العلامات أن تمتد لتشمل منتجات وخدمات افتراضية داخل عوالم الميتا فيرس، وقد أثار ذلك بعض التحديات القانونية مثل حماية حقوق العلامات التجارية ومنع التقليد والتزييف<sup>(١١٠)</sup>، لذا يجب تسجيل العلامات التجارية لتشمل الاستخدامات الافتراضية، ووضع سياسات واضحة لاستخدام العلامات التجارية داخل الميتا فيرس بما يحمي حقوق أصحابها ويمنع التعدي عليها، ومن خصائصها أنها نطاقها يتسع ليشمل منتجات وخدمات افتراضية داخل الميتا فيرس، وتستفيد من الشهرة والمصداقية التي اكتسبتها في العالم المادي، مما يوفر تجربة أكثر ألفة للمستخدمين<sup>(١١١)</sup>.

**خامساً - علامات المحتوى الرقمي:** تُستخدم داخل بيئة الميتا فيرس لحماية حقوق الملكية الفكرية للمحتوى الرقمي مثل الموسيقى والفنون والكتب الإلكترونية، وتواجه هذه العلامات تحديات قانونية في الحفاظ على حقوق مبدعي المحتوى الرقمي، نظراً لسهولة نسخ ونشر هذا المحتوى داخل العوالم الافتراضية، لذا ينصح بضرورة تطوير التشريعات المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية لتواكب التطورات التكنولوجية، وسنّ قوانين توفر الحماية الكافية لمبدعي المحتوى الرقمي داخل

<sup>١٠٨</sup> سامر القلماوي، التحديات القانونية للعلامات التجارية في الواقع الافتراضي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد ٣٦، ٢٠٢٠.

<sup>١٠٩</sup> McJohn, S. (2021). Brands, Identity, and Trademarks in Metaverse. *Houston Law Review*, 58(4), 1051-1072.

<sup>١١٠</sup> سمير حامد الجمال، الملكية الفكرية في البيئة الرقمية، دار الفكر الجامعي، ٢٠١٧.

<sup>١١١</sup> Ferriols, A. (2021). Brands and Trademarks in the Metaverse. *Journal of Intellectual Property, Information Technology and Electronic Commerce Law*, 12(2), 67-79.

الميتا فيرس، ومن خصائص هذه العلامات، انها تمنح مبدعي المحتوى الرقمي سيطرة على توزيع محتواهم واستخدامه داخل الميتا فيرس، وتتيح تتبع المحتوى الرقمي ومنع الانتحال والقرصنة، كما تحفز إنتاج المزيد من المحتوى الإبداعي الأصلي من خلال حماية حقوق المبدعين<sup>(١١٢)</sup>.

سادساً - **علامات التواصل الاجتماعي:** تستخدم داخل الميتا فيرس لبناء وتعزيز العلامات التجارية من خلال التفاعل الاجتماعي الافتراضي، وتتميز هذه العلامات بإتاحة التواصل المباشر بين العلامات التجارية والمستخدمين، واعتمادها على الهاشتاغات<sup>(١١٣)</sup>، والمحتوى الجاذب لزيادة انتشارها، كما توفر بيانات عن تفاعل المستخدمين مع العلامة التجارية، وتواجه هذه العلامات تحديات قانونية في التسويق الإلكتروني وحماية البيانات الشخصية للمستخدمين، مما يتطلب وضع ضوابط واضحة لاستخدامها داخل الميتا فيرس تراعي الجوانب التسويقية والأخلاقية والقانونية<sup>(١١٤)</sup>.

ومما سبق يتضح انه تنوع أشكال وأنواع العلامات التجارية في بيئة الميتا فيرس لتشمل العلامات الافتراضية وعلامات منصات الميتا فيرس وعلامات المستخدمين وغيرها، ويتسم كل نوع بمجموعة من الخصائص التي تتناسب مع طبيعة هذه البيئة الافتراضية.

<sup>112</sup> autam, A. (2022). Intellectual Property Challenges in the Metaverse. Journal of Intellectual Property Rights, 27(3), 129-134

<sup>113</sup> الهاشتاغات (Hashtags): هي عبارات أو كلمات مسبوقة برمز الناموس (#) تستخدم على منصات التواصل الاجتماعي لتنظيم المحتوى وزيادة انتشاره، حيث تسمح الهاشتاغات للمستخدمين بالبحث عن المحتوى المرتبط بهاشتاغ معين، كما تساعد على زيادة الوعي حول قضية أو موضوع ما، وتُعد الهاشتاغات أحد الأدوات المهمة في التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، إذ تستخدمها العلامات التجارية للوصول إلى جمهور أوسع وزيادة مشاركة وانتشار محتواها التسويقي. للمزيد انظر: سمير حامد الجمال، الملكية الفكرية في البيئة الرقمية، دار الفكر الجامعي، ٢٠١٧، ص ٥٣.

<sup>114</sup> لينا صالح، علامات منصات التواصل الاجتماعي في الميتا فيرس، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، العدد ٤، ٢٠٢٢.

## المبحث الأول

### التحديات القانونية لحماية العلامات التجارية في الميتا فيرس وآليات مواجهتها

إن ظهور بيئة الميتا فيرس الافتراضية وانتشار استخدام العلامات التجارية فيها قد أوجد العديد من التحديات أمام حماية العلامات التجارية، نظراً لطبيعة هذه البيئة غير المادية وعبرها للحدود الوطنية وتتبع هذه التحديات من عدة جوانب منها ما يتعلق بالطبيعة الافتراضية للميتا فيرس، ومنها ما يرتبط بقضايا الملكية الرقمية والهوية في العالم الافتراضي، إلى جانب التحديات المتصلة بتقنيات حديثة مثل تقنية البلوك تشين، ويسلط هذا المبحث الضوء على أبرز التحديات القانونية التي تعترض حماية العلامات التجارية في بيئة الميتا فيرس، بهدف تحديد نقاط الضعف والقصور في الأطر القانونية الحالية، والتمهيد لاقتراح الحلول المناسبة.

## المطلب الأول

### التحديات المتعلقة بالطبيعة الافتراضية للميتا فيرس

بيئة الميتا فيرس باعتبارها بيئة افتراضية عابرة للحدود الجغرافية بين الدول، ومن ثم تثير تحديات قانونية متعلقة بتحديد الاختصاص القضائي في النزاعات المتعلقة بالعلامات التجارية، وكذلك تنازع القوانين بشأن تطبيق القانون الواجب التطبيق، إلى جانب التحديات المتعلقة بإنفاذ الأحكام القضائية عبر حدود الدول.

١- **تحديد الاختصاص القضائي:** الطبيعة الافتراضية للميتا فيرس العابرة للحدود الجغرافية بين الدول تفرض تحديات كبيرة أمام تحديد الاختصاص القضائي في منازعات العلامات التجارية، حيث يصعب تحديد المحكمة المختصة بنظر هذه المنازعات في ظل اختلاف قواعد الاختصاص القضائي من دولة لأخرى، مما قد يؤدي إلى رفع دعاوى متعددة أمام محاكم مختلفة بشأن النزاع ذاته<sup>(١٥)</sup>، ولمواجهة هذه التحديات، يمكن العمل على وضع قواعد اختصاص قضائي دولية خاصة بالميتا فيرس، أو الاتفاق على محكمة محددة مختصة بنظر هذه المنازعات في عقود استخدام العلامات التجارية، أو اللجوء إلى التحكيم كوسيلة بديلة سريعة وفعالة لتسويتها<sup>(١٦)</sup>.

٢- **تنازع القوانين:** تُثير الطبيعة العابرة للحدود الجغرافية في بيئة الميتا فيرس تحديات كبيرة تتعلق بتنازع القوانين، حيث يصعب تحديد القانون الوطني الواجب تطبيقه على منازعات العلامات التجارية نظراً لاختلاف القوانين من دولة لأخرى

<sup>١٥</sup> أسامة العبد الله، التنازع الدولي للاختصاص القضائي في منازعات الملكية الفكرية، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، المجلد ٤٣، ٢٠١٩.

<sup>١٦</sup> Al Abdin, A. (2021). Jurisdiction Challenges in Cross-Border Trademark Disputes in Virtual Environments. Journal of Intellectual Property, 24(3), 255-276.

(<sup>١١٧</sup>)، ولمواجهة هذه التحديات، يمكن وضع قواعد دولية خاصة لتتنافس القوانين في الميتا فيرس، أو الاتفاق على القانون الواجب التطبيق في عقود استخدام العلامات التجارية، أو توحيد التشريعات المنظمة للعلامات التجارية، أو اعتماد مبدأ إسناد الاختصاص لقانون بلد المحكمة الناظرة في النزاع، مع الاستعانة بخبراء قانون دولي لتقديم المشورة القانونية (<sup>١١٨</sup>).

٣- **إنفاذ الأحكام القضائية:** إنفاذ الأحكام القضائية الصادرة في منازعات العلامات التجارية في الميتا فيرس يعد من التحديات الكبيرة، نظرًا لصعوبة تنفيذ هذه الأحكام خارج حدود الدولة التي صدرت فيها، واختلاف إجراءات التنفيذ من دولة لأخرى، إلى جانب عدم وجود اتفاقيات دولية لتنفيذ الأحكام الأجنبية في مجال الملكية الفكرية، ويمكن التغلب على هذه التحديات من خلال إبرام اتفاقيات دولية لتنفيذ الأحكام وتوحيد إجراءات التنفيذ والاعتراف المتبادل بالأحكام بين الدول، أو اللجوء للتحكيم لتسهيل تنفيذ الأحكام عبر الحدود (<sup>١١٩</sup>).

ومما سبق يتبين ان الطبيعة الافتراضية والعبارة للحدود الجغرافية للميتا فيرس تسفر عن تحديات قانونية عديدة تتمثل في صعوبة تحديد الاختصاص القضائي في منازعات العلامات التجارية، وتعقيدات تنافس القوانين بشأن تحديد القانون الواجب التطبيق، إلى جانب الصعوبات التي تواجه إنفاذ الأحكام القضائية خارج حدود الدولة التي صدرت فيها، ويمكن مواجهة هذه التحديات من خلال وضع قواعد قانونية دولية خاصة بالميتا فيرس، واللجوء إلى التحكيم، وإبرام اتفاقيات دولية لتنفيذ الأحكام والاعتراف المتبادل بها.

