



جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
معهد العلمين للدراسات العليا
قسم القانون الخاص

التنظيم القانوني للعلامة التجارية الرقمية في بيئة الميتافيرس – دراسة مقارنة -

رسالة تقدم بها الطالب

حيدر حسن فرحان شطب

إلى مجلس معهد العلمين للدراسات العليا/ قسم القانون الخاص وهي

جزء من متطلبات شهادة الماجستير في القانون الخاص

بإشراف

الأستاذ المساعد الدكتور

لطيف جبر كوماني

٢٠٢٥ م

١٤٤٧ هـ

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿وَيَسْأَلُونَكَ عَنِ الرُّوحِ قُلِ الرُّوحُ مِنْ أَمْرِ رَبِّي
وَمَا أُوتِيتُمْ مِنَ الْعِلْمِ إِلَّا قَلِيلًا﴾

صدق الله العلي العظيم

سورة الإسراء: الآية: ٨٥

الإهداء

أهدي ثمرة جهدي المتواضع.

إلى سيدي ومولاي الإمام الحسين عليه السلام..

وسيدي ومولاي صاحب العصر والزمان عجل الله تعالى فرجه

الشريف..

إلى من وهبوني الحياة وصارعوا الصعاب وتحملوا قساوة العيش
ومرارة الصبر في تربيّتي برًا وإحسانًا ووفاءً لهما.. والذي رحمه الله تعالى
ووالدتي رَحِمَها الله. ولا أنسى أخي الشهيد محمود رحمه الله.

إلى من كانوا السبيل في بلوغ الغاية.. زوجتي رفيقة دربي وأولادي
ثمرة روعي الذين تحملوا معي كل الظروف للوصول إلى تحقيق هدفي..

إلى كل من ساندني ووقف بجانبني لتخطي الصعاب..

إلى أرواح شهداء العراق الأبرار الذين دافعوا عن الأرض

والمقدسات..

الباحث

شكر وعرفان

الحمدُ لله على ما عرفنا من نفسه وألهمنا من شكره وفتح لنا أبواب العلم بربوبيته، حمداً كثيراً لا غاية لعدده ولا انقطاع لأمدّه، والصلاة والسلام على أشرف خلقه محمد وآله الطيبين الطاهرين ورحمة الله تعالى وبركاته .

أتقدم بوافر الشكر وعظيم الامتنان للأستاذ المساعد الدكتور لطيف جبر كومانى لقبوله الإشراف على رسالتي وأتقدم بالشكر الجزيل والثناء الجميل إلى أساتذتي في معهد العلمين للدراسات العليا لتذليلهم الصعاب أما منا طيلة فترة دراستنا .

والشكر موصول إلى السادة أعضاء لجنة المناقشة المحترمين لما يقدمونه من جهد ومعلومات قيمة تقوم على تحسين مستوى الرسالة وأتقدم بالشكر الجزيل إلى جميع الإخوة والأخوات العالمين في المكتبات العلمية في مختلف الجامعات والمكتبات العامة ومنها مكتبة العتبة العلوية المقدسة ومكتبة جامعة الكوفة المركزية ومكتبة معهد العلمين للدراسات العليا ومكتبة كلية القانون لجامعة الكوفة ومكتبة كلية القانون لجامعة النهرين ومكتبة كلية القانون لجامعة بابل وغيرها من المكتبات الأخرى جزاهم الله خير الجزاء . .

وأتقدم بالشكر الى كل من وقف بجاني وساندني في تذليل الصعاب لإكمال دراستي وكتابة رسالتي . . والحمد لله رب العالمين .

