



مجلة روح القوانين - كلية الحقوق جامعة طنطا

عدد خاص - المؤتمر العلمي الدولي الثامن - التكنولوجيا والقانون

الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل التسوق الرقمي

عبر أنظمة الذكاء الاصطناعي

إعداد الدكتور / وليد محمد وهبه

استاذ القانون التجارى والبحرى المساعد

بكلية إدارة الأعمال - الجامعة العربية المفتوحة

ملخص

ان دراسة العلامات التجارية في مجال أنظمة الذكاء الاصطناعي من الامور الغاية في الأهمية خاصة وان الاعتماد الرئيسي والأساسي لانتشار نظام الذكاء الاصطناعي هو علامته التجارية التي تميزه عن غيره من أنظمة وانها بمثابة السمة المميزة للنظام وانها محده للشركة المالكة او الشركة المستخدمة للنظام بشرط ان تتقيد الشركة المستخدمة بوضع العلامة على برنامجها الذكي وتبين ان برنامج الذكاء الاصطناعي معد للعمل و ان الشركة لا تضع العلامة الا بعد تحديد منتجها الذي سوف تسوقه وتضع العلامة بما يتوافق مع المنتج وهذا بعد تشغيل البرنامج بالشكل الرقمي الجديد.

و ان العلامة التجارية الخاصة بالشركة والتي يكتسبها البرنامج هي في الاصل موضوعه للسلع المملوكة للشركة المنتجة لكن اذا كانت الشركة تعمل على بيع برنامج الذكاء الاصطناعي نفسه فإنه يكتسب العلامة التجارية للشركة المستخدمة وإن كان نشاطها يقوم ببيع أى منتج آخر؛ ومن ذلك باختصار فان العلامة التجارية توضع في الاصل للمنتجات المعروضة عبر أنظمة الذكاء الاصطناعي نفسه وليس للشركة المالكة.

الكلمات المفتاحية

العلامات التجارية ، الذكاء الاصطناعي، الملكية الفكرية ، التسوق الرقمي.

summary

The study of trademarks in the field of artificial intelligence programs is very important, especially since the main and basic dependence for the spread of the artificial intelligence program is its trademark that distinguishes it from other systems and that it is the distinguishing feature of the system and that it is specific to the company that is the owner or the company that uses the system, provided that the company that uses it adheres to By putting the mark on its smart program and showing that the

artificial intelligence program is prepared to work on this device, and that the company does not put the mark until after specifying its product that it will market and placing the mark in accordance with the product, and this is after running the program in the new digital format.

And that the company's trademark, which the program acquires, is originally intended for goods owned by the producing company, but if the company works to sell the artificial intelligence program itself, then it acquires the trademark of the used company, even if its activity sells any other product; In short, the trademark is originally placed for the products offered through the artificial intelligence systems itself, and not for the owning company.

key words

Brands, artificial intelligence, intellectual property, digital shopping.

مقدمة

يعتبر الذكاء الاصطناعى من المصطلحات الحديثة نسبيا فى المجال القانونى وعلى المستوى الاجتماعى مفهوم الذكاء الاصطناعى ليس متداول وانه بيشير الى النماذج الحديثة فى إستخدام الآلة فى الحياة العملية فإننا الان لا نستخدم الحاسوب او الادوات التكنولوجية المعروفة و التى بتتم إدارتها بواسطة الانسان العادى ومن خلالها يمكن ان يظل الخطأ البشرى متوافر طالما ان الانسان هو الذى يوجه إستخدامات الآلة فلتفادى الخطأ البشرى أصبح الان الاهتمام بإستخدام الآلة نفسها او بمعنى اضق اعتماد الآله على نفسها بعد برمجتها باللازم عملة وتوضيح الرؤية بكافة صورها وحالتها لئلا و إعطائها البرمجة اللازمة لتوفير القدرة على التصرف وإيجاد حل للمشكلات.

١٥ - الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل التسوق الرقمي عبر أنظمة الذكاء الاصطناعي

وكان الهدف من ذلك هو الدخول بفاعلية في التطور التقني المتجه إلية العالم لخدمة الانسان والارتقاء بالجنس البشرى وتجنب الاخطاء الشائعة ولما يمكن ان يوفره الانسان فى إستخدامه لهذه الروبوتات من طاقة وساعات عمل اكبر وتوفير للجهد وتحقيق فاعلية وجودة اعلى وتغادى الاخطاء البشرية الشائعة او التقليدية وتحقيق ساعات عمل أكبر وقدر من الجودة والانجاز افضل.

و إن التطور التقنى وإنتشار الإستخدام التكنولوجي من الحواسيب الرقمية وتطورتها حتى أصبح استخدام الهواتف الذكية لا غنى عنه مما احدث طفرة فى مجال الاتصالات والشبكات اللاسلكية وسرعة التواصل العابر للقارات والحاجة الملحة التى اظهرت هذه التقنية التكنولوجية العالية كان وراء ذلك تطور مفهوم انظمة التشغيل الإلكترونية.

وإنه بعد إنتشار الهواتف الذكية وتزايد الإهتمام بتطبيقات الهاتف التى حققت مبدأ العولمة من كون العالم أصبح قرية صغيرة،والتى ساهمت فى تطوير وسائل الإتصال وتقليل تكلفتها والتى جعلت من السهولة بمكان ان يتم التواصل بين الافراد سواء فى ذات الدولة او خارجها بأقل التكاليف وفتحت الإتصال بالعالم لمعرفة الأخبار وتداول المعلومات جدير بالذكر ان هذا التطور جاء نتيجة إنتشار شركات صناعة التكنولوجيا وطرح رؤس أموالها كإستثمار بالبورصات العالمية.

ساهم ذلك فى إزدياد المستثمرين والمستخدمين الراغبين فى الدخول إلى الإنفتاح الإلكتروني العالمي وهذا الإستثمار أخذ فى التطور وظهور أنواع متجددة من المنصات الرقمية والتطبيقات الذكية التى ذيع إنتشارها وإستخدامها على أنظمة التشغيل المختلفة من أنظمة مفتوحة المصدر مثل الأندرويد واللينكس ومغلقة المصدر مثل أبل ومايكروسفت.

وهناك الكثير من الشركات التى اخرجت تطبيقات مثل Facebook،you tub، what's up وغيرها من المنصات الإلكترونية التى اتاحت للمستخدمين ان يتواصلوا

عدد خاص - المؤتمر العلمي الدولي الثامن (التكنولوجيا والقانون)

مع العالم ويكون لهم قنوات لإذاعة ما يريدون إخباره للناس عامة. مما ترتب على ذلك إنتشار إنتهاكات الملكية الفكرية وضياع الحقوق من على المنصات الرقمية وكأن كافة القوانين التي وضعت لتحمي المصنفات الإلكترونية باتت دون جدوى حتى ان المصنفات المحمية يعاد تداولها بلا اى حقوق.

إشكالية البحث

أوجدت شبكة الإنترنت مشكلات قانونية من نوع جديد تتصل بحقوق الملكية الفكرية من أهمها فيما يتعلق بالعلامات التجارية المشكلات التي ظهرت نتيجة لتسمية بعض المواقع على الشبكة باتخاذ أسماء دومين domain names كعناوين لتلك المواقع تشابه أو تطابق أو تماثل علامات تجارية مشهورة بقصد جذب العملاء إلى الموقع^١. ويمكن تشبيه نظام أسماء الدومين (Domain Names System (DNS) بدليل التليفونات ، فهو يتيح لمستخدمي الشبكة الاتصال بالموقع المطلوب وتبادل البيانات والمعلومات معه عن طريق استخدام مجموعة من الحروف توصل إليه، تعرف باسم الدومين domain name. ويختلف اسم الدومين المخصص لكل موقع عن جميع أسماء الدومين المخصصة للمواقع الأخرى، ولذلك فإن الأسبق في تسجيل اسم الدومين يمنع غيره من تسجيل نفس الاسم^٢.

كل جهاز خادم server يتصل بالشبكة مخصص له عنوان يدل على الموقع يعرف بـ (Uniform Resource Locator (URL) ، ويتكون هذا العنوان من أربعة مجموعات من الأرقام . ولما كان من الصعب على مستخدم شبكة الإنترنت أن يتذكر مجموعات الأرقام المذكورة للوصول إلى الموقع الذى يرغب فى الاتصال به لعدم

^١ - <https://www.gnu.org/copy left / copy left .html> 12/3/2019

^٢ - د.يسار فواز رجائي أثر الاتفاقيات الدولية فى تكريس مبداء حماية العلامات التجارية دراسة فى دعوى المنافسة غير المشروعة مجلة العلوم القانونية والإقتصادية كلية الحقوق جامعة عين شمس

١٥ - الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل التسوق الرقمي عبر أنظمة الذكاء الاصطناعي

سهولة حفظها واسترجاعها ، فقد تم تطوير هذا النظام سنة ١٩٨٤ عن طريق استحداث استخدام حروف بمعرفة مستخدم الشبكة للوصول إلى الموقع بدلا من الأرقام، وهذه الحروف هي التي يتكون منها اسم الدومين.^١ على سبيل المثال فإن العنوان www.wipo.int هو اسم الدومين domain name المخصص للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO).

وإننا نهدف من ذلك البحث إلقاء الضوء على مثل هذه الظاهرة الحديثة من الإنتهاك القانوني لحقوق العلامات التجارية وسبل مواجهتها و الإتجاهات القانونية و القضائية التي سعت للحد من إنتشار مثل هذه الإعتداءات و التصدى للقائمين عليها.

ولكى نبحت هذا الامر على نحو مفصل سوف نقسم هذا البحث على النحو التالي:-

المبحث الاول:العلامات التجارية لأنظمة الذكاء الاصطناعي

المبحث الثاني:حماية العلامات التجارية فى الدومين الإلكتروني

المبحث الثالث: القانون واجب التطبيق علي منازعات الملكية الفكرية الرقمية

المبحث الاول

العلامات التجارية لأنظمة الذكاء الاصطناعي

تعد دراسة العلامات التجارية لأنظمة الذكاء الاصطناعي هي المحور الرئيسي للدراسة فى هذا البحث مما جعلنا نتقاسمها على مطلبان نتناولهما فى الاول عن مفهوم هذه العلامات التجارية لأنظمة الذكاء الاصطناعي و الثانى عن حماية العلامات التجارية المعروضة فى المتاجر الإلكترونية، وذلك على النحو التالي:-

^١ - د.يسار فواز رجائي مرجع سابق ص ٢٣٢

المطلب الأول

مفهوم العلامات التجارية لأنظمة الذكاء الاصطناعى

لقد عرفتها الجمعية العامة للتسويق على إنها أي اسم أو مصطلح أو علامة أو تصميم أو رمز أو مزيج مما سبق يهدف إلى تعريف المنتجات^١ أو الخدمات المقدمة من طرف مختلف الشركات لتمييز المنتجات والخدمات عن غيرها من المنتجات والخدمات المماثلة.^٢

تنص المادة ١٥ - ١ من اتفاقية التريبس على إنه تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات التي تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة عن التي تنتجها منشآت أخرى، ويدخل في عداد العلامة التجارية الأسماء والحروف والأرقام والأشكال ومجموعات الألوان وأي مزيج منها يصلح للتسجيل كعلامة تجارية، والأمثلة الواردة هنا هي على سبيل المثال وليس الحصر.

التعريف الشامل للعلامة التجارية^٣: هي أسماء أو كلمات أو حروف أو أرقام أو رموز أو رسوم أو مزيج مما سبق وأية إشارة أخرى صالحة لتمييز منتجات صناعية أو تجارية أو حرفية أو زراعية أو مشروع استغلال ثروة طبيعية لدلالة على أن الشيء المراد وضع العلامة عليه يعود لصاحب العلامة بداعي صنعه أو الاتجار بإختراعه أو لدلالة على تأدية خدمة من الخدمات.