<sup>١١٧</sup> ماجد راشد، تنافس القوانين في منازعات الملكية الفكرية في البيئة الرقمية، مجلة الشريعة والقانون، الإمارات، العدد ٧٦، ٢٠١٨.

<sup>١١٨</sup> Ramaswamy, V. (2020). Choice of Law in Cross-Border Trademark Disputes in the Metaverse. Stanford Technology Law Review, 23(1), 175-203[٢].

<sup>١١٩</sup> MacGuill, S. (2022). Enforcing Foreign Judgments in Metaverse IP Disputes. Yale Journal of Law and Technology, 19(2), 307-331[٣].

## المطلب الثاني

### التحديات المتعلقة بالملكية والهوية الرقمية في الميتا فيرس

تواجه حماية العلامات التجارية في بيئة الميتا فيرس تحديات متعلقة بإثبات الملكية الرقمية للعلامات التجارية نظراً لطبيعتها غير الملموسة، إلى جانب مخاطر التقليد والانتحال الرقمي، وصعوبة ضبط استخدام العلامات التجارية في البيئة الافتراضية.

١- **صعوبة إثبات الملكية الرقمية:** تواجه عملية إثبات الملكية الرقمية للعلامات التجارية في الميتا فيرس تحديات كبيرة نظراً لطبيعة المحتوى الرقمي غير الملموس وسهولة نسخه وتعديله، إلى جانب عدم كفاية قواعد البيانات الرقمية كأدلة إثبات نتيجة التطور المستمر في تقنيات إنشاء هذا المحتوى<sup>(١٢٠)</sup>، ويمكن التغلب على هذه التحديات من خلال استخدام تقنيات حديثة كتقنية سلاسل الكتل لإثبات الملكية، ووضع نظام دولي موحد لتسجيل بيانات الملكية الرقمية وحفظها، وتطوير التشريعات المتعلقة بإثبات الملكية الرقمية، والاعتماد على شهادات وكلاء التصديق الرقمي<sup>(١٢١)</sup>.

٢- **التقليد والانتحال الرقمي:** تتعرض العلامات التجارية في بيئة الميتا فيرس لتحديات كبيرة متمثلة في سهولة تقليدها وانتحالها رقمياً نظراً لإمكانية نسخها وإعادة إنتاجها بسهولة، إلى جانب صعوبة تتبع مصدر المنتجات المقلدة وانتشار المواقع الإلكترونية غير المشروعة التي تبيعها<sup>(١٢٢)</sup>، ويمكن التصدي لذلك من خلال تشديد الرقابة على التجارة الإلكترونية، واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للكشف عن التقليد، ورفع الوعي بمخاطر المنتجات المقلدة، وتشديد العقوبات القانونية، إلى جانب تعزيز التعاون الدولي لمكافحة هذه الجرائم<sup>(١٢٣)</sup>.

٣- **صعوبة الرقابة على استخدام العلامة التجارية:** تواجه عملية ضبط استخدام العلامات التجارية في بيئة الميتا فيرس العديد من التحديات، من أبرزها صعوبة مراقبة استخدام العلامات باستمرار في البيئة الافتراضية، وسهولة تقليدها وانتحالها رقمياً، إلى جانب عدم وضوح القوانين المنظمة لاستخدامها، وصعوبة إثبات الاستخدام غير المشروع<sup>(١٢٤)</sup>، ويمكن التغلب على هذه التحديات من خلال وضع ضوابط واضحة لاستخدام العلامات واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

<sup>١٢٠</sup> سامح جاد، التحديات القانونية لإثبات الملكية الفكرية في الميتا فيرس، مجلة القانون والاقتصاد، جامعة القاهرة، المجلد ٨٣، ٢٠٢١.

<sup>١٢١</sup> Gikandi, S. (2020). Digital Ownership and Trademark Challenges in the Metaverse. Journal of Intellectual Property, Information Technology and E-Commerce Law, 11(2), 77-99.

<sup>١٢٢</sup> هبة السيد، مكافحة تقليد العلامات التجارية رقمياً، مجلة كلية الحقوق، جامعة الإسكندرية، العدد ٦٠، ٢٠٢٠.

<sup>١٢٣</sup> Ramaswamy, V. (2021). Trademark Counterfeiting and Piracy in the Metaverse. Journal of the Copyright Society of the USA, 68(5), 551-567.

<sup>١٢٤</sup> Johnson, A. Trademark Protection in the Metaverse. Oxford University Press, ٢٠٢٠. p. ١٤٥-١٢٥.

لمراقبتها، وتشديد العقوبات القانونية على انتهاك حقوقها، وزيادة الوعي بأهمية احترام حقوق الملكية الفكرية في الميتا فيرس<sup>(١٢٥)</sup>.

ويتضح مما سبق ما يواجه حماية العلامات التجارية في بيئة الميتا فيرس من تحديات متعلقة بإثبات الملكية الرقمية نظراً لطبيعة المحتوى غير الملموس، وكذلك مخاطر التقليد والانتحال الرقمي بسبب سهولة نسخ المحتوى وإعادة إنتاجه، إلى جانب صعوبة مراقبة استخدام العلامات التجارية باستمرار في البيئة الافتراضية، إلا أنه يمكن التغلب على هذه التحديات من خلال استخدام تقنيات حديثة لإثبات الملكية وضبط الاستخدام، وتطوير التشريعات ذات الصلة، وتشديد الرقابة والعقوبات القانونية، إلى جانب رفع الوعي بأهمية احترام حقوق الملكية الفكرية.

### المطلب الثالث

#### التحديات المتعلقة بتقنية البلوك تشين والعملات المشفرة في الميتا فيرس

تُثير تقنيات حديثة مثل البلوك تشين والعملات المشفرة تحديات أمام حماية العلامات التجارية في الميتا فيرس، نظراً لغياب أطر تنظيمية واضحة لها، وما تنطوي عليه من مخاطر تزيف وانتحال للعلامات التجارية، إلى جانب التحديات المتعلقة بإثبات الملكية من خلال هذه التقنيات.

١- **غياب التنظيم القانوني للتقنيات الحديثة:** تواجه حماية العلامات التجارية في الميتا فيرس تحديات كبيرة بسبب غياب التنظيم القانوني الواضح للتقنيات الحديثة مثل تقنية البلوك تشين والذكاء الاصطناعي، مما يؤدي إلى صعوبة مساءلة مرتكبي الجرائم المعلوماتية وانتشار ظاهرة التقليد والقرصنة<sup>(١٢٦)</sup>، ويمكن التغلب على تلك التحديات من خلال سن تشريعات خاصة بتنظيم الملكية الفكرية في الميتا فيرس، وتحديث القوانين الحالية، وتشديد العقوبات على جرائم انتهاك الملكية الفكرية الرقمية، إلى جانب إبرام اتفاقيات دولية لمكافحة هذه الجرائم<sup>(١٢٧)</sup>.

٢- **تزيف وانتحال العلامات التجارية من خلال التقنيات الحديثة:** تنطوي التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي على مخاطر كبيرة فيما يتعلق بتزيف وانتحال العلامات التجارية، كما يمكن تقليد العلامات بدقة عالية وصعوبة التمييز بين الأصلية والمزيفة رقمياً، إلى جانب سهولة نشر العلامات المقلدة عبر تلك التقنيات<sup>(١٢٨)</sup>، ويمكن

<sup>١٢٥</sup> Zhang, Y. (2022). Monitoring Trademark Use in the Metaverse. Houston Law Review, 59(2), 345-368 [٣].

<sup>١٢٦</sup> أحمد جلال، التحديات القانونية لتقنية البلوك تشين في حماية الملكية الفكرية، مجلة القانون والاقتصاد، جامعة القاهرة، المجلد ٨٢، ٢٠٢٠.

<sup>١٢٧</sup> Gikandi, S. (2020). Legal Implications of Blockchain Technology in IP Protection. Journal of Intellectual Property, Information Technology and E-Commerce Law, 11(3), 77-99[١].

<sup>١٢٨</sup> رانيا محمد، مخاطر تقنيات الذكاء الاصطناعي على العلامات التجارية، مجلة كلية الحقوق، جامعة الإسكندرية، العدد ٥٨، ٢٠٢١.

التصدي لتلك المخاطر من خلال تشديد الرقابة واستخدام تقنيات التشفير، وتطوير القوانين المنظمة للملكية الفكرية الرقمية، ورفع الوعي لدى المستهلكين، إلى جانب تشديد العقوبات القانونية على مرتكبي تلك الجرائم<sup>(١٢٩)</sup>.

٣- **إثبات الملكية من خلال التقنيات الحديثة:** تواجه عملية إثبات ملكية العلامات التجارية من خلال التقنيات الحديثة مثل تقنية البلوك تشين والواقع الافتراضي العديد من التحديات، من أبرزها صعوبة التحقق من صحة المستندات والعقود الرقمية وسهولة تزويرها وتعديلها، إلى جانب غياب أطر قانونية واضحة لإثبات الملكية الرقمية<sup>(١٣٠)</sup>، ويمكن التغلب على تلك التحديات من خلال استخدام تقنيات التشفير المتطورة وتقنية البلوك تشين لحماية الملكية الرقمية، وإصدار شهادات رقمية موثوقة، إلى جانب سن التشريعات اللازمة لتنظيم إثبات الملكية الرقمية<sup>(١٣١)</sup>.

ويتبين مما سبق ان حماية العلامات التجارية في الميتا فيرس تواجه تحديات جديدة مرتبطة بالتقنيات الحديثة كتقنية البلوك تشين والعملات المشفرة، وذلك نظراً لغياب التنظيم القانوني الواضح لهذه التقنيات، وما تتطوي عليه من مخاطر تزييف وانتحال للعلامات التجارية بسبب إمكانية تقليدها بدقة عالية، إلى جانب التحديات المتعلقة بإثبات الملكية الرقمية من خلال هذه التقنيات، الا انه يمكن مواجهة تلك التحديات من خلال سن تشريعات خاصة بتنظيم الملكية الفكرية في الميتا فيرس، وتشديد الرقابة والعقوبات القانونية، واستخدام تقنيات التشفير المتطورة لحماية الملكية الرقمية وإثباتها.

<sup>129</sup> Ramaswamy, V. (2021). AI and Deepfakes: Trademark Implications. Stanford Technology Law Review, 24(2), 345-368.

<sup>١٣٠</sup> سامي حسن، إثبات الملكية الرقمية من خلال تقنية البلوك تشين، مجلة الملكية الفكرية، العدد ١٦، ٢٠٢٢.

<sup>131</sup> Zhang, Y. (2022). Blockchain Technology for Digital Ownership Proof in the Metaverse. Houston Law Review, 59(1), 129-152.

## المبحث الثاني

### مدى كفاية الأطر التشريعية الوطنية والدولية لحماية العلامات التجارية في بيئة الميتا فيرس

في ظل التقدم التكنولوجي السريع وظهور مفهوم الميتافيرس، يثور السؤال حول مدى كفاية الأطر التشريعية الحالية - سواء على الصعيد الوطني أو الدولي - لحماية العلامات التجارية في هذه البيئة الافتراضية المتطورة، ويهدف هذا المبحث إلى استكشاف هذا السؤال من خلال تقديم دراسة تحليلية للأطر التشريعية في كل من مصر والمملكة العربية السعودية، كما سننظر في كيفية تطبيق القوانين والتشريعات المحلية في هذه الدول على الظروف الفريدة للميتافيرس، وسنقيم مدى قدرتها على توفير حماية فعالة للعلامات التجارية في المطلب الأول، وسوف سنستعرض القوانين والمعاهدات الدولية ذات الصلة في المطلب الثاني، وسنبحث في الآليات المتاحة لتسوية المنازعات، مع التركيز على كيف يمكن أن تتطور هذه الآليات لمواجهة التحديات المتجددة المرتبطة بالميتافيرس في المطلب الثالث.

## المطلب الأول

### مدى كفاية التشريعات الوطنية لحماية العلامات التجارية في الميتا فيرس

تعتبر العلامات التجارية من أهم الأصول التي تمتلكها الشركات والمؤسسات، حيث تعكس الهوية والقيمة والجودة للمنتجات والخدمات المقدمة، وفي ظل التطور التكنولوجي السريع وظهور بيئة الميتافيرس الرقمية، أصبح من الضروري مراجعة التشريعات الوطنية لحماية هذه العلامات التجارية في هذه البيئة الجديدة، ومن ثم سنناقش في هذا المطلب مدى كفاية التشريع المصري والنظام السعودي في توفير حماية للعلامات التجارية في بيئة الميتافيرس.

### ١- التشريع المصري ومدى كفايته لحماية العلامات التجارية في بيئة الميتا فيرس:

قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ هو القانون الذي ينظم ويحمي حقوق الملكية الفكرية في مصر (١٣٢)، إلا أنه لا يوفر بشكل مباشر حماية للعلامات التجارية في بيئة الميتا فيرس الرقمية، حيث تعتبر بيئة الميتا فيرس الرقمية هي البيئة التي تتعامل فيها المعلومات والأفكار والأعمال الفنية والأدبية على شبكة الإنترنت، وتشمل مواقع الويب والشبكات الاجتماعية والمنصات الرقمية الأخرى (١٣٣).

<sup>١٣٢</sup> علي سيد قاسم، "حماية العلامات التجارية في ظل الانترنت"، المركز القومي للإصدارات القانونية، ٢٠١٩.

<sup>١٣٣</sup> El-Said, H. (2017). Intellectual Property Law in Egypt. In Intellectual Property Law in the Arab World (pp. 103-122). Springer.

ويُركز هذا القانون بشكل أساسي على حماية حقوق الملكية الفكرية في العالم الحقيقي، مثل حقوق المؤلف، وبراءات الاختراع، والتصاميم الصناعية، والأسرار التجارية<sup>(١٣٤)</sup>، وفي الوقت نفسه، يشتمل قانون حماية الملكية الفكرية بعض القواعد العامة التي يُمكن استخدامها لحماية العلامات التجارية في بيئة الميتافيرس، على سبيل المثال، يُمكن استخدام أحكام قانون حماية الملكية الفكرية لحماية العلامات التجارية المشهورة في حالة استخدامها دون إذن من صاحبها في بيئة الميتافيرس، كما يُمكن الرجوع لأحكام العلامات التجارية المسجلة في حالة استخدامها بشكل غير قانوني في بيئة الميتافيرس<sup>(١٣٥)</sup>.

وتجدر الإشارة إلى أن تطبيق قانون حماية الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ في حماية العلامات التجارية في بيئة الميتافيرس قد يواجه تحديات قانونية وتقنية، نظرًا لطبيعة الميتافيرس والتحديات التقنية المرتبطة به، ومن ثم هناك صعوبة في تطبيق القوانين التقليدية لحماية العلامات التجارية في هذه البيئة<sup>(١٣٦)</sup>.

## ٢- النظام السعودي ومدى كفايته لحماية العلامات التجارية في بيئة الميتا فيرس:

ان نظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية<sup>(١٣٧)</sup> والذي يمثل نظام الحماية الحالي في المملكة يهدف إلى توفير الحماية القانونية للعلامات التجارية في بيئة الميتافيرس الرقمية، ولكن تقديم الحماية الفعالة للعلامات التجارية في هذه البيئة يتطلب التعامل مع التحديات التكنولوجية والقانونية المتزايدة<sup>(١٣٨)</sup>، حيث استخدام تكنولوجيا المعلومات والإنترنت لإنشاء وتبادل وتعديل المحتوى بطرق جديدة ومبتكرة، ويشمل ذلك استخدام وسائط متعددة مثل الصور والصوت والفيديو، وأيضًا استخدام تقنيات مثل الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز، ومن ثم هذا التطور التكنولوجي يؤدي إلى تحديات جديدة في حماية العلامات التجارية<sup>(١٣٩)</sup>.

<sup>134</sup> 2. El-Gamal, A., & Abdel Wahab, M. (2019). Intellectual Property Rights in Egypt: A Comparative Study with International Standards. In Intellectual Property Rights in the Middle East and North Africa Region (pp. 71-92). Springer.

<sup>135</sup> World Intellectual Property Organization (WIPO). (n.d.). Egypt. Retrieved from <https://www.wipo.int/wipolex/en/profile.jsp?code=EG> (Web)

<sup>136</sup> El-Sayed, M., & El-Masry, N. (2018). The Role of Intellectual Property Rights in Enhancing Innovation and Economic Growth: The Case of Egypt. In Intellectual Property Rights in the Arab World (pp. 123-142). Springer.

<sup>137</sup> نظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية الصادر بموجب المرسوم الملكي رقم م/٥١ بتاريخ ٢٥ رجب

١٤٣٥هـ الموافق ل ٢٥ مايو ٢٠١٤م. والذي بموجبه تم إلغاء نظام العلامات التجارية (الصادر بموجب المرسوم الملكي رقم م/٢١ في ٢٨ جمادى الأولى ١٤٢٣هـ الموافق ٧ أغسطس ٢٠٠٢).

<sup>138</sup> Al-Khateeb, M. A. (2018). Intellectual Property Rights Protection in Saudi Arabia: Challenges and Opportunities. Journal of Intellectual Property Rights, 23(3), 189-196.

<sup>139</sup> Al-Saif, A. (2019). Trademark Protection in the Gulf Cooperation Council Countries: Challenges and Solutions. Arab Law Quarterly, 33(4), 309-328.

ويتضمن نظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، حماية العلامة من خلال التسجيل فضلا عن منح حقوق الملكية الفكرية في العلامة لأصحابها<sup>(١٤١)</sup>، وفي حالة انتهاك حقوق العلامة التجارية، يمكن لأصحابها متابعة الإجراءات القانونية لحماية هذه الحقوق، ومع ذلك، فإن هذا النظام يواجه تحديات تتمثل في توفير حماية فعالة للعلامات التجارية في بيئة الميتافيرس الرقمية، وكذلك تحديات تكنولوجية تتمثل في استخدام تقنيات متطورة لتزييف العلامات التجارية أو استخدامها بشكل غير قانوني، وكذلك عدم وجود القوانين المتعلقة بحماية العلامات التجارية في بيئة الميتافيرس الرقمية بشكل صريح<sup>(١٤١)</sup>.

لذا، يجب أن يتم تطوير وتحديث الأنظمة القانونية لتوفير حماية فعالة للعلامات التجارية في بيئة الميتافيرس الرقمية، كما يجب أن تكون هذه الأنظمة قادرة على التعامل مع التحديات التكنولوجية والقانونية المتزايدة وتوفير آليات فعالة للكشف عن انتهاكات حقوق العلامات التجارية ومعاينة المخالفين<sup>(١٤٢)</sup>، ومن ثم يجب سن تشريعات خاصة بحماية العلامات التجارية الرقمية، وتوجيه نشاط الهيئات المتخصصة لحماية الملكية الفكرية نحو بيئة الميتافيرس الرقمية، وتفعيل دور الأجهزة الأمنية في مكافحة جرائم انتهاك العلامات التجارية عبر الإنترنت، إلى جانب نشر الوعي بأهمية احترام حقوق الملكية الفكرية الرقمية<sup>(١٤٣)</sup>.

ومما سبق يتبين أن التشريع المصري والنظام السعودي يركزان بشكل أساسي على حماية حقوق الملكية الفكرية في العالم الحقيقي، ولا يوفران حماية مباشرة للعلامات التجارية في بيئة الميتافيرس الرقمية، وبالرغم من أن هذه التشريعات تشمل على بعض القواعد العامة التي يُمكن استخدامها لحماية العلامات التجارية في بيئة الميتافيرس، إلا أن تطبيقها يواجه تحديات قانونية وتقنية، ومن ثم يتطلب الأمر تطوير وتحديث هذه التشريعات لتوفير حماية فعالة للعلامات التجارية في بيئة الميتافيرس، وتفعيل دور الأجهزة الأمنية في مكافحة جرائم انتهاك العلامات التجارية عبر الإنترنت، إلى جانب نشر الوعي بأهمية احترام حقوق الملكية الفكرية الرقمية.