^١- محمد عبد الرحمن الشمري حماية العلامات التجارية فى ظل اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارية من حقوق الملكية الفكرية (التريبس) رسالة دكتوراه جامعة القاهرة ٢٠٠٤ ص ١٠٥

^٢- نادبة معوض القانون التجارى وفقا لقانون التجارة الجديد دار النهضة العربية طبعة ٢٠٠٠ ص ٣٠٦

^٣- د.هانى دويدار التنظيم القانونى للتجارة ، دار الجامعة الجديدة، سنة ٢٠٠١ ص ٢٢٠

١٥ - الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل التسوق الرقمي عبر أنظمة الذكاء الاصطناعي

كما عرف القانون المصري رقم ٢٠٠٢/٨٢ في الباب الاول من الكتاب الثاني في المادة الثانية من اصدار باب خاص بالعلامات التجارية بأنها هي العلامات التي يستخدمها الصناع والتجار لتمييز منتجاتهم او سلعهم لتسهيل تعرف جمهور المستهلكين عليها.^١

وتنقسم العلامة إلى خمسة أقسام تتحدد بموجبها درجة تميز العلامة التجارية بالعلاقة بينها وبين المنتج الذي سيجملها وهي ما عرفتها المادة ٦٣ من قانون الملكية الفكرية رقم ٢٠٠٢/٨٢ كما يلي:^٢

• إبتكارية العلامة

أولاً: علامات تجارية مبتكرة ليس لها معنى وهي أكثر العلامات تميزاً لا ترتبط في أذهان المستهلكين سوى بالمنتج، وهذا يجعلها تنال حماية قانونية من أعلى الدرجات مثل Exonkodak غير أن هذه العلامات تتطلب جهود تسويقية ودعائية كبيرة لإنشاء رابطة قوية بين العلامة والمنتج في نفوس المستهلكين.^٣

الثاني: فهي كلمة مبتكرة موجودة أصلاً في اللغة غير أن هذه الكلمة لا تمت بصلة لنوع المنتج كعلامة APEL ونظراً لعدم وجود رابطة بين العلامة والمنتج فإنها تنال حماية قانونية كبيرة، غير إنها تتطلب جهود تسويقية كبيرة، وإن كانت أقل من العلامات التي تندرج في القسم الأول لأن لها معنى في اللغة مما يسهل حفظها.^٤

^١- د.سميحة القليوبي الملكية الصناعية دار النهضة العربية طبعة ٢٠٢٠ ص ٤٦١

^٢- د.سميحة القليوبي الملكية الصناعية دار النهضة العربية طبعة ٢٠٢٠ ص ٤٦٤

^٣- د.سميحة القليوبي الملكية الصناعية دار النهضة العربية سنة ٢٠٢٠ ص ٤٧٢

^٤ - <http://www.juriscom.Net>, 2005

● العلامات الجاذبة

وهي علامات توحى للمستهلك ببعض خصائص المنتج أو صفاته وإن كانت لا تصفه بشكل مباشر، وهي تنال درجة جيدة من الحماية القانونية كما أن عملية تسويقها أسهل من العلامات المبتكرة.^١

● العلامات الوصفية

وهي التي تصف المنتج بشكل مباشر، بحيث أن المستهلك سيعلم بشكل أكيد نوع المنتج المقدم تحت هذه العلامة عندما يطلع عليها ونظرا على أن هذه العلامة تصف المنتج فإن عملية تسويقها شديدة السهولة، غير أن حمايتها القانونية ضعيفة نوعا ما ولا تسمح للمستهلكين بتمييز مصدر المنتج.^٢

● العلامات العامة

لا تنال حماية قانونية على الإطلاق لأن هذه العلامة تتكون من اسم المنتج نفسه الذي يطلق عليه في اللغة، وتحتاج جميع الشركات^٣ العاملة في مجال هذا المنتج إلى استخدام هذه العلامة على منتجاتهم مما يجعل حمايتها لصالح شخص معين متعذر قانوناً. واذ يتضح ان العلامة التجارية تكون بمثابة المعيار والرمز الذي يستخدم لتسهيل انتشار المنتج وان العلامة التجارية تكون مكونه من صورة او رمز او حرف او أى شكل يرمز للمنتج المراد تسويقه او للشركة المنتجة اذا كان من المعروف ان هذه الشركة تنتج نوع معين ومحدد من المنتجات.

^١ - www.gnu.org/licenses.accessed 6/9/2018

^٢ - www.openhub.net/p/android/latest/languages 15/12/2017

^٣ - <http://www.startimes.com/?t=30567362>

^٤ - <http://www.startimes.com/?t=30567362>

١٥ - الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل التسوق الرقمي عبر أنظمة الذكاء الاصطناعي

وإذ يتضح ان العلامات التجارية ترتبط بشكل كبير بأنظمة الذكاء الاصطناعي حيث إنها تساهم وتساعد وبشكل كبير في التسوق الرقمي للسلع وتضفي عليه نوع من أنواع الحماية الخاصة لمعرفة المستخدم ان التسوق الرقمي يتبع شركة معينة مما يصعب تقليده او سرقة إضافة إلى إنه يحمي منتج الذكاء الاصطناعي اذا اخفى المؤلف شخصيته ولم يعلم احد من هو مالك البرنامج.

ومن له الحق في المطالبة بالحقوق الأدبية والمالية الواردة على المصنف حيث ان العلامة التجارية تعطي هذا الحق لأنها بتشير للمنتج الذي بطبيعة الحال يحل مكان المؤلف في هذا الظرف واذ يتضح بذلك ان علامة التجارية لها دور كبير على نظام الذكاء الاصطناعي وذات أهمية ضخمة في استخدام نظام الذكاء الاصطناعي.^١

وإننا نرى أن أنظمة الذكاء الاصطناعي ذاتها لا يمكن أن تخضع لقواعد الحماية المقررة للعلامات التجارية فإن حماية العلامات التجارية مقيدة للحماية الخاصة بتسويق البرنامج ولكنه يصعب القول أن أنظمة الذكاء الاصطناعي تحمي عن طريق قواعد حماية العلامات التجارية خاصة وأن هذه القواعد متعلقة بموضع حماية المنتجات محل العرض على البرنامج الذكي لفكرة بيعه وهي العلامة التجارية التي تستخدم في التسوق التجارى والتي تعود حقوقها للشركة صاحبة العلامة والتي يمكن ان لا تكون مالكة للبرنامج الذكي نفسه.^٢

وهذا أمر لا ينصب على برنامج الذكاء الاصطناعي تماما خاصة وأن الذكاء الاصطناعي سرقة العلامات التجارية الخاصة ببرنامجه لا تؤثر على حقوق المعارضين عن طريقه إلا لو كان البرنامج ذاته هو محل العرض فإنه يستوجب حينها

^١ - كوثر مازونى الشبكة الرقمية وعلاقتها بالملكية الفكرية رسالة ماجستير كلية الحقوق جامعة بن

يوسف بن خده الجزائر سنة ٢٠٠٥ ص ٢١٢

^٢ - د.نعمان محمد خليل جمعه دروس فى المدخل للعلوم القانونية دار النهضة العربية سنة ١٩٨٠

ص ٣٧٠

عدد خاص - المؤتمر العلمي الدولي الثامن (التكنولوجيا والقانون)

إصباح قاعدة قانونية لحمايته كما أن وضع نظام قانوني يحمي برنامج الذكاء الاصطناعي نفسه وليس علامته التجارية^١ تعد إضافة إلى ان نظام الذكاء الاصطناعي يرتبط بتلك العلامة التجارية إلا ان غرض التسويق التجارى فقط وصداه يستتبط منه ان القواعد المقرره لحماية أنظمة الذكاء الاصطناعي بمقتضى قانون العلامات التجارية لا يمكن تطبيقها لأنه لن يستفيد بحماياتها دون المنتجات المعروضه و التي يلتزم بحمايتها.^٢

ومن ذلك يتبين أن هناك تفرقة جوهرية بين العلامة التجارية للبرنامج المستخدم من ضمن تطبيقات الذكاء الاصطناعي وبين المنتج المعروض خاصة وأن هناك العديد من المنتجات و التي تحمل علامات تجارية محمية ومشهورة يمكن ان تظهر على العديد من تطبيقات الذكاء الاصناعى التي تقوم بالبحث عن نوع منتج معين من خلالها دون تميز إن كانت محمية من عدمه وهل مصرح بإستخدامها من عدمه مما يمثل إعتداء على علامة محمية.

المطلب الثانى

حماية العلامات التجارية المعروضة فى المتاجر الإلكترونية

وصف الباحث الأمريكى "روي أمارا" في مقولته: "إننا نميل إلى المغالاة في تقدير تأثير التكنولوجيا على المدى القريب ونستهين بتأثيرها على المدى البعيد." لقد تغيرت كيفية شراء المنتجات والخدمات بصورة مستمرة على مر السنين. نتيجة التطور الملحوظ لحركة التجارة و التبادل بين التجار و الموزعين والمستهلكين

^١ - راجع د. يعقوب يوسف صرخوه النظام القانونى للعلامات التجارية ،دراسة مقارنة جامعة الكويت

سنه ١٩٩٣ ص ٢١٠

^٢ - G.B.DAVIS introduction to computer in business management. Without publisher 1979 p27

١٥ - الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل التسوق الرقمي عبر أنظمة الذكاء الاصطناعي

إذا نظرنا كيف كان الناس يشتررون المنتجات في القرن التاسع عشر في الوقت الذي تبلورت فيه المبادئ الأساسية لقانون العلامات التجارية.^١

ولا شك أن صورة المتجر التقليدي الذي يقف فيه بائع أو بائعة أمام مجموعة مختارة من البضائع المعروضة في خزائن زجاجية. وحين ذاك، كان البائع يؤدي دور "المُرشِّح" بين المستهلك والمنتجات، والتي كانت في معظمها لا تحمل علامات تجارية. وكان البائع هو الطرف الوحيد في العملية الذي تتوفر به الدراية بما هو معروض من منتجات، وكان عادة ما يسدي المشورة للمستهلك بشأن المنتج الذي يُعد مناسباً للشراء.^٢

وبعد ذلك، ومع بروز أهمية تمييز المنتجات بعلامات تجارية^٣، توفرت بين يدي المستهلك معلومات إضافية بفضل الدلالات المباشرة للعلامات التجارية، سواء كانت الدلالات في صورة خصائص صوتية أو تأثيرات بصرية أو مفاهيمية للعلامات التجارية. وهذا يعني أنه في السوبر ماركت الحديث أو ما يطلق عليه الآن المتجر الإلكتروني حلت العلامات التجارية بفعالية محل بائع الحقبة التقليدية وتولت مهمة التواصل مباشرة مع المستهلكين.^٤ ثم تغيرت عملية الشراء مرة أخرى مع بزوغ التسوق

^١ - james boyle .the puplic domain enclosing the commons of the maind without puplicher or yaer.p206

^٢ - Abdalla Ahmed Abdalla. International Protection of Intelletctual Property Rights In The Light Of Expansion of Electronic Commerce a thesis submitted for the PH.D. Degree of the University of Khartoum 2004p 200

^٣ - د. عماد الحداد ، التجارة الإلكترونية ، مكتبة القراءه للجميع سنه ٢٠٠٥ ص ٥٢

^٤ - د. محمد محمد عبد اللطيف - المسؤولية عن الذكاء الاصطناعي - بحث مقدم للمؤتمر الدولي السنوي العشرون لكلية الحقوق جامعة المنصورة بعنوان الجوانب القانونية و الإقتصادية للذكاء الاصطناعي و تكنولوجيا المعلومات فى الفترة من ٢٣-٢٤/٥/٢٠٢١ ص ٢٣

عدد خاص - المؤتمر العلمي الدولي الثامن (التكنولوجيا والقانون)

على الإنترنت. فقد زادت المنتجات المتوفرة للمستهلك بصورة هائلة، وزادت معها معلومات المنتجات ودراية المستهلك. ومرة أخرى، لا يوجد وسيط بين المستهلك والمنتج؛ فالمستهلك يتحكم بشكل كامل في قرار الشراء.¹

وأوجدت ثورة وسائل التواصل الاجتماعي نماذج جديدة للتأثير على المستهلك، حيث صارت حالات "الإعجاب" التي يبديها أفراد العائلة والأصدقاء عنصراً هاماً في اتخاذ قرارات الشراء. واكتسبت حالات "الإعجاب" أهمية إضافية حين دخل في الساحة الأشخاص المؤثرون "الخارجيون" مثل المشاهير ونجوم الفن.

ومجدداً، تخضع عملية الشراء إلى تغييرات هيكلية، والتي تُعزى . جـلاً . إلى تطبيقات الذكاء الاصطناعي مثل "أمازون أليكسا" و "جوجل هوم"، وروبوتات الدردشة مع المستهلك، وأدوات المساعدة الشخصية على التسوق القائمة عبر الذكاء الاصطناعي، مثل "مونا" و "أمازون داش"، وروبوتات المساعدة القائمة على الذكاء الاصطناعي، مثل "بيبر". ومن نواح عديدة، يمثل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملية الشراء عودة إلى النموذج التقليدي ، مع بعض الاختلافات المهمة.²

وعلى الرغم من أن اعتماد المستهلكين على تطبيقات الذكاء الاصطناعي لا يزال محدوداً نسبياً، إلا أن معظم المستهلكين لا بد أنهم استخدموا دون قصد شكلاً من أشكال تطبيقات الذكاء الاصطناعي، مثل نظام توصية المنتجات الذي يظهر على موقع أمازون (Amazon.com) وغيره من منصات البيع بالتجزئة على الإنترنت.

¹ - د. عماد الحداد ، التجارة الإلكترونية ، مكتبة القراءة للجميع سنة ٢٠٠٥ ص ٥٣

² - MARR: what is intellectual capital ? in journal of international affairs 2007p12

١٥ - الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل التسوق الرقمي عبر أنظمة الذكاء الاصطناعي

وفي هذا السياق، يؤدي تطبيق الذكاء الاصطناعي بشكل فعال دور المُرشح بين المستهلك والمنتج والعلامة التجارية، حيث يقدم توصيات فريدة إلى المستهلك على أساس قرارات الشراء السابقة.^١

وحتى عندما لا يفوض المستهلكون قرارات الشراء إلى تطبيقات الذكاء الاصطناعي، فإن الذكاء الاصطناعي لا يزال يؤثر على الطريقة التي يرى بها المستهلك السوق والمنتجات والعلامات التجارية، حيث أنه، في المتوسط، يوصي تطبيق الذكاء الاصطناعي، مثل "أمازون أليكسا"، المستهلك بثلاثة منتجات عندما يحثه المستهلك على البحث عن منتج ليشتريه. ومن ثم فإن المستهلك هنا لا يعلم بكامل المنتجات المعروضة في السوق، بل تُقدم إليه خيارات محدودة نسبياً من المنتجات ليشتريها، حتى لو كان هو الذي يتخذ قرار الشراء في نهاية المطاف. فالذكاء الاصطناعي يؤدي مجدداً دور المُرشح بين المستهلك والعلامة التجارية.^٢

ولتطبيقات الذكاء الاصطناعي أيضاً آثار مهمة على من يعتبر "المستهلك العادي" في دعاوى انتهاك العلامات التجارية وقضايا المسؤولية المدنية و يثير استخدام الذكاء الاصطناعي في سياق البيع بالتجزئة أسئلة مهمة أيضاً فيما يتعلق بالإعلانات المقارنة واللوائح المتعلقة بالأشخاص المؤثرين فضلاً عن ذلك، يقوم قانون حماية العلامات التجارية

^١ - DR.yaseen al-shazly . Website legal issues. center for legal and economic studies – faculty of la at ain shams university p 3

^٢ - J.read. intellectual capital in business quarterly .1998,p1 SS T.A. stewart intellectual capital. the new welth of organizations in business quarterly.1994 p3

عدد خاص - المؤتمر العلمي الدولي الثامن (التكنولوجيا والقانون)

بشكل أساسي على الحد من مفاهيم الضعف البشري ومواجهة الغش^١ و المنافسة غير المشروعة.^٢

وتتعلق بعض المبادئ الأساسية لقانون العلامات التجارية بجوانب الحد من الضعف البشري، مثل "عدم التذكر الكامل" و"الالتباس" و"تحريف نطق الأسماء التجارية" والتأثير السمعي والمفاهيمي والمرئي، والمقارنة بين العلامات التجارية. وقد ازدادت أهمية هذه الجوانب من قانون العلامات التجارية مع بروز التسوق في السوبر ماركت، ولكنها من المرجح أن تقل أهميتها مع انتشار الذكاء الاصطناعي، وذلك بسبب تقليل خيارات المنتجات، أو الحد من تقليل خيارات المنتجات والعلامات التجارية، التي تقدم للمستهلكين الأفراد.^٣

وعلى الرغم من عدم وجود قضايا على حد علمنا. تناولت بشكل مباشر مسألة الذكاء الاصطناعي والمسئولية عن انتهاك العلامات التجارية، إلا أنه يوجد عدد من القضايا المرفوعة على مدار العقد الماضي أمام محكمة العدل التابعة للاتحاد الأوروبي التي يمكن أن نستعين بها في ضوء هذه التكنولوجيا الجديدة لإلقاء بعض الضوء على هذا المسألة.^٤

ولنا على سبيل المثال قضية أقيمة ضد شركة جوجل فرنسا من شركة لوي فيتون وكانت المسألة بسبب الإعلان باستخدام الكلمات المفتاحية والاختيار التلقائي لهذه

^١ - د. محمد عبد اللطيف - المسئولية عن الذكاء الاصطناعي - بحث مقدم للمؤتمر الدولي السنوي العشرون لكلية الحقوق جامعة المنصورة بعنوان الجوانب القانونية و الإقتصادية للذكاء الاصطناعي و تكنولوجيا المعلومات في الفترة من ٢٣-٢٤/٥/٢٠٢١ ص ٢٥

^٢ - د. محمد عبد اللطيف - المسئولية عن الذكاء الاصطناعي المرجع ص ٥٠

^٣ - Catherine cilston , Kirsty Middleton : Modern intellectual Property law, 2 and edition Cavendish publishing limited London 2004 p256

^٤ - www.mozilla.org/en/-us/mpl/2.0/faq/.acceed:1/8/2018

١٥ - الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل التسوق الرقمي عبر أنظمة الذكاء الاصطناعي

الكلمات المفتاحية في نظام "words Add" الخاص بجوجل، وقررت المحكمة في هذه القضية أن جوجل ليست مسؤولة عن انتهاك العلامة التجارية إلا إذا كانت قد أدت دوراً نشطاً في نظام الإعلان باستخدام الكلمات المفتاحية.^١

وفي قضية لوريا ضد إيباي، والتي تعلقت ببيع السلع المقلدة على سوق "إيباي" على الإنترنت، قررت المحكمة أن موقع "إيباي" لا يعد مسؤولاً عن انتهاك العلامات التجارية إلا إذا كان مدركاً للنشاط المنتهك واستخدمت الحجة نفسها في قضية "كوتي" ضد "أمازون"^٢. ومن ثم يبدو أنه إذا كان مزود تطبيق الذكاء الاصطناعي لديه إجراءات إزالة كافية مثل التي ذكرت في قضيتي "جوجل" و"إيباي"، ولم يكن المزود على علم بالنشاط المنتهك، فإنه لا يعد مسؤولاً عن تعويض صاحب العلامة المنتهكة. ومع ذلك، إذا كان مزود الذكاء الاصطناعي متورطاً بشكل أعمق في أي نشاط منتهك محتمل، تشير القضيتان إلى أن المسؤولية قد تقع حين إذ على عاتق مزود الذكاء الاصطناعي.^٣

ففي قضية "كوزميتيك" و"ريورز المحدودة" و"لاش المحدودة" ضد موقع "Amazon.co.uk" و"أمازون الاتحاد الأوروبي" ذات المسؤولية المحدودة المرفوعة أمام المحكمة العليا في المملكة المتحدة، قررت المحكمة أن "أمازون" مسؤولة عن

^١ - <http://www.Juriscom.net/pro/2resp2000/8/5>

8 December 1990 <http://www.juriscom.Net/jurisfr/lacoste.html>

^٢ - SS.T.A. Stewart intellectual capital. the new welth of organizations in business quarterly. 1994 p22

^٣ - راجع في ذلك بحثنا بعنوان " حماية الملكية الفكرية للمصنعات الرقمية و المسؤولية المدنية لمنظّمى المنصات الإلكترونية" د.وليد محمد وهبه بحث منشور في مجلة كلية القانون جامعة بدر

المجلد ٢ العدد ١ يناير ٢٠٢٣.

عدد خاص - المؤتمر العلمي الدولي الثامن (التكنولوجيا والقانون)

الانتهاكات التي حدثت من جراء استخدام علامات تجارية ككلمات مفتاحية تقود إلى روابط لموقعها لا تحتوي على المنتجات المحمية بالعلامات التجارية المستخدمة، لدرجة أن المستهلك لا يستطيع أن يميز ما إذا كانت المنتجات المعروضة للبيع تخص مالك العلامات أو لا.¹

فضلاً عن ذلك، رُفعت سلسلة من الدعاوى أمام المحكمة الألمانية الاتحادية فيما يخص شركة "أورتلينج سبورتارتیکل ذات المسؤولية المحدودة" وقررت المحكمة بشأنها أن "أمازون" تعد مسؤولة طالما أن الإعلانات على موقع "Amazon.de" تقود إليها كلمة البحث أورتلينج "Ortlieb" على أساس استخدامها في أوصاف المنتجات وكذلك على أساس السلوك السابق للمستهلكين، وهو جانب مهم من جوانب تطبيقات الذكاء الاصطناعي. وكان المنطق الذي استندت إليه المحكمة في قرارها هو أن المستهلكين "استُدجوا" بطريقة تجعلهم يتوقعون أن منتجات أورتلينج "فقط" هي المعروضة للبيع.² وقد تكهن البعض، وأبرزهم الفقيه الأمريكي "ماركوس روفينين" في مدونة "آي بي كات"، بأن هذا المنطق من الممكن أن ينطبق أيضاً على ما يسمى بإعلانات قوائم المنتجات على الإنترنت حيث يعرض محرك البحث المنتجات بشكل نشط بناء على سلوكيات البحث السابقة، وهو ما يشبه سلوكيات الشراء السابقة للمستهلكين، وذلك من أهم الموارد التي تستقي منها تطبيقات الذكاء الاصطناعي اقتراحات الشراء وقراراته.³ مما يثير استخدام الذكاء الاصطناعي في سياق البيع بالتجزئة أسئلة مهمة أيضاً فيما يتعلق بالإعلانات المقارنة واللوائح المتعلقة بالأشخاص المؤثرين. فبطبيعة الحال، يعتبر تطبيق الذكاء الاصطناعي، مثل "أمازون أليكسا"، نظير "الشخص المؤثر".

¹ - MARR: what is intellectual capital ? in journal of international affairs 2007 p8

² - J.read. intellectual capital in business quarterly . 1998,p30

³ - legalis.net,http ://www.legalis.net/jnet/decisions /responsabilité/ ord 0698 htm; CA.

T.G.I. Paris, (ord. ref.) 9 juin 1998:

١٥ - الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل التسوق الرقمي عبر أنظمة الذكاء الاصطناعي

وفي المتوسط، يوصي "أليكسا" المستهلك بثلاثة منتجات محتملة ليشتريها، وهي عادة ما تكون العلامة التجارية الرائدة، والعلامة التجارية الخاصة بـ"أمازون"، ومنتج متأثر بقرارات الشراء السابقة للمستهلك. حتى لو كان تطبيق الذكاء الاصطناعي نفسه غير مفوض باتخاذ قرار الشراء، فإنه بطبيعة الحال "يؤثر" على هذا القرار.^١ فضلاً عن ذلك، في قضية "إنترفلورا" ضد جوجل التي تتناول الإعلان بالكلمات المفتاحية والمرفوعة في المملكة المتحدة، رغم أن القاضي "أرنولد" لم يبت في نهاية المطاف في مسألة الإعلان المقارن، إلا أنه أعرب عن استغرابه لأن جهة الدفاع لم تتذرع بتوجيه الاتحاد الأوروبي بشأن الإعلان المضلل والمقارن^٢ ربما إذا رفعت قضية بخصوص استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلان المقارن ستعالج هذه المسألة مباشرة.^٣

وبذلك ومن كل ما سبق يتبين مدى الدور البارز لحماية العلامات التجارية لأنظمة الذكاء الاصطناعي حيث بدأ واضع السياسات حول العالم في فهم الآثار واسعة النطاق للذكاء الاصطناعي على الاقتصاد والمجتمع، بدأت الويبو ودولها الأعضاء في التفاعل بشأن جوانب الذكاء الاصطناعي التي تخص الملكية الفكرية، سواء من حيث تأثيره على إدارة الملكية الفكرية أو على سياساتها.^٤ ومن كل ما سبق يتبين لنا السؤال الهام وهو لماذا ينال برنامج **GPT**؛ الذكاء الاصطناعي أهمية الاستخدام في التجارة الإلكترونية؟ و الذي تتبين إجابته من انه:-

^١ - SS.T.A. Stewart intellectual capital. the new wealth of organizations in business quarterly. 1994 p25

^٢ - (التوجيه ١١٤، ٢٠٠٦/EC).