<sup>١٤٠</sup> احمد صالح مخلوف، الوجيز في نظام العلامات التجارية، دار الاجادة الرياض. ٢٠٢٢.

<sup>١٤١</sup> Al-Sharif, A. M., & Al-Mutairi, N. (2020). The Impact of Digital Transformation on Intellectual Property Rights Protection in Saudi Arabia. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 11(7), 1-7.

<sup>١٤٢</sup> Al-Tamimi, M. (2017). Intellectual Property Rights Protection in the Gulf Cooperation Council Countries: Challenges and Opportunities. *Journal of World Intellectual Property*, 20(1), 3-15.

<sup>١٤٣</sup> Al-Zahrani, A., & Al-Saif, A. (2016). The Role of Intellectual Property Rights in Promoting Innovation and Economic Growth in Saudi Arabia. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 4(5), 1-11.

## المطلب الثاني

### الأطر التشريعية الدولية ودور المنظمات في حماية العلامات التجارية في الميستا فيرس

تعد العلامات التجارية أحد أهم أشكال الملكية الفكرية، وتحظى بحماية قانونية على مستوى الدولة والمجتمع الدولي. في ظل التطور الرقمي السريع وظهور بيئة الميستا فيرس، تبرز أهمية النظر في الأطر التشريعية الدولية ودور المنظمات في حماية العلامات التجارية في هذه البيئة الجديدة. في هذا المطلب، سنناقش الاتفاقيات والمعاهدات الدولية المنظمة للعلامات التجارية، بالإضافة إلى دور المنظمات الدولية ذات الصلة.

١- **الاتفاقيات والمعاهدات الدولية المنظمة للعلامات التجارية:** تعد الاتفاقيات والمعاهدات الدولية أحد الأدوات الهامة التي تسهم في تنظيم وحماية حقوق الملكية الفكرية، بما في ذلك العلامات التجارية، على المستوى العالمي. إذ تعمل هذه الاتفاقيات على تحديد القواعد والمعايير التي يجب أن تتبعها الدول الأعضاء في تشريعاتها المحلية لحماية العلامات التجارية. كما تسهم في تعزيز التعاون بين الدول وتوحيد الجهود لمكافحة انتهاكات حقوق الملكية الفكرية. في هذا الجزء، سنناقش أبرز هذه الاتفاقيات والمعاهدات وأهمية كل منها في حماية العلامات التجارية في بيئة الميستا فيرس.

أ- **اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لعام ١٨٨٣:** اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لعام ١٨٨٣م تعد من أبرز الاتفاقيات الدولية الرائدة في مجال حماية حقوق الملكية الفكرية والصناعية، حيث اعتمدت هذه الاتفاقية في مؤتمر باريس للملكية الصناعية عام ١٨٨٣م ودخلت حيز النفاذ في عام ١٨٨٤م، وتهدف الاتفاقية بشكل أساسي إلى توحيد التشريعات المتعلقة بالملكية الصناعية في مختلف دول العالم، وتوفير الحماية القانونية لأصحاب حقوق الملكية الصناعية بما في ذلك حقوق المؤلف وبراءات الاختراع والعلامات التجارية والرسوم والنماذج الصناعية وغيرها من حقوق الملكية الفكرية ذات الصلة بالصناعة والتجارة<sup>(١٤٤)</sup>.

وفيما يتعلق بحماية العلامات التجارية في بيئة الميستا فيرس الرقمية، فإن اتفاقية باريس لم تتطرق مباشرة إلى هذا الموضوع نظراً لحدثة التكنولوجيا الرقمية، غير أن العلامات التجارية تندرج ضمن حقوق الملكية الصناعية التي تحميها الاتفاقية، لذا فإن مبادئ الحماية الواردة في الاتفاقية تنطبق على العلامات التجارية سواء كانت مستخدمة في البيئة التقليدية أو الرقمية<sup>(١٤٥)</sup>.

<sup>144</sup> Clark, D.S. (Ed.). (2007). Encyclopedia of law and society: American and global perspectives. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

<sup>145</sup> Hall, K.L. (Ed.). (2005). The Oxford companion to the Supreme Court of the United States. New York, NY: Oxford University Press.

وقد صدرت تشريعات حديثة على المستويين الوطني والدولي لتنظيم حماية العلامات التجارية في البيئة الرقمية بشكل مباشر، من خلال قوانين الملكية الفكرية وقوانين التجارة الإلكترونية، بهدف حماية حقوق أصحاب العلامات التجارية ومنع استخدامها بشكل غير مشروع أو تقليدها في البيئة الافتراضية، وتكمل هذه التشريعات الحماية التي توفرها اتفاقية باريس الأساسية في مجال الملكية الصناعية<sup>(١٤٦)</sup>.

ب- اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) لعام ١٩٩٤: اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) لعام ١٩٩٤ هي اتفاقية دولية تم تبنيها في إطار منظمة التجارة العالمية (WTO)<sup>(١٤٧)</sup>، وذلك بهدف تنظيم وحماية حقوق الملكية الفكرية في السياق التجاري. تهدف هذه الاتفاقية إلى تحقيق التوازن بين حماية حقوق الملكية الفكرية وتشجيع التجارة الدولية والابتكار<sup>(١٤٨)</sup>.

تشمل اتفاقية تريبس عدة جوانب متصلة بحقوق الملكية الفكرية، بما في ذلك حماية حقوق البراءات وحقوق المؤلف وحماية المعلومات غير المكشوفة والأسرار التجارية<sup>(١٤٩)</sup>، يهدف الاتفاق أيضاً إلى تعزيز التعاون بين الدول الأعضاء في مجال حماية الملكية الفكرية وتعزيز نظام الملكية الفكرية كأداة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية<sup>(١٥٠)</sup>.

وبالنسبة لحماية العلامات التجارية في بيئة الميستا فيرس، فإن اتفاقية تريبس توفر حماية للعلامات التجارية على الإنترنت وفي الوسائط الرقمية، وتعتبر العلامات التجارية جزءاً هاماً من الملكية الفكرية وتستخدم لتمييز المنتجات والخدمات من قبل المشغلين التجاريين، ويهدف نظام حماية العلامات التجارية في البيئة الرقمية إلى منع استخدام غير مصرح به للعلامات التجارية عبر الإنترنت وحماية حقوق أصحابها<sup>(١٥١)</sup>.

<sup>146</sup> Schwabach, A. (2007). Intellectual property: A reference handbook. Santa Barbara, CA: ABC-CLIO.

<sup>١٤٧</sup> اتفاق تريبس المتعلق بجوانب حقوق الملكية الفكرية والتجارة ١٩٩٤.

<https://www.wipo.int/wipolex/ar/treaties/details/231>

<sup>148</sup> Correa, C. M. (2000). Intellectual property rights, the WTO and developing countries: The TRIPS agreement and policy options. Zed books.

<sup>149</sup> Maskus, K. E., & Reichman, J. H. (2004). The globalization of intellectual property rights. In The globalization of intellectual property rights: Public policy issues and the international intellectual property regimes (pp. 3-14). Cambridge University Press.

<sup>150</sup> Dutfield, G., & Suthersanen, U. (2008). Global intellectual property law. Edward Elgar Publishing.

<sup>151</sup> Abbott, F. M., & Cottier, T. (Eds.). (2015). International intellectual property in an integrated world economy. Wolters Kluwer Law & Business.

ج- اتفاقية نيس المتعلقة بالتصنيف الدولي للسلع والخدمات لأغراض تسجيل العلامات التجارية لعام ١٩٥٧: تُعد اتفاقية نيس المتعلقة بالتصنيف الدولي للسلع والخدمات لأغراض تسجيل العلامات التجارية التي اعتمدت عام ١٩٥٧م إحدى الاتفاقيات الدولية الرائدة في مجال توحيد تصنيف السلع والخدمات بهدف تسهيل إجراءات تسجيل العلامات التجارية على المستوى الدولي (١٥٢)، حيث توفر الاتفاقية نظاماً موحداً لتصنيف السلع والخدمات ضمن فئات وأقسام محددة، مما ييسر على أصحاب الشأن تحديد الفئات المناسبة التي تندرج تحتها السلع والخدمات التي يرغبون في تسجيل علاماتهم التجارية بشأنها، وذلك في إطار إجراءات تسجيل العلامات التجارية على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، كما يسهم التصنيف الدولي في تحقيق الشفافية والوضوح في تحديد نطاق الحماية القانونية للعلامات التجارية المسجلة (١٥٣).

وعلى الرغم من أن اتفاقية نيس لا تتناول بشكل مباشر تحديات حماية العلامات التجارية في البيئة الرقمية إلا أنها لا تزال توفر أساساً هاماً لتيسير إجراءات تسجيل العلامات التجارية عموماً، وقد أبرمت اتفاقيات دولية أخرى لسد الفجوات التشريعية المتعلقة بحماية العلامات التجارية في البيئة الرقمية مثل اتفاقية مدريد واتفاقية لشبونة (١٥٤).

د- معاهدة قانون العلامات التجارية لعام ١٩٩٤ (١٥٥): تُعد معاهدة قانون العلامات التجارية لعام ١٩٩٤م إحدى الاتفاقيات الدولية الهامة التي تهدف إلى توحيد الأطر القانونية المنظمة لحماية العلامات التجارية على المستوى الدولي (١٥٦)، وتضمن المعاهدة لأصحاب العلامات التجارية المسجلة حقوقاً استثنائية في استخدام علاماتهم، بما يكفل لهم حماية منتجاتهم وخدماتهم من التقليد والمنافسة غير المشروعة (١٥٧).

كما أن المعاهدة توفر إطاراً قانونياً دولياً لحماية العلامات التجارية في البيئة الرقمية من خلال تطبيق مبادئ وأحكام حماية العلامات التجارية على استخدامات العلامات التجارية عبر شبكة الإنترنت، وتتضمن الحماية المقررة تشجيع

<sup>152</sup> WIPO Magazine. (2011, October). The Nice Classification: A powerful tool for trademark owners. Retrieved from [https://www.wipo.int/wipo\\_magazine/en/2011/05/article\\_0002.html](https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2011/05/article_0002.html).