^٣ - <http://www.omanlegal.net/vb/showthread.php?t=256>, Volontaire ment entrave le fonctionnement d'installation informatiques TGI, Paris, 22 mai 2000 ligue internationale contre

^٤ - <http://www.islammemo.cc/akhbar/arab/2010/06/23/102465.html>

عدد خاص - المؤتمر العلمي الدولي الثامن (التكنولوجيا والقانون)

حيث يمكنه أن يقوم بعملية تحليلات البيانات ويقوم برنامج الذكاء الإصطناعي مفتوح المصدر **GPT**؛ بتحليل البيانات لفهم سلوك العملاء وكشف الاتجاهات والعرض والطلب والاتجاهات في قطاع الإعلان بالإضافة الى انه يعمل على تحليل العملاء المتوقعين و يمكن لـ **GPT** تحليل بيانات العملاء وتقديم توصيات إعلانية بناءً على سلوك الشراء السابق ومعلومات التسجيل وسجل البحث وما إلى ذلك.

ويمكن أيضا لبرنامج الذكاء الإصطناعي مفتوح المصدر **GPT4** تحديد كائنات الإعلانات الذكية وذلك من خلال إنشاء كائنات إعلانية ذكية تلقائيًا لزيادة التفاعل ، مع عوامل مؤثرة مثل العمر والجنس والموقع الجغرافي والاهتمامات. بالإضافة الى تحسين الإعلانات وذلك باستخدام التعلم الآلي للتنبؤ بأداء الحملات الإعلانية استنادًا إلى البيانات السابقة، و استخدام الخوارزميات لتحسين الحملات الإعلانية ، بدءًا من شكل الإعلان وتحديد المواقع والتسعير ومحتوى الإعلان.

بالإضافة الى انه يمكن لـ **GPT**؛ أيضًا تتبع نتائج الإعلانات وإعادة تحسين الحملات بمرور الوقت. وذلك من خلال إمكانية التعلم العميق فيمكن لـ **GPT** استخدام التعلم العميق لتحليل الصور ومقاطع الفيديو لتحديد المحتوى الإعلاني المناسب والفعال. ويتبين أنه باستخدام هذه التقنيات ، يمكن أن تساعد **GPT** المعلنين على تحسين حملاتهم لزيادة الكفاءة وتوفير التكاليف وزيادة المبيعات.

المبحث الثاني

حماية العلامات التجارية في الدومين الإلكتروني

انتشرت ظاهرة القرصنة التي تعرضت لها العلامات التجارية المشهورة . وقد أثار ذلك التساؤل عن مدى أحقية صاحب العلامة المشهورة في منع الغير من اتخاذها كأسم

١٥ - الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل التسوق الرقمي عبر أنظمة الذكاء الاصطناعي

دومين . كما أثار استخدام العلامات التجارية في الإنترنت التساؤل بشأن كيفية تسوية المنازعات المتعلقة بتسجيل واستخدام اسم الدومين بشكل قد يتعارض مع حقوق أصحاب العلامات التجارية^١. وإنما سوف نقسم هذا المبحث على مطلبان الأول أنظمة الحماية الدولية لأسماء الدومين الإلكتروني و الثاني الاتجاهات الموحدة لتسوية منازعات الدومين الإلكتروني وذلك على النحو التالي:-

المطلب الاول

أنظمة الحماية الدولية لأسماء الدومين الإلكتروني

هناك مستويين لاسماء الدومين هما :

١- المستوى العالى لأسماء الدومين : Top Level Domains

ويتفرع المستوى العالى لأسماء الدومين بدوره إلى فرعين: الفرع الأول يطلق عليه (generic Top Level Domains (GTLDS) :- وهو يرتكز على تقسيم المستوى العالى لأسماء الدومين تقسيما نوعيا بحسب طبيعة النشاط إلى سبعة طوائف (بحسب التقسيم القديم سنة ١٩٩٠) وهي:^٢ .edu , .gov , .mil , .int , .org , .net , .com . وقد أضيف إلى هذا التقسيم النوعي سبعة طوائف أخرى سنة ٢٠٠١ وهي : .museum , .pro , .info , .coop , .name , .biz , .aero . أما الفرع الثاني من المستوى العالى لأسماء الدومين ويطلق عليه country code Top Level Domains (CCTLDS) :-

و هو يرتكز على تقسيم المستوى العالى لأسماء الدومين تقسيما جغرافيا . وهناك عدد يزيد على ٢٤٠ اسما تدخل في إطار هذا التقسيم الجغرافي للمستوى العالى لأسماء

^١ - J. Delcker, Europe divided over robot personhood available at <https://www.politico.eu/article/europe-divided-over-robot-ai-artificial-intelligence-personhood/> ANOSCH DELCKE ANOSCH DELCKER JANOSCH DELCKERR
^٢ -<http://www.telecom.gouv.fr/internet/respon.html>;Murielle-Isabelle.Cahen

عدد خاص - المؤتمر العلمي الدولي الثامن (التكنولوجيا والقانون)

الدومين ، فعلى سبيل المثال فإن الاسم fr. يدل على فرنسا ، بينما يدل الاسم eg. على مصر ، والاسم ca. يدل على كندا ، وهكذا ...

٢- المستوى الثاني لأسماء الدومين Second Level Domains

ويقع هذا المستوى الثاني لأسماء الدومين على يسار المستوى العالي لأسماء الدومين، ففي المثال السابق الذى عرضناه وهو: www.wipo.int فإن المستوى الثاني لاسم الدومين هو wipo. والمستوى الثاني لاسم الدومين هو الأداة الرئيسية التى تمكن مستخدم الشبكة من التعرف على الموقع. ويعكس هذا المستوى القيمة المالية لأسماء الدومين.^١

*ظاهرة القرصنة التى تعرضت لها العلامات التجارية المشهورة والحلول التى اقترحت لعلاجها:

- تعرضت العلامات التجارية المشهورة لعمليات قرصنة عن طريق تسمية عدد من المواقع بأسماء دومين تطابق أو تشابه علامات تجارية مشهورة وتسجيلها بقصد منع أصحاب هذه العلامات من تسجيل أسماء دومين لمواقعهم على الشبكة تطابق علاماتهم التجارية المشهورة ، وابتزازهم إذا رغبوا فى الحصول على تلك الأسماء عن طريق طلب مبالغ مالية باهظة مقابل التنازل عنها من المعتدين وقد اطلق على هذا النوع من الاعتداء على العلامات التجارية اصطلاح cybersquatting.

* ولإصلاح هذا الوضع فقد انشئت فى سنة ١٩٩٨ مؤسسة خاصة لا تهدف إلى تحقيق الربح يعهد إليها بالاشراف على نظام أسماء الدومين وتسجيلها وسميت هذه

^١ - DR.yaseen al-shazly . Website legal issues. center for legal and economic studies – faculty of la at ain shams university p 3

^٢ - DR.yaseen al-shazly . Website legal issues. center for legal and economic studies – faculty of la at ain shams university p4

١٥ - الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل التسوق الرقمي عبر أنظمة الذكاء الاصطناعي

المؤسسة: The Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) وقد حلت هذه المؤسسة محل الهيئة الحكومية التي كانت تتولى الإشراف على تسجيل أسماء الدومين من قبل ^١.

وقد طلبت الإدارة الأمريكية المعنية بشؤون التجارة The US Department of Commerce المشورة من المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) لوضع نظام موحد يمكن قبوله على المستوى الدولي لتنظيم أسماء الدومين وتسوية المنازعات المتعلقة بالتداخل بينها وبين العلامات التجارية. وبالإضافة إلى ذلك فقد طلبت الدول الأعضاء في الويبو إعداد دراسة حول هذا الموضوع واقتراح الحلول الملائمة لمعالجة المشكلات التي ظهرت في التطبيق فيما يتعلق بالتداخل بين أسماء الدومين والعلامات التجارية.^٢

* وقد أعدت الويبو دراسة تفصيلية حول هذا الموضوع بعد استطلاع آراء المتخصصين في العديد من الدول الأعضاء وأسفرت الدراسة عن مجموعة من التوصيات واقتُرحت نظاما لتسوية المنازعات المتعلقة بأسماء الدومين والعلامات التجارية تضمنه تقريرها الذي نشر في ٣٠ أبريل سنة ١٩٩٩، وتضمنت أهم التوصيات الواردة بتقرير الويبو مايلي:^٣

١- التأكيد على ضرورة تقديم طالب تسجيل اسم الدومين لكافة البيانات الخاصة بالتعرف عليه والاتصال به.

^١ - DR.yaseen al-shazly . Website legal issues. center for legal and economic studies – faculty of la at ain shams university p5

^٢ - Catherine cilston , Kirsty Middleton : Modern intellectual Property law, 2 and edition Cavendish publishing limited London 2004p 116

^٣ - LOAI El-shwarbi . agreement establishing the world trad organization . center for legal and economic studies – faculty of la at ain shams university p 4

عدد خاص - المؤتمر العلمي الدولي الثامن (التكنولوجيا والقانون)

٢- عدم تسجيل أسماء دومين تماثل العلامات التجارية المشهورة أو المعروفة جيدا، إلا إذا كان طالب التسجيل هو صاحب العلامة ، أو كان التسجيل بموافقتة.^١

٣- أن يطلب من المتقدم لتسجيل اسم الدومين اتباع إجراءات التقاضي والوسائل البديله لتسوية المنازعات المتعلقة بأسماء الدومين .

٤- أن يقبل طالب التسجيل السياسة الموحدة لتسوية المنازعات Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy ((UDRP التي يتم اعتمادها ، وهي تنظم إجراءات فض المنازعات المتعلقة بأسماء الدومين بطريقة عملية ومبسطة.^٢

وإن غالبية هذه الشروط بمثابة عقود إلكترونية بتوضع كبنود تعاقدية بتظهر للمستخدم حين قيامه بعملية تسجيل الدخول على التطبيق الخاص بالمستخدم عبر تقنية الذكاء الاصطناعي وفي غالبية الاحوال يلتزم المستخدم بالموافقة على هذه البنود بالضغط على زر الموافقة Agree وإلا سوف يقوم الموقع من حرمانه من التسجيل ومنع دخوله مما سوف يترتب عليه عدم قدرته على استخدام التطبيق . كما أن مثل هذه الشروط بتوضع أيضا للمبرمجين وأصحاب التطبيقات الرقمية حين تسجيلها للتطبيق بهدف حماية أصحاب الحقوق من الإعتداء على حقوقهم وبهدف تحقيق مبداء الشفافية و الإفصاح للمستخدم وحمايته من تعرض بياناته الخاصة التي يستخدمها للتسجيل من الإعتداء أو تهديد يقع بإبتزازه إلكترونيا.

^١ - LOAI El-shwarbi . agreement establishing the world trad organization . center for legal and economic studies – faculty of la at ain shams university p 8

^٢ - A. Santosuosso, et al., “Robots, market and civil liability: A European perspective”, IEEE RO-MAN: The 21st IEEE International Symposium on Robot and Human Interactive Communication, 2012, P. 6.

١٥ - الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل التسوق الرقمي عبر أنظمة الذكاء الاصطناعي

وجدير بالذكر أن المشرع في التشريعات الحديثة في ظل التحول الرقمي الملحوظ حولنا و الطفرة التكنولوجية السريعة و الغير متوقفه بدء بالأخذ بوضع مفهوم قانوني للتصرفات التي تتم عبر أنظمة الذكاء الاصطناعي و الاعتراف بها كونها تصرفات قانونية صحيحة وناجزة ونافذه بين أطرافها وأمام الجهات الرسمية.

المطلب الثاني

الاتجاهات الموحدة لتسوية منازعات الدومين الإلكتروني

Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (UDRP)

ال (ICANN) هي الجهة التي تشرف على تنفيذ السياسة الموحدة التي وضعت لتسوية المنازعات المتعلقة بأسماء الدومين (UDRP) وهي تتضمن تسوية منازعات أسماء الدومين عن طريق التحكيم بالطريق الإلكتروني من خلال مركز الويبو للتحكيم والوساطة أو عن طريق أحد مقدمي الخدمة المعتمدين.^١

وتتناول السياسة الموحدة إجراءات نظر طلب التحكيم كلما يدعى صاحب علامة تجارية وقوع اعتداء على علامته وتسجيلها كاسم دومين بمعرفة الغير بسوء نية ، أو تسجيل علامته بشكل يتضمن تعديا على حقوق صاحب العلامة بطريقة تعسفية.^٢

تتضمن السياسة الموحدة تشكيل لجنة تحكيم إدارية administrative panel (تتكون عادة من محكم واحد) تنتظر الشكوى المقدمة من المدعى والرد عليها من المدعى عليه ثم تقرر الفصل في النزاع بالطريق الإلكتروني في مدة نقل عن ٥٠ يوما. وترسل اللجنة قرارها المتضمن الفصل في النزاع إلى مركز الويبو للتحكيم والوساطة الذي يحيله بدوره إلى طرفي الخصومة والجهة التي تمسك السجل

^١ - Holtgrewe, Ursula (2004). "Articulating the Speed(s) of the Internet: The Case of Open Source/Free Software 10/3/ 2020

^٢ - www.mozilla.org/en/-us/mpl/2.0/faq/.acceed:1/8/2018

عدد خاص - المؤتمر العلمي الدولي الثامن (التكنولوجيا والقانون)

والـ ICANN . وتتولي الجهة التي تمسك السجل تنفيذ قرار لجنة التحكيم فى شأن النزاع^١.

ويتضمن القرار الصادر من لجنة التحكيم فى النزاع إما بقاء اسم الدومين مع من سجل باسمه ، أو الحكم بعدم أحقيته فى استخدام اسم الدومين وفى هذه الحالة يتضمن الحكم تحويل اسم الدومين إلى صاحب العلامة التجارية ، ولا تتجاوز المدة التى يتم تسوية المنازعة خلالها بمعرفة مركز الويبو للتحكيم والوساطة شهرين^٢. على ان يلتزم كل من يتقدم لتسجيل اسم دومين يجب عليه قبول الخضوع لهذه الإجراءات المتعلقة بتسوية النزاع وفقاً للسياسة الموحدة إذ يتعهد بذلك ضمن شروط العقد الذى يبرمه لتسجيل اسم الدومين مع الجهة التى تتولى التسجيل^٣.

المبحث الثالث

المسئولية القانونية للذكاء الاصطناعى و القانون واجب التطبيق عليها

إن مشكلة تحديد القانون الواجب تطبيقه تنشأ إذا أخذنا فى الاعتبار عدم صلاحية قوانين العلامات التجارية الوطنية للتطبيق على تلك المنازعات على اعتبار أنها قوانين ذات صبغة محلية لا تسرى خارج الحدود الاقليمية للدولة المعنية ، بينما لا يرتبط استخدام أسماء الدومين بالحدود الجغرافية لأي دولة. وإنما سوف نتناول هذا المبحث على مطلبان الأول المسئولية القانونية عن أضرار الذكاء الاصطناعى و الثانى القانون واجب التطبيق علي منازعات الملكية الفكرية الرقمية و ذلك فى الأتى:-

^١ - http://www.legalis.net/jnet/decisions/responsabilité/ord_0698.htm; CA. T.G.I. Paris, (ord. ref.) 9 juin 1998

^٢ - <http://digital-law-online.info/lpdi1.0/treatise19.html> Copyright of comp -uter Programs

^٣ - <http://www.f-law.net/nedex.php>

المطلب الاول

المسئولية القانونية عن أضرار الذكاء الاصطناعي

يعتبر الذكاء الاصطناعي من المصطلحات الحديثة نسبيا في المجال القانوني وعلى المستوى الاجتماعي مفهوم الذكاء الاصطناعي ليس متداول وانه يشير الى النماذج الحديثة في استخدام الآلة في الحياة العملية فإننا الان لا نستخدم الحاسوب او الادوات التكنولوجية المعروفة في السابق^١، و التي بتتم إدارتها بواسطة الانسان العادى ومن خلالها يمكن ان يظل الخطأ البشري متوافر طالما ان الانسان هو الذى يوجه استخدامات الآلة فلتقضى الخطأ البشرى أصبح الان الاهتمام باستخدام الآلة نفسها او بمعنى اضق اعتماد الآله على نفسها بعد برمجتها باللازم عملة وتوضيح الرؤية بكافة صورها وحالتها للألة و إعطائها البرمجة اللازمة لتوفير القدرة على التصرف وإيجاد حل للمشكلات.^٢

وهذا بطبيعة الحال ييتمثل في استخدام الروبوت و البرامج مفتوحة المصدر فأصبحت الروبوتات الان تستخدم وكائنها تعمل كمساعد للإنسان في إنهاء واجبات عملة اليومية فأصبح هناك روبوت طبي وهناك روبوت قانونى وفي غالبية التخصصات للمساعدة في إنهاء المهام العملية وبيان الاولويات المهنية.^٣

وكان الهدف من ذلك هو الدخول بفاعلية في التطور التقنى المتجه إلية العالم لخدمة الانسان والارتقاء بالجنس البشرى وتجنب الاخطاء الشائعة ولما يمكن ان يوفره الانسان في استخدامه لهذه الروبوتات من طاقة وساعات عمل اكبر وتوفير للجهد

^١ - Available: <https://www.britannica.com/biography/Marvin-Lee-Minsky>
J. McCarthy, What Is Artificial Intelligence?, 2007, p.2

^٢ - د. محمد عبد اللطيف - المسئولية عن الذكاء الاصطناعي - بحث مقدم للمؤتمر الدولى السنوى العشرون لكلية الحقوق جامعة المنصورة بعنوان الجوانب القانونية و الإقتصادية للذكاء

الاصطناعي و تكنولوجيا المعلومات فى الفترة من ٢٣-٢٤/٥/٢٠٢١ ص ٢٥

^٣ - Catherine cilston , Kirsty Middleton : Modern intellectual Property law, 2 and edition
Cavendish publishing limited London 2004 p218

عدد خاص - المؤتمر العلمي الدولي الثامن (التكنولوجيا والقانون)

وتحقيق فاعلية وجودة أعلى وتفادى الاخطاء البشرية الشائعة او التقليدية وتحقيق ساعات عمل أكبر وقدر من الجودة والانجاز افضل.^١

إنما يثور التساؤل ما مدى المسؤولية القانونية المترتبة عن الافعال التي ترتكب بواسطة الذكاء الاصطناعي الروبوت سواء جنائية او مدنية، وبالرغم من إختلاف الراى على مدى إكتساب الربوت للشخصية القانونية من عدمة للوقوف على مدى توافر المسؤولية القانونية إلا أنه يتوجب على المشرع قبل إزدياد العمل بالذكاء الإصطناعي أن يتدخل لوضع إطار قانونى من المسؤولية القانونية للذكاء الإصطناعي.^٢

ولقد استقر غالبية الفقة وبعض الاحكام القضائية الحديثة والتي نظرت بصورة نسبية القضايا المتعلقة بمنازعات الذكاء الإصطناعي بتوافر المسؤولية المدنية من خطأ وضرر وعلاقة سببية ذلك فى حالة ارتكاب الروبوت اضرار بالغير فإنه يعتبر مملوك لصاحبه مثله مثل الاموال والتي يمكن ان يتم الحجز عليه تعويضا عن قيمة الضرر المتحقق.^٣

كما ان المسؤولية يمكن ان تكون مشتركة بين مبرمج او مستخدم او القائم بإدارة نظام عمل الروبوت وبين الروبوت ذاته حيث ان مصدر أوامر الروبوت يجب ان يكون

^١ - نائل على المساعده أركان الفعل الضار الإلكتروني فى القانون الاردنى بحث منشور بمجلة الشريعة والقانون المجلد ٣٢ العدد ١ سنة ٢٠٠٥ ص ٢١٢

^٢ - د.محمد محمد عبد اللطيف - المسؤولية عن الذكاء الإصطناعي - بحث مقدم للمؤتمر الدولي السنوى العشرون لكلية الحقوق جامعة المنصورة بعنوان الجوانب القانونية و الإقتصادية للذكاء الإصطناعي و تكنولوجيا المعلومات فى الفترة من ٢٣-٢٤/٥/٢٠٢١ ص ٢٦

^٣ - د.عايد رجا الخليفة. المسؤولية التقصيرية للذكاء الإصطناعي - و المسؤولية الناشئة عن إساءة استخدام أجهزة الحاسوب والإنترنت - دراسة مقارنة -

<http://www.abjjad.com/book/2177434025>

١٥ - الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل التسوق الرقمي عبر أنظمة الذكاء الاصطناعي

حريص في ان الروبوت في تنفيذه لهذه الاوامر لن يكون لديه سلطة تقديرية وانما سوف يلتزم بأدائها حتى لو تحقق عن ذلك إضرار بالغير^١. وفي حق الجرائم التي ترتكب بواسطة الروبوت فبعض الدول اتجهت الى وضع أنظمة عقابية لتجريم حوادث السيارات ذاتية القيادة عن طريق قياس نسبة الخطأ وبيان المتسبب الفعلى في الحادث كما ان هناك مسؤولية مدنية على المتحكم و المبرمج في حال حدوث عطل فني نتيجة عدم الحرص في واجبات العمل لبرمجة الروبوت او نظام عمله^٢. كما أن المسؤولية القانونية للروبوت نفسة متوافرة حتى ولو كان آلة وليس لديه اهلية ادراك فمن الممكن المعاقبة بمنع استخدام الروبوت او تدميره اذا كانت طريقة تصنيعة او نظام عمله قد يضر بالبشرية او يؤذى المجتمع او يلوث البيئة^٣.

واننا هنا لن يسعنى الحديث فى السرد عن مدى المسؤولية القانونية المدنية والجنائية الناشئة عن استخدام الذكاء الاصطناعي حيث ان هذا بحث مطول ولا نريد الخوض فيه حتى لا نخرج عن موضوع بحثنا ونكتفى بالإشارة ان الاراء القانونية قد أكدت على إمكانية تطبيق مسؤولية مدنية على أنظمة الذكاء الاصطناعي ومبرمجياها

^١ - د.عايد رجا الخلايلة. المسؤولية التقصيرية للذكاء الاصطناعي - و المسؤولية الناشئة عن إساءة استخدام أجهزة الحاسوب والإنترنت - دراسة مقارنة - <http://www.abjjad.com/book/2177434025>

^٢ - د.عايد رجا الخلايلة. المسؤولية التقصيرية للذكاء الاصطناعي - و المسؤولية الناشئة عن إساءة استخدام أجهزة الحاسوب والإنترنت - دراسة مقارنة - <http://www.abjjad.com/book/2177434025>

^٣ - د.محمد حسام محمود لطفى . التأثيرات القانونية للعولمة فى مجال الملكية الفكرية-المؤتمر السنوى السادس كلية الحقوق جامعة المنصورة ٢٦-٢٧/٣/٢٠٠٢ ص٣٧. د.عبد المهدي كاظم ناصر . المسؤولية المدنية لوسطاء الإنترنت بحث منشور مجلة القادسية للقانون والعلوم السياسية العدد الثانى المجلد الثانى كانون الاول ٢٠٠٩ ص٤٦٥

عدد خاص - المؤتمر العلمي الدولي الثامن (التكنولوجيا والقانون)

ومدخلى البيانات و وسطاء المعلومات للموقع المستخدم لعرض المنتجات التي تنتهك حقوق العلامات التجارية للمنتجات المعروضة حيث ان المسؤولية القانونية دائما بتطور مع تطور التكنولوجيا فى الاستخدامات الحديثة.

المطلب الثانى

القانون واجب التطبيق علي منازعات الملكية الفكرية الرقمية

تتعدد صور الإعتداء على حقوق الملكية الفكرية على المستوى الدولي^١، إذ أبرز التطور التقني وسائل جديدة لإستغلال المصنفات الفكرية ، فظهرت أنواع جديدة من المصنفات هي المصنفات الرقمية و التطبيقات الإلكترونية ، بحيث يكون المصنف الموجود على شبكة الإنترنت مطابق تماماً للأصل ومع إستخدام الأقمار الصناعية توسيع مجال شبكات الإتصالات و الإنترنت أصبح بالإمكان نشر العديد من المصنفات و المنتجات في حين أنها مشمولة بحقوق الملكية الفكرية دون إذن مالكيها أو إعطائه المقابل المادي لذلك^٢.