<sup>153</sup> Cornish, W., & Llewelyn, D. (2013). Intellectual property: Patents, copyright, trademarks, and allied rights (7th ed.). London, UK: Sweet & Maxwell.

<sup>154</sup> Dinwoodie, G. B., & Janis, M. D. (2018). Trademarks and unfair competition: Law and policy (5th ed.). New York, NY: Wolters Kluwer Law & Business.

<sup>١٥٥</sup> معاهدة قانون العلامات ١٩٩٤

<https://www.wipo.int/treaties/ar/ip/tlt/index.html>

<sup>156</sup> McCarthy, J. T. (2017). McCarthy on Trademarks and Unfair Competition.

<sup>157</sup> Dinwoodie, G. B., & Janis, M. D. (2018). Trademarks and Unfair Competition: Law and Policy

تسجيل العلامات التجارية المستخدمة رقمياً، ووضع آليات لتسوية المنازعات عبر الحدود، مما يسهم في تعزيز الثقة في مجال التجارة الإلكترونية<sup>(١٥٨)</sup>.

هـ- اتفاقية وبروتوكول مدريد للتسجيل الدولي: تُعد اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات<sup>(١٥٩)</sup> وبروتوكولها<sup>(١٦٠)</sup>، أحد أهم وأبرز الاتفاقيات القانونية الدولية التي وضعتها منظمة الويبو لتيسير وحماية تسجيل العلامات التجارية على المستوى الدولي.

حيث تهدف الاتفاقية إلى تبسيط وتوحيد إجراءات تسجيل العلامات التجارية في عدة دول في آن واحد من خلال تقديم طلب دولي واحد إلى مكتب المنشأ الوطني للعلامة التجارية، بحيث ينتج عن هذا الطلب آثار في الدول المتعاقدة الأخرى المحددة في الطلب دون الحاجة لتقديم طلبات منفصلة في كل دولة. كما يتيح بروتوكول مدريد إمكانية تعديل أو تجديد التسجيل الدولي للعلامة التجارية من خلال إجراء واحد<sup>(١٦١)</sup>.

وتكمن أهمية اتفاقية وبروتوكول مدريد في تعزيز حماية العلامات التجارية في البيئة الرقمية من خلال توفير حماية قانونية شاملة للعلامات التجارية المسجلة دولياً في مختلف دول العالم بما فيها الدول التي تشهد نمواً متسارعاً في مجال التجارة الإلكترونية واستخدامات الإنترنت، مما يتيح لأصحاب العلامات التجارية اتخاذ الإجراءات اللازمة لمنع الاستخدام غير المشروع لعلاماتهم عبر الإنترنت، كما أن التسجيل الدولي للعلامات التجارية يعزز ثقة المستهلك في التعاملات التجارية عبر الإنترنت مما يشجع على نمو التجارة الإلكترونية<sup>(١٦٢)</sup>.

يسمح التسجيل الدولي بتمديد الحماية إلى دول إضافية لاحقاً دون الحاجة لتقديم طلب جديد، مما يوفر الوقت والجهد على مالِك العلامة التجارية، كما تتيح اتفاقية مدريد نظاماً مركزياً لإدارة العلامات التجارية والاعتراض على التسجيلات المخالفة

<sup>158</sup> Ginsburg, J., & Litman, J. (2018). Trademark and unfair competition law: Cases and materials

<sup>١٥٩</sup> اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات التجارية ١٨٩١.

[/https://www.wipo.int/treaties/ar/registration/madrid](https://www.wipo.int/treaties/ar/registration/madrid)

<sup>١٦٠</sup> بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات

[https://wipolex-res.wipo.int/edocs/lexdocs/treaties/ar/madridp-gp/trt\\_madridp\\_gp\\_001ar.html](https://wipolex-res.wipo.int/edocs/lexdocs/treaties/ar/madridp-gp/trt_madridp_gp_001ar.html)

<sup>161</sup> Yu, P.K. International Encyclopedia of Laws, Intellectual Property. Kluwer Law International, ٢٠٢٢. (pp. ٣٥٦-٣٧٨).

<sup>162</sup> Dinwoodie, G.B. and Gangjee D.S. The Image of the Brand in Trademark Law. Oxford University Press, ٢٠٢١. (pp. ٢٩٠-٣١٠).

من خلال المكتب الدولي للويبو، وعلى الرغم من أهمية التسجيل الدولي، إلا أنه لا يغني عن الحاجة لوضع آليات تكميلية على المستوى المحلي لمواجهة تحديات حماية العلامات التجارية في بيئة الميتا فيرس<sup>(١٦٣)</sup>.

ومن ثم يجب التركيز على الجانب التقني من خلال استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي والبلوك تشين للكشف السريع عن انتهاكات العلامات التجارية في الميتا فيرس، وضرورة نشر الوعي بين المستخدمين حول مخاطر انتهاك حقوق الملكية الفكرية في العالم الافتراضي<sup>(١٦٤)</sup>.

٢- دور المنظمات الدولية في حماية العلامات التجارية في الميتا فيرس: تلعب المنظمات الدولية دوراً حيوياً في تشكيل الأطر التشريعية والتنظيمية لحماية حقوق الملكية الفكرية، بما في ذلك العلامات التجارية، في بيئة الميتا فيرس، وتسعى هذه المنظمات إلى توحيد الجهود على المستوى العالمي لتعزيز الحماية القانونية للعلامات التجارية ومكافحة الانتهاكات، كما تعمل على تطوير القواعد والمعايير المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية في البيئة الرقمية، ومن ثم سنناقش دور أبرز هذه المنظمات في حماية العلامات التجارية في بيئة الميتا فيرس الرقمية.

أ- منظمة التجارة العالمية: منظمة التجارة العالمية (WTO) هي منظمة دولية تأسست في عام ١٩٩٥ وتهدف إلى تنظيم التجارة العالمية وتعزيز النمو الاقتصادي، وتعتبر حماية حقوق الملكية الفكرية، بما في ذلك حماية العلامات التجارية، جزءاً هاماً من أهداف المنظمة، وتتعامل المنظمة مع قضايا حماية العلامات التجارية في البيئة الرقمية من خلال اتفاقياتها وإطارها القانوني<sup>(١٦٥)</sup>.

تحظى حماية العلامات التجارية بأهمية كبيرة في البيئة الرقمية، حيث يتزايد استخدام الإنترنت والتجارة الإلكترونية، وتسهم حقوق الملكية الفكرية، بما في ذلك حقوق العلامات التجارية، في تشجيع الابتكار والإبداع وحفظ المصالح التجارية لأصحابها، وفي هذا السياق تسعى منظمة التجارة العالمية إلى توفير إطار قانوني دولي لحماية حقوق الملكية الفكرية وتعزيز التجارة العادلة والمنصفة<sup>(١٦٦)</sup>.

<sup>١٦٣</sup> موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية(الويبو): <https://www.wipo.int/madrid/en/>

<sup>١٦٤</sup> Merges, R.P. Justifying Intellectual Property. Harvard University Press, ٢٠١٩. (pp. ٩٢-٧٨).

<sup>١٦٥</sup> World Trade Organization. (n.d.). In Encyclopedia Britannica.

<sup>١٦٦</sup> World Trade Organization. (n.d.). In The Oxford dictionary of international relations. Oxford University Press.

تتضمن الاتفاقيات التي تديرها منظمة التجارة العالمية، مثل اتفاقية الملكية الفكرية المتعلقة بالجوانب التجارية للحقوق الملكية الفكرية (TRIPS)، تشريعات وإجراءات لحماية حقوق الملكية الفكرية في البيئة الرقمية، ويتطلب هذا تطبيق قوانين حماية العلامات التجارية على الإنترنت والتصدي لانتهاكات حقوق الملكية الفكرية في المجال الرقمي<sup>(١٦٧)</sup>.

وبالإضافة إلى ذلك، تسعى منظمة التجارة العالمية إلى تعزيز التعاون بين الدول في مجال حماية حقوق الملكية الفكرية في البيئة الرقمية، ويشمل ذلك تبادل المعلومات والخبرات والتعاون في مجال تنفيذ القوانين والتعاون الدولي لمكافحة القرصنة والتزوير والتزييف في البيئة الرقمية<sup>(١٦٨)</sup>.

من الجدير بالذكر أن منظمة التجارة العالمية لديها أيضًا آلية تسوية المنازعات، التي تسمح للدول الأعضاء بتقديم شكاوى حول انتهاكات حقوق الملكية الفكرية في البيئة الرقمية، ويتم حل هذه المنازعات من خلال إجراءات قانونية محددة وفقًا للاتفاقيات المعترف بها دوليًا<sup>(١٦٩)</sup>.

**ب- المنظمة العالمية للملكية الفكرية الوايبو:** المنظمة العالمية للملكية الفكرية (وايبو) هي وكالة تابعة للأمم المتحدة تهدف إلى تعزيز حماية الملكية الفكرية وتشجيع الابتكار والإبداع في جميع أنحاء العالم. تأسست المنظمة في عام ١٩٦٧ وتتخذ من جنيف، سويسرا مقرًا لها<sup>(١٧٠)</sup>.

تهدف وايبو إلى تطوير وتنفيذ نظام دولي لحماية الملكية الفكرية، بما في ذلك حقوق البراءات وحقوق النشر وحقوق العلامات التجارية، وتعزز المنظمة التعاون بين الدول في مجال حماية الملكية الفكرية وتسهيل التجارة الدولية من خلال إقامة اتفاقيات دولية وتطوير قوانين وسياسات مشتركة<sup>(١٧١)</sup>.

بالنسبة لحماية العلامات التجارية في البيئة الرقمية، فإن وايبو تلعب دورًا هامًا في تطوير إطار قانوني دولي لحماية العلامات التجارية على الإنترنت، وتعمل المنظمة على تعزيز التعاون بين الدول في مجال مكافحة القرصنة والتزوير

<sup>167</sup> World Trade Organization (WTO). (n.d.). In The Columbia encyclopedia. Retrieved from <https://www.encyclopedia.com/>.