ولم يتوقف الامر إلى نشر المصنفات بطريقة تقليدية عبر شبكة الإنترنت، حيث أصبح بالإمكان تحميل مجموعة من التطبيقات على الهواتف المحمولة تعرض بيع مجموعة من السلع و المنتجات و التسويق إليها وتقدم خدمة شرائها، و

^١ - د. عبد المهدي كاظم ناصر . المسؤولية المدنية لوسطاء الإنترنت بحث منشور مجلة القادسية

للقانون والعلوم السياسية العدد الثانى المجلد الثانى كانون الاول ٢٠٠٩ ص ٣٤٦

^٢ - د. وليد أحمد محمد أمين تسجيل العلامات التجارية دولياً وفقاً لنظام مدريد. دار النهضة العربية. ط١

سنة ٢٠٢١ ص ٧٣٠

١٥ - الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل التسوق الرقمي عبر أنظمة الذكاء الاصطناعي

تنشأ بالفعل شبكات تدير مثل هذه التطبيقات وتسخر مجموعة من الموظفين و المندوبين للقيام بهذه العملية^١، وتوصيل هذه المنتجات و السلع للمنازل الخاصة بالعملاء لمثل هذه التطبيقات ويتقاضوا على ذلك أجرا وإن كانوا بيقوموا بالإتفاق مع هذه المتاجر إلا أنهم لم يحصلوا على تصريح باستخدام العلامة التجارية المحمية^٢. كما أن ظاهرة التحول الرقمي أدت الى ظهور منشآت وهمية تقوم بمجموعة من الأنشطة التجارية وأصبحت متاجر إلكترونية وشركات إلكترونية تتخذ لنفسها موقع وهي ثم تقوم بعرض منتجاتها ونتيجة هذا التطور ينخدع المستهلكين المتعاملين معهم^٣ وإن كان بالفعل المشرع أدرك هذه الظاهره و لو بصورة بسيطة في تحديثات قوانين الشركات و قوانين حماية المستهلك إلا انها لم تشمل من ضمن قوانين الملكية الفكرية من إعتداء على العلامات التجارية كما لم تشمل ضمن قوانين المنافسة غير المشروعة. وإن إنتشار هذه الظاهره من الأفعال الغير قانونية يمكن أن يسبب أضراراً مادية و معنوية لأصحاب هذه العلامات، ويمكن أن يفقد الثقة بين أصحاب هذه

١- د.يسار فواز رجائي. أثر الإتفاقيات الدولية في تكريس مبداء حماية العلامات التجارية "دراسة في دعوى المنافسة غير المشروعة" مجلة العلوم القانونية و الإقتصادية كلية الحقوق جامعة عين شمس يوليو ٢٠٠٨ العدد الثاني السنة التاسعة و الأربعون ص ٤٣٥

٢ - د.محمد حسام محمود لطفى . التأثيرات القانونية للعولمة في مجال الملكية الفكرية-المؤتمر السنوى السادس كلية الحقوق جامعة المنصورة ٢٦-٢٧/٣/٢٠٠٢ ص ٥١.

٣- سيمافيد هاناثان ، ترجمة حازم حسن صبحي ، حق الملكية الفكرية الإنجازات والتجاوزات ، منشورات المكتبة الأكاديمية، ٢٠٠١ ، ص ٤٣ د.عبد العزيز فتحى العلوانى . أثر التجارة الإلكترونية على حماية حقوق الملكية الفكرية رسالة دكتوراه بكلية الحقوق جامعة عين شمس ٢٠١٨ ص ٥٦٩

عدد خاص - المؤتمر العلمى الدولى الثامن (التكنولوجيا والقانون)

العلامات وبين المستهلكين خاصة بعد ظهور العديد من الجرائم نتيجة الممارسات غير المشروعة التى حدثت مستغلة فى ذلك التطور التكنولوجى الملحوظ.^١ و جدير بالملاحظة أن عرض المنتجات على المتاجر و التطبيقات الإلكترونية بصورة تبين علامتها التجارية وإن كان يفيد موافقة صاحب المنتج كونه صاحب العلامة ولكن يثير الشك فى حال إذا ما كانت هذه العلامة عليها تنازع بين مجموعة من التجار و التطبيق عرض المنتج الذى سرق العلامة كما ان عرض التطبيق للعلامة مع المنتج بيمثل إحدى صور التراخي الناقص بإستخدام العلامة وهو ما عرف بأنه السماح للغير بإستعمال العلامة مده معينة يتفق عليها نظير أجر معلوم ودون إلتزام من المرخص.

وإن هذا الترخيص لا ينشئ أى إلتزام فى ذمة صاحب العلامة الذى يسمح للغير بإستعمالها ويعتبر الترخيص الناقص صحيحاً ما لم يترتب عليه وقوع الجمهور فى لبس أو خداع^٢. كما إن الذى يجمع بين هذه الأفعال غير المشروعة جميعها هو أن الضرر الناتج عنها يمكن أن ينتشر فى أجزاء عديدة من العالم فى وقت واحد، فضلاً عن أن إرتكابها يتم فى دولة أو دول مختلفة.

وبالتالى فإن الذى ينطبق عليها هو قانون العلاقات الخاصة الدولية علماً بأن القانون المتفق علي تطبيقه علي هذه الأفعال فقهاً وقضاء هو قانون محل الفعل المنشئ للإلتزام، باعتبار أنها من الأفعال المشكلة للإلتزامات غير التعاقدية وهذا القول يجعل

^١ - د. وليد أحمد محمد أمين تسجيل العلامات التجارية دولياً وفقاً لنظام مدريد. دار النهضة

العربية. ط١ سنة ٢٠٢١ ص ٧٣٢

^٢ - د. حسام الدين عبد الغنى الصغير. الترخيص بإستعمال العلامة التجارية . القاهرة. ١٩٩٣. ص ٥٢

١٥ - الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل التسوق الرقمي عبر أنظمة الذكاء الاصطناعي

من الصعوبة الإعتماد على هذا المبدأ لعدم سهولة تحديد المحل الذي وقع به الفعل المنشئ للإلتزام في ظل التطور التقني الحادث في العالم اليوم.^١ فمن ناحية أولى : يصعب تحديد محل وقوع الفعل الضار لإعتماد تقنيات الإتصال الحديثة على تقنية الأقمار الصناعية^٢ الموجودة بالفضاء الخارجي غير الخاضع لقانون دولة بعينها فضلاً عن إسهام جهات عديدة في توصيل الخدمة وتفرقها بين عدة دول.^٣

ومن ناحية ثانية : يصعب كذلك تحديد مكان وقوع الضرر لإعتماده كضابط إسناد لتحديد القانون الواجب التطبيق نسبة لإمكانية تحقق وقوع الضرر في دول عديدة^٤. فعند التعدي علي ملكية فكرية ونشرها عبر وسائط التقانة الحديثة مثل الانترنت فيصعب في هذه الحالة تحديد مكان وقوع الفعل الضار لانتشاره عبر رقعة واسعة قد تشمل الكرة الارضية بأسرها ، علما بانه في الوقت الراهن ظهرت الهواتف الذكية التي تمكن من الدخول لشبكة الانترنت .^٥

^١ - د.رامى إبراهيم حسن الزواهره . أثر النشر الرقمي للمصنفات على الحقوق الأدبية و المالية

للمؤلف "دراسة مقارنة" رسالة دكتوراه كلية الحقوق جامعة عين شمس ٢٠١٠ ص ٢٨٠

^٢ - د.عبد العزيز الزعابي، القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الإلكترونية بحث منشور عبر الإنترنت على الموقع <http://az-advocates.com/wpcontent/uploads/2020/9> :

^٣ - د.عبد المهدي كاظم ناصر . المسؤولية المدنية لوسطاء الإنترنت بحث منشور مجلة القادسية

للقانون والعلوم السياسية العدد الثاني المجلد الثاني كانون الاول ٢٠٠٩ ص ٢١٨

^٤ - د.عبد العزيز فتحى العلوانى . أثر التجارة الإلكترونية على حماية حقوق الملكية الفكرية رسالة

دكتوراه بكلية الحقوق جامعة عين شمس ٢٠١٨ ص ٥٧٢

^٥ - د.رامى إبراهيم حسن الزواهره . أثر النشر الرقمي للمصنفات على الحقوق الأدبية و المالية

للمؤلف "دراسة مقارنة" رسالة دكتوراه كلية الحقوق جامعة عين شمس ٢٠١٠ ص ٩٢

عدد خاص - المؤتمر العلمي الدولي الثامن (التكنولوجيا والقانون)

فعلي سبيل المثال اطلقت شركة (سامسونج) جيلا من الهواتف الذكية لا يوجد فرق بينه وبين اجهزة الحاسوب المحمول ، فضلا عن ان بعض الجهات اطلقت برامج مثل البرنامج المعروف بـ what'sapp واخر بـ mobilmarket وغيرها من تطبيقات التواصل الإجتماعي التي تملكها فيما بعد شركة "ميتا فيرس" لتسيطر على أدوات الإتصال مفتوحة المصدر تمهيدا لإنطلاق العالم الافتراضي ومن بعدها اطلقت شركة "GOOLE" تطبيق "بلاك بيرد" لكي تنافس به تطبيق الذكاء الاصطناعي CHAT GPT و الذي صدر منه حتى الان الجيل الرابع.

وهذا التطبيقات تمكن من انزال العديد من الصور علي اجهزة الهاتف دون التحقق مما إذا كان ذلك مسموحا به من قبل مالكيها أم لا . وهذا يجعل من المسألة اكثر تعقيدا لانتشار هذه الاجهزة وهذه البرامج يوما بعد يوم .^١

ومن ناحية ثالثة : فالفعل الضار يمكن أن يتسم بخاصية يمكننا تسميتها بخاصية التجدد أو الإستمرار خاصة في حالة إرتكابه عبر الإنترنت والهاتف الجوال لإمكانية هذه الأجهزة بالإحتفاظ بما هو منشور عبرها، فضلاً عن إمكانية إعادة إرساله، مما يسهل من عملية انتشار المصنف او المادة المتعدي عليها.^٢

ومن ناحية رابعة : فمكان تحقق الضرر يصعب تحديده في حالة إستقبال الرسالة المسببة للفعل الضار مثلاً في مكان لا تختص دولة ما ببسط سلطاتها عليه، وذلك

^١ -http://www.sammage.com/archives/juridique6htm sur le site 12 mai 2004

^٢ - د.يوسف نور الدين ،د.برول إلياس . تطبيق منهج قاعدة التنازع الدولية على عقود التجارة الإلكترونية - بحث منشور في مجلة المفكرة ، العدد الثالث عشر، كلية الحقوق جامعة محمد خضير بمسكرة ٢٠٠٧ ص ٢٥٣

١٥ - الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل التسوق الرقمي عبر أنظمة الذكاء الاصطناعي

مثل الفضاء الخارجي او اعالي البحار والتي من المعلوم انها لا تخضع لسيادة دولة بعينها.^١

ومن ناحية خامسة : القول بأن بعض تقنيات الإتصال الحديثة يمكن أن يتم الفعل الضار عبرها لجهة محددة دون إنتشارها عبر بقية دول العالم ، مثل إرسال رسالة مسيئة لشخص عبر بريده الإلكتروني ، أو هاتفه الجوال ، أو تطبيقات التواصل الإجتماعي ، أو حتى إختراق بريده الإلكتروني أو موقعه ، فيمكن الرد عليه بأن هنالك إمكانية للقول بإمكان إرسال الرسالة أو الإختراق من مكان لا يخضع لقانون دولة معينة مما يصعب كذلك من إمكانية تحديد محل الفعل المنشئ للإلتزام.^٢

فضلا عما سبق ففي مجال الملكية الفكرية يوجد إختلاف لدى الفقه حول تكييف الملكية الفكرية نفسها ، ففي حين يرى البعض أنها ملكية حقيقية مثل الملكية التي يكون محلها مادياً، باعتبار أنها تحمل معنى ذكاء الشخص وبالتالي فهو يملك نتاج ملكية تامة ، يرى البعض الآخر أنها تختلف عن الملكية العينية والملكية المنقولة باعتبارها صناعة فكرية إبداعية والفكر مسألة معنوية ، ويرى جانب ثالث أنها صورة خاصة للملكية تخضع لقواعد تشريعية خاصة.^٣

ولقد إختلفت آراء الفقه في تحديد القانون واجب التطبيق على منازعات الملكية الفكرية فقد ذهب جانب إلى تطبيق قانون بلد الأصل باعتبارها تقع في نطاق الأموال وذلك

^١ - د.أحمد عبد الكريم سلامة . القانون الدولي الخاص للملكية الفكرية ط١ سنة ٢٠١٩ دار النهضة العربية ص٥٦١

^٢ - د.أحمد عبد الكريم سلامة . القانون الدولي الخاص للملكية الفكرية ط١ سنة ٢٠١٩ دار النهضة العربية ص٤١٣

^٣ - أنظر بروفيسور حاج آدم حسن الطاهر ، أحكام الملكية الفكرية ، بدون ناشر ، الطبعة الثانية ، ٢٠٠٨م ، ص ٤ ، وأيضاً حسام أحمد حسين، الملكية الفكرية وفقاً لما عليه العمل في القانون السوداني ، مطبعة النيلين ، ٢٠٠٣م ، ص ١٢ و عبد الكريم محسن أبو دلو وتنازع القوانين في الملكية الفكرية ، دار وائل للطباعة والنشر ، بدون سنة طبع ، ص ٢٣

عدد خاص - المؤتمر العلمي الدولي الثامن (التكنولوجيا والقانون)

باللجوء لقانون يتفق مع هذه الطبيعة ويرى إتجاه آخر تطبيق قانون دولة الإرسال ، إستناداً إلى أن العمل غير المشروع يكتمل بمجرد صدور الإرسال، دون النظر إلى إستقباله ، كما أن هذا المعيار يسهل من عملية الإثبات^١ ، وذلك بمسائلة المحطة أو الجهة القائمة بالإرسال ، بينما ذهب إتجاه ثالث إلى تطبيق قانون دولة الإستقبال إستناداً إلى أن الفعل لا تكتمل به أركان المسؤولية إلا باستقبال الموجات لتتحقق النتيجة الضارة^٢. وينصب رأي أخير إلى تطبيق قاعدة التنازع الخاصة بالحالة المدنية للأشخاص أو تلك المتعلقة بالمسؤولية المدنية^٣.

يرى الباحث أن الإعتداء على حقوق الملكية الفكرية فيما يتعلق بتحديد القانون واجب التطبيق عليها في حالة تعلقها بقانون العلاقات الخاصة الدولية يتعلق بحسب النظر إليها من قبل القانون المعين وفقاً لتكييفه لها وفقاً لما إذا كانت أموالاً مادية أو معنوية^٤. فإذا كانت تعد أموالاً مادية منقولة فإن القانون الواجب التطبيق عليها هو

^١- د. أشرف وفا محمد ، تنازع القوانين في مجال الحقوق الذهنية للمؤلف ، دار النهضة العربية ، الطبعة الأولى ، ص ٦٧

^٢- د. أحمد عبد الكريم سلامة . القانون الدولي الخاص للملكية الفكرية ط١ سنة ٢٠١٩ دار النهضة العربية ص ٥٦٤

^٣- د. صلاح الدين جمال الدين، حماية حق المؤلف فى القانون الدولي الخاص ،دار الفكر الجامعى ٢٠٠٤ ، ص ٣٦

^٤- د. جمال محمود الكردي ، حق المؤلف في العلاقات الخاصة الدولية والنظرة العربية والإسلامية للحقوق الذهنية في منظومة الإقتصاد العالمي الجديد، دار النهضة العربية ، الطبعة الأولى ٢٠٠٢م ، ص ١٢٩ وما بعدها.

^٥- د. أحمد عبد الكريم سلامة . القانون الدولي الخاص للملكية الفكرية ط١ سنة ٢٠١٩ دار النهضة العربية ص ٥٤٠

١٥ - الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل التسوق الرقمي عبر أنظمة الذكاء الاصطناعي

قانون الجهة التي يوجد فيها هذا المنقول وقت تحقق السبب الذي ترتب عليه كسب الحيازة أو الملكية أو الحقوق العينية الأخرى أو فقدها.^١ أما إذا كانت تعد من قبيل الحق الأدبي ، فقد اختلفت آراء الفقه حول ذلك التحديد فبينما إتجه رأي إلى تطبيق القانون المحلي إستناداً إلى مبدأ الإسناد الإجمالي بتطبيق قانون مركز المال دون تفرقة بين جانب مادي وآخر معنوي ، يرى إتجاه آخر تطبيق قانون القاضي إستناداً علي انه في هذه الحالة يمكن تطبيق قواعد موحدة متناسقة على كل الحقوق الشخصية .

يتضح مما سبق أن وسائل التقانة الحديثة أحدثت مفهوماً جديداً للضرر يمكن تسميته بالضرر الإلكتروني فيما يتعلق بالأضرار المادية والمعنوية . فضلاً عن تأثيرها على مسألة تحديد القانون الواجب التطبيق. خاصة المبدأ المأخوذ به في معظم القوانين وهو القانون المحلي.^٢

وفقاً لذلك يرى الباحث أن الأنسب فيما يتعلق بالأفعال الضارة أن يطبق عليها قانون محل الإقامة الفعلي للمدعي وذلك لإرتباط مصالحه المادية والمعنوية بهذا المكان . أو قانون جنسيته إذا رأى ذلك هو الأنسب له لعدة إعتبارات إجتماعية أو إقتصادية أو غيره ، والأخذ بهذين الضابطين - فيما نعتقد - يحققان مرونة أكثر إذا كان أحد القانونين لا يحقق مبتغى المدعي كأن يكون غير معترف بالضرر الأدبي على سبيل المثال .

أما في مجال الملكية الفكرية فيرى الباحث أن النظريات المأخوذ بها لا تؤدي لحلول متكاملة في حالة الإعتداء عليها بواسطة الأجهزة التقنية الحديثة . فنظرية بلد المنشأ

^١- د.أحمد عبد الكريم سلامة . القانون الدولي الخاص للملكية الفكرية ط١ سنة ٢٠١٩ دار النهضة العربية ص ٥٥٠

^٢- د.جمال محمود الكردي ، حق المؤلف في العلاقات الخاصة الدولية المرجع السابق ص ١٠٩

عدد خاص - المؤتمر العلمي الدولي الثامن (التكنولوجيا والقانون)

أو الأصل للعمل الفكري سندها أن هذه الحقوق تقع في نطاق الأموال غير أنه من المتوقع ألا تعتبرها بعض الدول كذلك.

في هذا الجانب نشير إلى أن بعض الإتفاقيات الخاصة بحماية حقوق الملكية الفكرية مثل إتفاقية جنيف وبيرن لم تمنح الحماية للحقوق المعنوية للمؤلف^١ أما نظرية قانون الدولة مصدر الإرسال فتصطدم بإمكانية إرسال المصنف موضوع الإعتداء من مكان غير تابع لدولة معينة ، او عدم امكانية تحديد مكان الإرسال علي وجه التحديد كما أن هذه النظرية تتجاهل تداخل جهات عديدة في مسألة الإرسال هذه ، فقد سبق ان ذكرنا ان تقنيات الاتصال الحديثة تعتمد علي الاقمار الصناعية ، كما أن مواقع الانترنت تتعدد جهات مختلفة في تقديم الخدمة الخاصة بها كما انها توجد في دول مختلفة.^٢

كذلك فإن نظرية دولة الإستقبال لا تقدم الحل الوافي، لان الاستقبال في ظل التطور التقني الحالي خاصة وأن الإستقبال يتم في دول عدة - ان لم يكن في كل انحاء المعمورة - في وقت واحد في حالة نشر المصنف عبر الإنترنت.^٣

^١ - د.جمال محمود الكردي ، حق المؤلف في العلاقات الخاصة الدولية المرجع السابق ، ص ١١٠
^٢ - يقول ستيف جوبز " الإبتكار الإبداعى مجموعة متصله من العمليات فحين تسأل المبتكرين كيف أن يمنح المنتج يشعرون بالذنب لانهم لم يضعوه فعلا بل شاهدوه ويد واضحا لعيونهم بعد وهلة وهذا لانهم تمكنوا من ربط التجارب التى مروا بها وجمعوا أشياء جديدة بطريقة تركيبية ويأتى الإبتكار من رفض الف فكرة وطريقة للتأكد من اننا لا نسلك السبيل الخاطيء او نبالغ فى المحاولة نحن نفكر دوما فى أسواق جديدة يمكن دخولها ، لكن الرفض وحده يمكننا من التركيز على الهمم الجديدة يمكن دخولها ولكن الرفض وحده يمكننا من التركيز على الهمم فعلا دون سواه" مجلة بيزنيس وريك ٢٠٠٤

الان كين توماس مرجع سابق ص ٦٦

^٣ - د. إبراهيم أحمد إبراهيم . الحماية الدولية لحق المؤلف سنة ١٩٩٢ ص ٢٤٣

١٥ - الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل التسوق الرقمي عبر أنظمة الذكاء الاصطناعي

في هذا الجانب يرى الباحث كذلك تطبيق قانون مكان التواجد الفعلي للشخص المعتدي على حقه في الملكية الفكرية، أما في حالة أن يكون هذا المكان لا يعطيه الحماية الكافية كأن يكون لا يغطي حماية الحقوق المعنوية نرى أن يتم تطبيق ضابط إسناد مرن بتطبيق قانون الدولة التي يرى أنها الأنسب لحماية حقوقه، شريطة أن تكون ذات علاقة فعلية بموضوع الإعتداء.^١

الخاتمة

لقد أتجهت الدولة المصرية في ظل التطور المستمر للتكنولوجيا و الدخول نحو الرقمنة الى إحداث تعديلات تشريعية ماسة بكافة الجهات الإقتصادية و الإستثمارية و الشركات خاصة وأن الإستثمارات الأجنبية هي الأكثر تصادما مع التطور التكنولوجي وفي حديثنا عن حماية العلامات التجارية نجد أن المشرع في إصداره الى قانون جديد متعلق بحماية المستهلك و هو القانون رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨ أدخل مفهوم التعاقد عن بعد و تطلب في المواد الأولى له و المتعلقة بالإلتزامات العامة للتجار أن يبينوا مصدر السلع وعلامتها التجارية وإثبات ملكيتهم لها أو مايفيد الترخيص بإستخدامها.

كما لم يغفل المشرع المصري عن وضع تنظيم قانوني لطرق ووسائل الدفع الإلكترونية و ذلك بالقانون رقم ٥ لسنة ٢٠٢٢ و الذي اكد على إمكانيات ووسائل الدفع الإلكتروني الذي يبتم عن طريق التعاقدات الذكية و التي بتتم عن طريق أنظمة الذكاء الاصطناعي المستحدثة وذلك في صورة واضحة وجليّة في إتجاه المشرع لمواجهة اي ظاهرة غير قانونية تستغل التطور التكنولوجي لإدخال الغش على المستهلكين.

ومن ذلك فإننا نستخلص مجموعة من النتائج والتوصيات نوضحهم في الآتي:-

أولاً: النتائج:-

١-يلعب منظّمى منصات التواصل الاجتماعي اليوم الدور الاهم في عالم صناعة التكنولوجيا خاصة بعد ازدهار وسائل الالتقاء والاتصال الصناعي واجراء المحادثات

^١ - د. إبراهيم أحمد إبراهيم . الحماية الدولية لحق المؤلف سنة ١٩٩٢ ص ٢٤٤

عدد خاص - المؤتمر العلمى الدولى الثامن (التكنولوجيا والقانون)

بصوت وصورة وبأقل التكاليف التى يمكن ان تتكبد فى المكالمات العادية ،ونتيجة لانتشار هذه الوسائل مما أصبح استخدامها متاح لجميع الفئات والاعمار من المستخدمين المنتفعين من اعمال شركات صناعة المحتوى التكنولوجي ،والتي أصبحت هى الداعم الرئيسي لمنظومة العالم الافتراضى مما انتشر معه انتهاك لحقوق الملكية الفكرية للمصنفات المحمية من حيث التداول والاستخدام غير المصرح به نتيجة غياب الوعى بحقوق الملكية الفكرية وظهور الجرائم الالكترونية نتيجة الممارسات غير المشروعة من اشخاص غير عابئين بالقانون مما أصبح من اللازم ان يتدخل منظمى هذه المنصات لإيقاف مثل هذه الاعمال وإلزامت مسؤوليتهم المدنية والجنائية.

٢- يعد مقدم المنصة الإلكترونية إلى شبكة الإنترنت الحلقة الأولى من الحلقات الوسيطة في الشبكة، هو المسئول عن توفير الوسائل التقنية التي تسمح للعملاء الدخول إلى الشبكة والتجول فيها ويعد التزامه بإتاحة الاتصال بالشبكة التزاما بتحقيق غاية ، إذ يعد مسئولا طالما لم ينفذ التزامه بتحقيق هذا الاتصال ما لم يثبت إن سبب عدم تنفيذه له يعود إلى سبب أجنبي .