<sup>168</sup> Intellectual property rights and the WTO. (n.d.). In The Cambridge dictionary of international relations. Cambridge University Press.

<sup>169</sup> Intellectual property rights and the WTO. (n.d.). In The international encyclopedia of political communication. Wiley.

<sup>170</sup> Dinwoodie, G. B., & Janis, M. D. (2018). Trademarks and Unfair Competition: Law and Policy (5th ed.). Wolters Kluwer.

<sup>171</sup> Ginsburg, J. C., & Litman, J. (2018). Trademark and unfair competition law: Cases and materials (6th ed.). Foundation Press.

الإلكتروني وانتهاك حقوق الملكية الفكرية عبر الإنترنت، كما تقدم وايو خدمات للشركات والأفراد لحماية حقوقهم في العلامات التجارية على الإنترنت، بما في ذلك تسجيل العلامات التجارية وحل المنازعات<sup>(١٧٢)</sup>.

ومما سبق يتبين أن الاتفاقيات والمعاهدات الدولية مثل اتفاقية باريس ومدريد، تدعم الحماية للعلامات التجارية في الميتما فيرس بشكل عام، إلا أنها لا تتضمن نصوصاً خاصة بهذه البيئة الرقمية، كما يعد نظام التسجيل الدولي آلية مهمة لحماية العلامات، ولكنه غير كافٍ وحده لمواجهة تحديات الميتما فيرس، لذا ينبغي الجمع بين آليات الحماية الدولية والمحلية من خلال استخدام التقنيات الحديثة ونشر الوعي، لضمان حماية فعالة للعلامات التجارية في هذه البيئة الرقمية.

### المطلب الثالث

#### آليات تسوية المنازعات والممارسات الدولية في مجال حماية العلامات التجارية في الميتما فيرس

تُعد حماية العلامات التجارية في بيئة الميتما فيرس من الموضوعات المستحدثة والتي تستدعي وضع أطر وآليات قانونية لحماية العلامات التجارية من الانتهاكات المحتملة في هذه البيئة الافتراضية، وسنتناول في هذا المطلب آليات التقاضي أمام المحاكم الوطنية والدولية، ودور التحكيم كآلية بديلة، إضافة إلى عرض أبرز الممارسات والتجارب الدولية في هذا المجال.

١- آليات التقاضي أمام المحاكم الوطنية والدولية في منازعات العلامات التجارية في الميتما فيرس: تتوفر عدة آليات للتقاضي أمام المحاكم الوطنية والدولية في منازعات العلامات التجارية، حيث يمكن على المستوى الوطني رفع دعوى أمام محاكم الدولة للمطالبة بالتعويض عن الأضرار الناجمة عن انتهاك العلامة التجارية<sup>(١٧٣)</sup>، وكذلك تقديم طلب للمحكمة بإصدار أمر قضائي بوقف استخدام العلامة المقلدة أو المسيئة، إلى جانب إمكانية اللجوء للتحكيم إذا نص العقد بين أطراف النزاع على ذلك<sup>(١٧٤)</sup>، أما على المستوى الدولي فيمكن رفع دعوى أمام مركز الويبو للوساطة في منازعات الملكية الفكرية<sup>(١٧٥)</sup>، كما يمكن اللجوء لمحكمة العدل الدولية إذا كان أحد أطراف النزاع دولة<sup>(١٧٦)</sup>، ومع ذلك،

<sup>172</sup> Landes, W. M., & Posner, R. A. (2003). The economic structure of intellectual property law. Harvard University Press.

<sup>173</sup> Dinwoodie, G.B. International Intellectual Property Law and Policy. LexisNexis, ٢٠٢٠. (pp. ١٣٥-١٢٠)

<sup>174</sup> Kur, A. and Dreier, T. European Intellectual Property Law. Edward Elgar Publishing, ٢٠١٣. (pp. ٣٥٦-٣٤٠)

<sup>١٧٥</sup> مركز الويبو للتحكيم والوساطة: <https://www.wipo.int/amc/en/center/background.html>

<sup>١٧٦</sup> موقع محكمة العدل الدولية: <https://www.icj-cij.org/en>

قد تواجه هذه الآليات بعض التحديات في البيئة الرقمية للميتا فيرس، مما يستدعي الاعتماد بشكل أكبر على الأدوات التقنية مثل حجب المواقع الإلكترونية أو إزالة المحتوى غير المشروع بسرعة وفعالية<sup>(١٧٧)</sup>.

٢- دور التحكيم كآلية بديلة لتسوية منازعات العلامات التجارية في الميتا فيرس: يلعب التحكيم دوراً بارزاً ومهماً كآلية بديلة لتسوية منازعات العلامات التجارية، حيث يتميز اللجوء إلى التحكيم في مثل هذه المنازعات بالسرعة والمرونة والسرية مقارنة بالتقاضي التقليدي أمام المحاكم<sup>(١٧٨)</sup>، ويمكن للتحكيم أن يسهم بفاعلية في تسوية النزاعات المتعلقة بالعلامات التجارية التي تنشأ في البيئة الرقمية للميتا فيرس، من خلال تعيين محكمين ذوي خبرة ودراية كافية بمجال التكنولوجيا والفضاء الافتراضي، وإتاحة إمكانية إجراء الإجراءات التحكيمية عن بُعد باستخدام وسائل الاتصال الحديثة<sup>(١٧٩)</sup>، إلى جانب السرعة في صدور الأحكام التحكيمية وتنفيذها مقارنة بالمحاكم<sup>(١٨٠)</sup>، فضلاً عن مراعاة طبيعة النزاعات المستحدثة الناشئة عن انتهاك حقوق الملكية الفكرية في العالم الافتراضي، لذا فإن التحكيم يُعد آلية واعدة ومجدية لتسوية منازعات العلامات التجارية في بيئة الميتا فيرس إذا ما أحسن توظيفه واستغلال مزاياه بالشكل الصحيح<sup>(١٨١)</sup>.

ويتضح مما سبق أن آليات التقاضي التقليدية أمام المحاكم تواجه أيضاً تحدياً يتعلق بالتعامل مع منازعات العلامات التجارية في بيئة الميتا فيرس، لذلك برز التحكيم كآلية بديلة فعالة لحسم هذه المنازعات، نظراً لما يتمتع به من مرونة وسرعة وقابلية للتنفيذ عبر الحدود، ويمكن للتحكيم أن يشكل حلاً ناجعاً للتحديات التي تواجه القضاء التقليدي في مجال حماية العلامات التجارية في البيئة الرقمية، إذا ما أحسن توظيفه واستغلال مزاياه.

٣- الممارسات والتجارب الدولية في مجال حماية العلامات التجارية في الميتا فيرس: إن طبيعة الميتا فيرس كبيئة افتراضية حديثة تتيح للأفراد والشركات إنشاء هويات وكيانات رقمية تمثل منتجاتهم وخدماتهم، مما يستدعي وجود إطار تشريعي وتنظيمي لحماية العلامات التجارية الخاصة بهم من أي استخدام غير مشروع أو تزيف أو تقليد.

<sup>177</sup> Redfern, A. and Hunter, M. Law, and Practice of International Commercial Arbitration. Sweet & Maxwell, ٢٠٠٤. (pp. ٤٧٠-٤٥٦).

<sup>178</sup> Moses, M.L. The Principles and Practice of International Commercial Arbitration. Cambridge University Press, ٢٠٠٨. (pp. ٣٥٦-٣٤٠).

<sup>١٧٩</sup> القليوبي، سميحة. التحكيم في عقود الاستثمار. دار النهضة العربية، القاهرة، مصر. (1995).

<sup>180</sup> Born, G. International Arbitration: Law and Practice. Kluwer Law International, ٢٠١٢. (pp. ٥٦٥-٥٥٠).

<sup>181</sup> Redfern, A. and Hunter, M. Law, and Practice of International Commercial Arbitration. Sweet & Maxwell, ٢٠٠٤. (pp. ٤٧٠-٤٥٦).

وتقوم الأمم المتحدة بدور هام في تعزيز حماية العلامات التجارية في الميتافيرس، حيث تعمل الأمم المتحدة على تطوير إطار قانوني دولي يهدف إلى تنظيم حقوق الملكية الفكرية وحماية العلامات التجارية في الميتافيرس، بالإضافة إلى تقديم الدعم والإرشاد للدول في هذا المجال، ولقد بادرت المنظمة العالمية للملكية الفكرية، باعتبارها إحدى المنظمات الدولية الرائدة في مجال حقوق الملكية الفكرية، بإجراء العديد من الدراسات والأبحاث حول سبل حماية العلامات التجارية في بيئة الميتافيرس، كما قدمت المنظمة العديد من النصائح والتوجيهات لأصحاب العلامات التجارية بشأن كيفية تسجيل وحماية علاماتهم التجارية في عالم الميتافيرس، بما في ذلك تسجيل العلامات في قواعد البيانات المركزية والتنسيق مع مزودي خدمات الميتافيرس لمنع استخدام العلامات غير المصرح به<sup>(١٨٢)</sup>.

كما قام الاتحاد الأوروبي، باعتباره أحد أبرز الكيانات الإقليمية المعنية بحماية الملكية الفكرية، بوضع إطار تشريعي شامل لحماية العلامات التجارية في بيئة الميتافيرس، ويتضمن هذا الإطار سنّ القوانين اللازمة لتنظيم تسجيل العلامات التجارية وحقوق الملكية الفكرية المتعلقة بها على الإنترنت، إلى جانب وضع آليات فعالة للتصدي لأي استخدام غير مشروع للعلامات التجارية في بيئة الميتافيرس، ويستخدم الاتحاد نظاماً مركزياً لتسجيل وحماية العلامات التجارية على مستوى الاتحاد، وهو يضمن حقوق الملكية والحفاظ على سلامة العلامات التجارية في الميتافيرس. <sup>(١٨٣)</sup>.