٣- يعد متعهد الإيواء الحلقة الثانية من الحلقات الوسيطة على المنصات الإلكترونية ، فهو يتولى تخزين المعلومات والبيانات لعملائه ويمدهم بالوسائل التقنية التي تمكنهم من الوصول إلى هذا المخزون ، وإنه يعد بمثابة المؤجر لمكان على الشبكة .

٤- ومناطق مسؤولية متعهد الإيواء هو قيامه بدور الوسيط المحايد في نقل المعلومات ، إذ إن القاعدة العامة عدم مسئوليته عن المعلومات ما دام دوره يقتصر على توفير الوسائل الفنية ووضع أجهزته تحت تصرف العميل لمدة معينة على سبيل الإجارة ، ولكن تنهض مسئوليته إذا تخطى دوره ذلك ومارس دور المنتج للمعلومات أو المقدم لها .

٥- تقوم مسؤولية مزود المعلومات لأهمية دورة فى عرض المحتوى الإلكتروني على المنصة الإلكترونية ومراجعة المحتوى الذى يتم عرض نشرة من مستخدمى المنصة حتى لا يتم انتهاك حقوق الملكية الفكرية وإن غير مستدعى إخطارة بموجب أمر قضائى ليستلزم منه التدخل، حيث بإمكانه أن يوقف نشر أى محتوى غير مشروع او يعلق صوته

١٥ - الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل التسوق الرقمي عبر أنظمة الذكاء الاصطناعي

، وذلك حتى لا يتم نشر المصنف ثم بعد ذلك إزالته فمن البداية يتم القيام بمنع نشر هذا المصنف وليس في هذا إنتهاك لحرية النشر بل منع محتوى غير مشروع.

ثانياً: التوصيات :-

١- مع تزايد إستعمال الهواتف الذكية والتطور المستمر لها المترادف مع ظهور الذكاء الاصطناعي؛ فإنه من الملائم على المشرع أن يراعى تجديد النظم القانونية بشكل دورى لتجدد الإستخدامات التكنولوجية المتتالية و التى تسهل إنتهاكات حقوق الملكية الفكرية.

٢- كما نقترح عقد دورات تدريبية لقضاة المحاكم لكي يتمكنوا من مباشرة القضايا المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية المنطبقة على الامور التكنولوجية الحديثة بما يتلائم لتطورها لتقدير التعويض الملائم عن الاضرار الناشئة عنها.

٣- التعمق فى عمل دراسات قانونية متصلة بحماية حقوق الملكية الفكرية على الانظمة التكنولوجية خاصة لزيادة انتشارها و الحاجة لإستخدامها خاصة بعد تفشي فيروس كورونا فى العالم والتي جعلت الاعتماد الاكثر فى ادارة الاعمال الان عن طريق منصات التواصل الاجتماعى المختلفة.

٤- عقد ندوات تثقيفية مشتركة بين قانونيين ومبرمجين لنشر الوعى القانوني وبيان انظمة الحماية القانونية للمستخدمين للهواتف الذكية ذات البرامج مفتوحة المصدر لمنع الإنتهاكات الواقعة على حقوق المؤلف والممارسات غير المشروعة.

والله ولى التوفيق

عدد خاص - المؤتمر العلمى الدولى الثامن (التكنولوجيا والقانون)

المراجع

- د. إبراهيم أحمد إبراهيم . الحماية الدولية لحق المؤلف سنة ١٩٩٢
- د.أحمد عبد الكريم سلامة . القانون الدولى الخاص للملكية الفكرية ط١ سنة ٢٠١٩ دار النهضة العربية
- د. أشرف وفا محمد ، تنازع القوانين في مجال الحقوق الذهنية للمؤلف ، دار النهضة العربية ، الطبعة الأولى
- د.حسام الدين عبد الغنى الصغير . الترخيص بإستعمال العلامة التجارية القاهرة ١٩٩٣
- د.رامى إبراهيم حسن الزواهره . أثر النشر الرقمى للمصنفات على الحقوق الأدبية و المالية للمؤلف "دراسة مقارنة" رسالة دكتوراه كلية الحقوق جامعة عين شمس ٢٠١٠
- د.سميحة القليوبى الملكية الصناعية دار النهضة العربية سنة ٢٠١٣
- د.عايد رجا الخاليلة. المسؤولية التقصيرية للذكاء الإصطناعى - و المسؤولية الناشئة عن إساءة إستخدام أجهزة الحاسوب والإنترنت - دراسة مقارنة - منشور على الموقع الإلكتروني:-
- <http://www.abjjad.com/book/2177434025>

١٥ - الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل التسوق الرقمي عبر أنظمة الذكاء الاصطناعي

- د. عبد المهدي كاظم ناصر . المسئولية المدنية لوسطاء الإنترنت بحث منشور مجلة القادسية للقانون والعلوم السياسية العدد الثاني المجلد الثاني كانون الاول ٢٠٠٩
- د. عبد العزيز فتحى العلوانى . أثر التجارة الإلكترونية على حماية حقوق الملكية الفكرية رسالة دكتوراه بكلية الحقوق جامعة عين شمس ٢٠١٨
- د. عبد العزيز الزعابي، القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الإلكترونية بحث منشور عبر الإنترنت على الموقع : <http://az-advocates.com/wpeontent/uploads/9/2020/>
- كوثر مازونى الشبكة الرقمية وعلاقتها بالملكية الفكرية رسالة ماجستير كلية الحقوق جامعة بن يوسف بن خده الجزائر سنة ٢٠٠٥
- د. محمد محمد عبد اللطيف - المسئولية عن الذكاء الاصطناعي - بحث مقدم للمؤتمر الدولى السنوى العشرون لكلية الحقوق جامعة المنصورة بعنوان الجوانب القانونية و الإقتصادية للذكاء الاصطناعي و تكنولوجيا المعلومات فى الفترة من ٢٣-٢٤/٥/٢٠٢١
- د. محمد حسام محمود لطفى . التأثيرات القانونية للعولمة فى مجال الملكية الفكرية-المؤتمر السنوى السادس كلية الحقوق جامعة المنصورة ٢٦-٢٧/٣/٢٠٠٢.
- د.نادية معوض القانون التجارى وفقا لقانون التجارة الجديد دار النهضة العربية طبعة ٢٠٠٠

عدد خاص - المؤتمر العلمي الدولي الثامن (التكنولوجيا والقانون)

- نائل على مساعده أركان الفعل الضار الإلكتروني في القانون الاردنى بحث منشور بمجلة الشريعة والقانون المجلد ٣٢ العدد ١ سنة ٢٠٠٥
- د.هاني دويدار التنظيم القانوني للتجارة ، دار الجامعة الجديدة ، سنة ٢٠٠١
- د.وليدأحمد محمد أمين تسجيل العلامات التجارية دوليا وفقا لنظام مدريد ز دار النهضة العربية .ط١ سنة ٢٠٢١
- د.يسار فواز رجائي .أثر الإتفاقيات الدولية في تكريس مبداء حماية العلامات التجارية "دراسة في دعوى المنافسة غير المشروعة" مجلة العلوم القانونية و الإقتصادية كلية الحقوق جامعة عين شمس يوليو ٢٠٠٨ العدد الثاني السنة التاسعة و الأربعون
- د.يوسف نور الدين ،د.برول إلياس . تطبيق منهج قاعدة التنازع الدولية على عقود التجارة الإلكترونية - بحث منشور في مجلة المفكرة ، العدد الثالث عشر، كلية الحقوق جامعة محمد خضير بمسكرة ٢٠٠٧
- د.يعقوب يوسف صرخوه النظام القانوني للعلامات التجارية ،دراسة مقارنة جامعة الكويت سنة١٩٩٣

مواقع الإنترنت:-

<https://aitnews.com/2018/05/27/>

<https://blog.google/products/android> فى 27/5/2015

<http://www.telecom.gouv.fr/internet/respon.html;Murielle-Isabelle,Cahen>

<http://www.sammage.com/archives/juridique6htm> sur le site12 mai 2004

<http://www.canevet.com/doctrine/resp-fai.htm>. 2004

<http://www.foruminternet.org> in 18 juillet 2002

<https://www.gnu.org/copyleft/copyleft.html> 12/3/2019

www.gnu.org/licenses. accessed 6/9/2018

Holtgrewe, Ursula (2004). "Articulating the Speed(s) of the Internet: The Case of Open Source/Free Software 10/3/ 2020

G.B.DAVIS introduction to computer in business management. Without publisher 1979

[http://www.juriscom.net/variations/responsabilite des intermediaries techniques en italie.htm](http://www.juriscom.net/variations/responsabilite_des_intermediaries_techniques_en_italie.htm).

<http://www.juriscom.net>, 2005

www.mozilla.org/en-us/mpl/2.0/faq/. accessed: 1/8/2018

www.nokia.com/android

www.opensource.org

www.openhub.net/p/android/latest/languages 15/12/2017

<https://opensource.org/node/875>/accessed.30/6/2018

<http://www.journaledunet.com/juridique> 03/7/2018. Html

Rothwell, Richard "Creating wealth with freesoftware".

8 /9/ 2008.

Technologies 10/10/2000, in <http://www.droitTechnologie.org>.

<http://www.Juriscom.net/pro/2resp2000/8/5>

8 December 1990 <http://www.juriscom.net/jurisfr/lacoste.html>

عدد خاص - المؤتمر العلمي الدولي الثامن (التكنولوجيا والقانون)

legalis.net, http://www.legalis.net/jnet/decisions/responsabilité/ord_0698.htm; CA. T.G.I. Paris, (ord. ref.) 9 juin 1998:

<http://www.juriscom.net/espace2/resp2.htm>, D.H 8 juillet 1999,

<http://www.Foruminternet.org>. 1997/5/ 17

<http://digital-law-online.info/lpdi1.0/treatise19.html> Copyright of computer Programs

<http://www.islammemo.cc/akhbar/arab/2010/06/23/102465.html>

<http://www.f-law.net/nedex.php>

<http://www.laws.Fndlaw.com/10th/992068.html>

<http://www.f-law.net/nedex.php>

<http://www.omanlegal.net/vb/showthread.php?t=256>, Volontaire ment entrave le fonctionnement d'installation informatiques TGI, Paris, 22 mai 2000 ligue internationale contre

<https://www.computer-wd.com/2015/07/open-source-software.html>

<http://www.scoop.co.nz/stories/BU0905/S00428.htm>

http://www.tashreaat.com/view_studies2.asp?id=594&std

Available: <https://www.britannica.com/biography/Marvin-Lee-Minsky>
J. McCarthy, What Is Artificial Intelligence?, 2007.

Available: <http://jmc.stanford.edu/articles/whatisai/whatisai.pdf>. Abdalla Ahmed Abdalla. International Protection of Intellectual Property Rights In The Light Of Expansion of Electronic Commerce a thesis submitted for the PH.D. Degree of the University of Khartoum 2004

A. Santosuosso, et al., "Robots, market and civil liability: A European perspective", IEEE RO-MAN: The 21st IEEE International Symposium on Robot and Human Interactive Communication, 2012,

Catherine cilston , Kirsty Middleton : Modern intellectual Property law, 2 and edition Cavendish publishing limited London 2004

J. Delcker, Europe divided over robot personhood available at <https://www.politico.eu/article/europe-divided-over-robot-ai-artificial-intelligence-personhood/>

ANOSCH DELCKE ANOSCH DELCKER JANOSCH DELCKERR

J.read. intellectual capital in business quarterly .1998,.

J. Frank Weaver, “Robots Are People Too: How Siri, Google Car, and Artificial Intelligence Will Force Us to Change Our Laws”, Barnes & Noble, 2014, p. 19. Available:

<https://www.barnesandnoble.com/w/robots-are-people-too-john-frank-weaver/1115217419>

LOAI El-shwarbi . agreement establishing the world trad organization . center for legal and economic studies – faculty of la at ain shams university

MARR: what is intellectual capital ? in journal of international affairs 2007

M. Assunta Cappeli, “regulation on safety and civil liability of intelligent autonomous robots: the case of smart cars”, Ph. D thesis, universita degli studidi Trento, 2014.

S. Tzafestas, “Roboethics – A Navigating Overview”, Springer.com, 2020, p. 168. Available: <https://www.springer.com/gp/book/9783319217130>.

SS.T.A. stewart intellectual capital. the new welth of organizations in business quarterly.1994

S. Oliveira, “La responsabilité civile dans les cas de dommages causés par les robots d’assistance au Québec”, LL.M, faculté de droit, université de montréal, 2016.

DR.yaseen al-shazly . Website legal issues. center for legal and economic studies – faculty of la at ain shams university