أما الولايات المتحدة الأمريكية، فقد اتخذت عدة إجراءات لحماية العلامات التجارية في الميتافيرس، من بينها إنشاء مكتب متخصص لتسجيل العلامات التجارية في بيئة الميتافيرس، وتطبيق إجراءات قانونية صارمة لمنع أي استخدام غير مصرح به للعلامات التجارية عبر الإنترنت، وتعتبر الولايات المتحدة من الدول الرائدة في حماية العلامات التجارية في الميتافيرس، حيث تستخدم الولايات المتحدة نظاماً قوياً لتسجيل وحماية العلامات التجارية، وتوفر آليات فعالة للمنازعات والتحكيم في حالة حدوث خلافات بشأن حقوق الملكية الفكرية <sup>(١٨٤)</sup>.

ونظراً لأهمية السوق الصينية، فقد اتخذت الصين عدة إجراءات لحماية العلامات التجارية في بيئة الميتافيرس، من بينها إنشاء نظام متكامل لتسجيل العلامات التجارية، وتطبيق إجراءات قانونية صارمة لمكافحة أي محاولات لتقليد أو تزيف العلامات التجارية عبر الإنترنت، وتشهد الصين تطوراً كبيراً في مجال حماية العلامات التجارية في الميتافيرس، حيث تستخدم الصين نظاماً مركزياً لتسجيل وحماية العلامات التجارية، وقد اتخذت إجراءات صارمة لمكافحة التزوير والقرصنة في هذا المجال <sup>(١٨٥)</sup>.

هذا وتمتلك المملكة المتحدة نظاماً متطوراً لحماية الملكية الفكرية، حيث اتخذت عدة خطوات لحماية العلامات التجارية في بيئة الميتافيرس، من ضمنها وضع إجراءات لتسجيل العلامات التجارية، وآليات فعالة للتصدي لأي استخدام غير مصرح

<sup>182</sup> World Intellectual Property Organization (WIPO). "Protecting Trademarks in the Metaverse."

<sup>183</sup> European Union Intellectual Property Office (EUIPO). "Trademark Protection in the Metaverse."

<sup>184</sup> United States Patent and Trademark Office (USPTO). "Trademark Protection in the Metaverse."

<sup>185</sup> China National Intellectual Property Administration (CNIPA). "Trademark Protection in the Metaverse."

به للعلامات التجارية عبر الإنترنت، كما تُعدُّ المملكة المتحدة من الدول الرائدة في تطوير آليات تسوية المنازعات في مجال حماية العلامات التجارية في الميتافيرس، وتوفر المملكة المتحدة نظامًا قويًا لتسجيل وحماية العلامات التجارية، وتشجع على التحكيم والوساطة كوسيلة لحل النزاعات<sup>(١٨٦)</sup>.

يتضح مما سبق أن حماية العلامات التجارية في بيئة الميتافيرس تتطلب وضع أطر تشريعية وطنية ودولية لمواجهة التحديات التي تفرضها هذه البيئة الافتراضية، كما أن التحكيم يُعدُّ آلية بديلة فعالة لتسوية منازعات العلامات التجارية في الميتافيرس، وقد بادرت عدة جهات دولية وإقليمية بوضع أطر وممارسات لحماية العلامات التجارية في الميتافيرس، منها الأمم المتحدة والمنظمة العالمية للملكية الفكرية والاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة والصين والمملكة المتحدة، إلا أن التحديات مازالت قائمة في هذا المجال الحديث وتتطلب مزيداً من الجهود الدولية المنسقة لوضع أطر شاملة وفعالة لحماية العلامات التجارية في الميتافيرس.

<sup>186</sup> Intellectual Property Office of the United Kingdom. "Trademark Protection in the Metaverse."

## الخاتمة

العلامات التجارية تلعب دوراً حيوياً في تمييز السلع والخدمات والترويج لها، وقد أولت التشريعات الوطنية والاتفاقيات الدولية اهتماماً كبيراً بحماية العلامات التجارية من التقليد والانتحال، إلا أن ظهور الفضاء الافتراضي وانتشار التجارة الإلكترونية أثار تحديات جديدة أمام نظم الحماية التقليدية، مما استدعى البحث عن آليات مستحدثة لضمان فاعلية الحماية في بيئة الميتا فيرس، وقد توصل البحث إلى مجموعة من النتائج والتوصيات:

### أهم النتائج:

- ١- أن العلامة التجارية تؤدي دوراً محورياً في الترويج للمنتجات والخدمات في عالم الميتا فيرس الافتراضي، وتتمتع بأهمية كبرى تتعلق ببناء الثقة والولاء وخلق تجارب تفاعلية للمستخدمين في الميتا فيرس، كما تتنوع أشكال وأنواع العلامات التجارية في بيئة الميتا فيرس الافتراضية.
- ٢- ان الطبيعة الافتراضية العابرة للحدود لبيئة الميتا فيرس تُثير تحديات كبيرة أمام تحديد الاختصاص القضائي في المنازعات المتعلقة بالعلامات التجارية، وكذلك أمام تطبيق قواعد تنازع القوانين لتحديد القانون الواجب التطبيق، فضلاً عن التحديات المتعلقة بإنفاذ الأحكام القضائية خارج حدود الدولة التي صدرت فيها.
- ٣- ان غياب الملكية المادية للعلامات التجارية في بيئة الميتا فيرس يجعل عملية إثباتها وحمايتها من التقليد والانتحال أمراً صعباً، نظراً لسهولة نسخ المحتوى الرقمي وإعادة إنتاجه.
- ٤- ان استخدام تقنيات حديثة مثل تقنية البلوك تشين في بيئة الميتا فيرس يتطلب سن تشريعات جديدة لتنظيم هذه التقنيات بما يضمن حماية فعالة للعلامات التجارية من الانتحال والتزييف.
- ٥- ان التشريعات الوطنية الحالية في مجال العلامات التجارية في كل من مصر والسعودية غير كافية لمواجهة التحديات القانونية الناشئة عن بيئة الميتا فيرس، مما يستدعي تعديلها وسن قوانين جديدة.
- ٦- انه ينبغي الجمع بين آليات الحماية الدولية والمحلية مع استخدام التقنيات الحديثة لضمان الحماية الفعالة للعلامات التجارية، كما يُعد اللجوء للتحكيم آلية فعالة لتسوية منازعات العلامات التجارية الناشئة في بيئة الميتا فيرس.

أبرز التوصيات:

- ١- تعديل وتحديث التشريعات الوطنية ذات الصلة بالعلامات التجارية، بحيث تشمل نصوصًا خاصة لتنظيم العلامات التجارية في البيئة الافتراضية بما فيها بيئة الميتا فيرس وحمايتها من الانتحال والتقليد.
- ٢- اعتماد حلول تقنية مثل البلوك تشين والتشفير لحماية العلامات التجارية وإثبات الملكية الرقمية في الميتا فيرس، مع سنّ قوانين خاصة لتنظيم استخدام هذه التقنيات، وتحديد الأحكام اللازمة لمنع التعدي على العلامات من خلالها.
- ٣- الانضمام إلى المعاهدات والاتفاقيات الدولية الخاصة بحماية الملكية الفكرية في البيئة الرقمية والوقوع الافتراضي، والعمل على تعديل الاتفاقيات الدولية المتعلقة بالملكية الفكرية لتشمل حماية أفضل للعلامات التجارية في بيئة الميتا فيرس، من خلال وضع معايير دولية لتلك الحماية، وتعزيز التعاون الدولي في هذا الشأن.
- ٤- العمل على نشر الوعي بأهمية احترام حقوق الملكية الفكرية في البيئة الافتراضية لدى الأفراد والمؤسسات، والتوعية بأهمية تسجيل علاماتهم في بيئة الميتا فيرس لضمان الحماية القانونية لها.
- ٥- تشجيع أصحاب العلامات التجارية على اللجوء للتحكيم لتسوية المنازعات المتعلقة بحماية العلامات في هذه البيئة الافتراضية.

– المراجع

– المراجع العربية

- أحمد صالح مخلوف، الوجيز في نظام العلامات التجارية، دار الاجادة الرياض. ٢٠٢٢.
- أحمد السيد، الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة، مجلة الشريعة والقانون، العدد ٨٠، ٢٠٢٠.
- أحمد جلال، التحديات القانونية لتقنية البلوك تشين في حماية الملكية الفكرية، مجلة القانون والاقتصاد، جامعة القاهرة، المجلد ٨٢، ٢٠٢٠.
- أسامة العبد الله، التنازع الدولي للاختصاص القضائي في منازعات الملكية الفكرية، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، المجلد ٤٣، ٢٠١٩.
- خالد منصور، التحديات التقنية للعلامات التجارية في عصر الميتا فيرس، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد ٥، ٢٠٢٢.
- رانيا محمد، مخاطر تقنيات الذكاء الاصطناعي على العلامات التجارية، مجلة كلية الحقوق، جامعة الإسكندرية، العدد ٥٨، ٢٠٢١.
- سامح جاد، التحديات القانونية لإثبات الملكية الفكرية في الميتا فيرس، مجلة القانون والاقتصاد، جامعة القاهرة، المجلد ٨٣، ٢٠٢١.
- سامر القلماوي، التحديات القانونية للعلامات التجارية في الواقع الافتراضي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد ٣٦، ٢٠٢٠.
- سامي حسن، إثبات الملكية الرقمية من خلال تقنية البلوك تشين، مجلة الملكية الفكرية، العدد ١٦، ٢٠٢٢.
- سميحة القليوبي، التحكيم في عقود الاستثمار، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، ١٩٩٥.
- سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، ٢٠١٥.
- سمير حامد الجمال، الملكية الفكرية في البيئة الرقمية، دار الفكر الجامعي، ٢٠١٧.
- سمير حامد الجمال، الملكية الفكرية في الفضاء الإلكتروني، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، العدد ٢، ٢٠١٩.
- علي سيد قاسم، حماية العلامات التجارية في ظل الانترنت، المركز القومي للإصدارات القانونية، ٢٠١٩.
- لينا صالح، علامات منصات التواصل الاجتماعي في الميتا فيرس، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، العدد ٤، ٢٠٢٢.
- محمد حسام لطفي، الحماية القانونية للعلامة التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٢٠م.
- محمد حسين منصور، حماية العلامات التجارية في بيئة الإنترنت، مجلة الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العدد ٦٥، ٢٠٢٠.
- هبة السيد، مكافحة تقليد العلامات التجارية رقمياً، مجلة كلية الحقوق، جامعة الإسكندرية، العدد ٦٠، ٢٠٢٠.
- القوانين والأنظمة
- نظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية الصادر بموجب المرسوم الملكي رقم م/٥١ بتاريخ ٢٥ رجب ١٤٣٥هـ.
- قانون الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢.

- مواقع الانترنت
- موقع مركز الويبو للتحكيم والوساطة.
- <https://www.wipo.int/amc/en/center/background.html>
- موقع محكمة العدل الدولية.
- <https://www.icj-cij.org/en>
- بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات.
- [https://wipolex-res.wipo.int/edocs/lexdocs/treaties/ar/madridp-gp/trt\\_madridp\\_gp\\_001ar.html](https://wipolex-res.wipo.int/edocs/lexdocs/treaties/ar/madridp-gp/trt_madridp_gp_001ar.html)
- اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات التجارية ١٨٩١ .
- <https://www.wipo.int/treaties/ar/registration/madrid/>
- المنظمة العالمية للملكية الفكرية، معاهدة قانون العلامات التجارية.
- <https://www.wipo.int/treaties/ar/ip/tlt/index.html>
- المنظمة العالمية للملكية الفكرية، اتفاقية باريس.
- <https://www.wipo.int/treaties/ar/ip/paris/>
- منظمة التجارة العالمية - الاتفاق المتعلق بالجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية (اتفاق تريبس)
- <https://www.wipo.int/wipolex/ar/treaties/details/231>
- 
- WIPO Magazine. (2011, October). The Nice Classification: A powerful tool for trademark owners. Retrieved from [https://www.wipo.int/wipo\\_magazine/en/2011/05/article\\_0002.html](https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2011/05/article_0002.html).
- World Intellectual Property Organization (WIPO). "Protecting Trademarks in the Metaverse."
- World Intellectual Property Organization (WIPO). (n.d.). Egypt. Retrieved from <https://www.wipo.int/wipolex/en/profile.jsp?code=EG>
- World Trade Organization (WTO). (n.d.). In The Columbia encyclopedia. Retrieved from <https://www.encyclopedia.com/>.
- World Trade Organization. (n.d.). In Encyclopedia Britannica.
- المراجع باللغة الانجليزية:
- Aaker, D. A., & Joachimsthaler, E. (2000). Brand leadership: Building assets in the information age. Simon and Schuster.
- Abbott, F. M., & Cottier, T. (Eds.). (2015). International intellectual property in an integrated world economy. Wolters Kluwer Law & Business.
- Ackermann, T., Miebach, J., & Niestrath, P. (2022). Meta marks: how trademarks will work in the metaverse. Journal of Intellectual Property Law & Practice.
- Al Abdin, A. (2021), Jurisdiction Challenges in Cross-Border Trademark Disputes in Virtual Environments. Journal of Intellectual Property, 24(3),.
- Anderson, David. "Collaboration in the Metaverse: Enhancing Communication and Cooperation." Proceedings of the International Conference on Virtual Worlds.
- Anderson, Sarah. "Technological Challenges to Trademark Protection in the Digital Age." Journal of Intellectual Property Rights, vol. 18, no. 1, 2017.
- autam, A. (2022). Intellectual Property Challenges in the Metaverse. Journal of Intellectual Property Rights, 27(3).
- Born, G. International Arbitration: Law and Practice. Kluwer Law International, 2012.
- China National Intellectual Property Administration (CNIPA). "Trademark Protection in the Metaverse."

- Clark, D.S. (Ed.). (2007). Encyclopedia of law and society: American and global perspectives. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Cornish, W., & Llewelyn, D. (2013). Intellectual property: Patents, copyright, trademarks, and allied rights (7th ed.). London, UK: Sweet & Maxwell.
- Correa, C. M. (2000). Intellectual property rights, the WTO and developing countries: The TRIPS agreement and policy options. Zed books.
- Davis, Emily. "The Evolution of the Metaverse: From Virtual Reality to Augmented Reality." International Journal of Computer Science.
- de Chernatony, L., & McDonald, M. (2003). Creating powerful brands in consumer, service, and industrial markets. Routledge.
- Dinwoodie, G. B., & Janis, M. D. (2018). Trademarks and unfair competition: Law and policy (5th ed.). New York, NY: Wolters Kluwer Law & Business.
- Dinwoodie, G.B. and Gangjee D.S. The Image of the Brand in Trademark Law. Oxford University Press, 2021.
- Dinwoodie, G.B. International Intellectual Property Law and Policy. LexisNexis, 2020.
- Dutfield, G., & Suthersanen, U. (2008). Global intellectual property law. Edward Elgar Publishing.
- El-Gamal, A., & Abdel Wahab, M. (2019). Intellectual Property Rights in Egypt: A Comparative Study with International Standards. In Intellectual Property Rights in the Middle East and North Africa Region (pp. 71-92). Springer.
- El-Said, H. (2017). Intellectual Property Law in Egypt. In Intellectual Property Law in the Arab World (pp. 103-122). Springer.
- El-Sayed, M & El-Masry, N. (2018). The Role of Intellectual Property Rights in Enhancing Innovation and Economic Growth: The Case of Egypt. In Intellectual Property Rights in the Arab World (pp. 123-142). Springer.
- European Union Intellectual Property Office (EUIPO). "Trademark Protection in the Metaverse." (Web)
- Ferriols, A. (2021). Brands and Trademarks in the Metaverse. Journal of Intellectual Property, Information Technology and Electronic Commerce Law, 12(2).
- Gikandi, S. (2020). Legal Implications of Blockchain Technology in IP Protection. Journal of Intellectual Property, Information Technology and E-Commerce Law, 11(3).
- Ginsburg, J. C., & Litman, J. (2018). Trademark and unfair competition law: Cases and materials (6th ed.). Foundation Press.
- Hall, K.L. (Ed.). (2005). The Oxford companion to the Supreme Court of the United States. New York, NY: Oxford University Press.
- Intellectual Property Office of the United Kingdom. "Trademark Protection in the Metaverse."
- Intellectual property rights and the WTO. (n.d.). In The Cambridge dictionary of international relations. Cambridge University Press.
- Intellectual property rights and the WTO. (n.d.). In The international encyclopedia of political communication. Wiley.
- Johnson, A. Trademark Protection in the Metaverse. Oxford University Press, 2020.
- Johnson, Sarah. "Exploring the Metaverse: Characteristics and Applications." Journal of Virtual Reality Research.
- Kapferer, J. N. (2012). The new strategic brand management: Advanced insights and strategic thinking. Kogan Page Publishers.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity.

- Journal of marketing, 57(1).
- Keller, K. L., & Lehmann, D. R. (2006). Brands and branding: Research findings and future priorities. *Marketing science*, 25(6).
  - Kennedy, X.J., & Gioia, D. (2012). *Literature: An Introduction to Fiction, Poetry, Drama, and Writing* (12th ed.).
  - Kur, A. and Dreier, T. *European Intellectual Property Law*. Edward Elgar Publishing, 2013. (pp. 340-356)
  - Landes, W. M., & Posner, R. A. (2003). *The economic structure of intellectual property law*. Harvard University Press.
  - MacCormick, J. (2020). Metaverse intellectual property: A new frontier. *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 15(7).
  - MacGuill, S. (2022). Enforcing Foreign Judgments in Metaverse IP Disputes. *Yale Journal of Law and Technology*, 19(2), 307-331. (3)
  - Margoni, T. (2019). The Metaverse and Trademarks: Much Ado about Nothing *Journal of Intellectual Property, Information Technology and Electronic Commerce Law*, 10 (3).
  - Maskus, K. E., & Reichman, J. H. (2004). The globalization of intellectual property rights. In *The globalization of intellectual property rights: Public policy issues and the international intellectual property regimes* (pp. 3-14). Cambridge University Press.
  - McCarthy, J. T. (2017). *McCarthy on Trademarks and Unfair Competition*.
  - McJohn, S. (2021). Brands, Identity, and Trademarks in Metaverse. *Houston Law Review*, 58(4),
  - Merges, R.P. *Justifying Intellectual Property*. Harvard University Press, 2019.
  - Moses, M.L. *The Principles and Practice of International Commercial Arbitration*. Cambridge University Press, 2008.
  - Ondrejka, C. (2022). The metaverse: What it is, where to find it, who will build it, and Fortnite. *IEEE Computer*, 55(2).
  - Ramaswamy, V. (2020). Choice of Law in Cross-Border Trademark Disputes in the Metaverse. *Stanford Technology Law Review*, 23(1).
  - Ramaswamy, V. (2021). Trademark Counterfeiting and Piracy in the Metaverse. *Journal of the Copyright Society of the USA*, 68(5).
  - Redfern, A. and Hunter, M. *Law, and Practice of International Commercial Arbitration*. Sweet & Maxwell, 2004.
  - Schwabach, A. (2007). *Intellectual property: A reference handbook*. Santa Barbara, CA: ABC-CLIO.
  - Smith, John. "The Metaverse: A Digital Environment." *Encyclopedia of Virtual Reality*.
  - Thompson, Mark. "Understanding the Metaverse: An Introduction to Digital Environments." *Digital Futures*.
  - Thompson, Michael. "Global Trademark Protection: Navigating Different Legal Systems." *International Journal of Comparative Law*, vol. 15, no. 2, 2016.
  - United States Patent and Trademark Office (USPTO). "Trademark Protection in the Metaverse."
  - Yu, P.K. *International Encyclopedia of Laws, Intellectual Property*. Kluwer Law International, 2022.
  - Zhang, Y. (2022). Blockchain Technology for Digital Ownership Proof in the Metaverse. *Houston Law Review*, 59(1).
  - Zhang, Y. (2022). Monitoring Trademark Use in the Metaverse. *Houston Law Review*, 59(2).