الباحث

المستخلص

مع تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي وانتشار مفهوم الميتافيرس (Metaverse)، ظهرت تحديات قانونية جديدة تتعلق بحماية العلامات التجارية الرقمية. ففي بيئة الميتافيرس، يمكن نسخ العلامات التجارية أو استغلالها دون إذن، مما يهدد حقوق الملكية الفكرية. تبحث هذه الدراسة في الإطار القانوني المنظم للعلامات التجارية في العالم الرقمي ومدى كفاية القوانين الحالية في مواكبة هذه التطورات التكنولوجية، حيث تم تسليط الضوء على المفاهيم العامة للميتافيرس والعلامة التجارية الرقمية والأحكام والتحديات القانونية التي تواجه توفير الحماية القانونية للعلامات التجارية في بيئة الميتافيرس، من خلال تحليل مدى تطابق التشريعات الحالية الوطنية أو المقارنة أو الاتفاقيات الدولية مثل قوانين الملكية الفكرية والعلامات التجارية التقليدية في توفير تلك الحماية على البيئة الرقمية، ذلك أن غالبية التشريعات لم تُسن لتغطية العلامات التجارية في بيئة الميتافيرس، مما يؤدي إلى وجود ثغرات قانونية وصعوبة في إنفاذ القانون، بالإضافة إلى أن الطبيعة اللامركزية للميتافيرس، أدت إلى صعوبة تحديد الجهة المسؤولة عن انتهاكات العلامات التجارية مما يستدعي الحاجة إلى معايير دولية موحدة، وهي ضرورة إسهامها في تطوير اتفاقيات دولية جديدة أو تعديل القوانين الحالية لتشمل البيئات الافتراضية.

ومن بعض النتائج التي تمخضت عنها هذه الدراسة هي .

إنَّ النشأة الحقيقية من ناحية التطبيق العملي لمصطلح الميتافيرس بدأ مع ظهور المنصات التي سمحت للمستخدمين بإنشاء عوالم افتراضية والتواصل عبر الإنترنت. .

تتميز بيئة الميتافيرس بخصائص عديدة أهمها من الناحية القانونية إنها بيئة افتراضية مشتركة ثلاثية الأبعاد يصل إليها الناس عبر الإنترنت، وتتميز بيئة الميتافيرس بكونها بيئة تتجاوز الحدود الجغرافية ومن الصعوبة معرفة القانون الواجب التطبيق والجهة القضائية المختصة، عدم ووضوح الإطار القانوني والتنظيم القانوني الشامل للعلامات التجارية الرقمية في بيئة الميتافيرس،

توجد تطبيقات أو تقنيات إلكترونية رقمية في بعض الدول مثل الولايات المتحدة لتسجيل العلامات التجارية الرقمية مثل البلوك تشين أو ما يسمى بنظام السجل الموزع الإلكتروني اللامركزي عبر تقنيات مثل NFTs أو الرموز الرقمية .

إنّ بيئة الميتافيرس لا تزال غير معروفة لدى العديد من المستثمرين والمستهلكين وسوف يسبب ذلك عدم معرفة وجهل وغياب للحق في المعلومة والشفافية في حقوقهم وواجباتهم.

وقد توصلت الدراسة الى بعض المقترحات التي قد يكون لها الدور في الوصول الى بعض الحلول ونأمل من المشرع العراقي اخذها بعين الاعتبار ومنها.

تعديل قانون العلامات التجارية العراقي رقم ٢١ لسنة ١٩٥٧ المعدل ليشمل تنظيمًا قانونيًا مناسبًا واضحًا للعلامة التجارية الرقمية في الميتافيرس،

معالجة المشرع العراقي لموضوع الشخصية القانونية للذكاء الاصطناعي في المنظومة التشريعية العراقية في قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية رقم ٧٨ لسنة ٢٠١٢ وذلك من خلال تعديل القانون بإضافة مادة قانونية تعطي للذكاء الاصطناعي شخصية قانونية مستقلة وإمكانية إسناد المسؤولية القانونية له عن حماية العلامة التجارية الرقمية في بيئة الميتافيرس.

تدريب وتأهيل الكوادر الفنية والإدارية العاملين في مكاتب تسجيل الأسماء والعلامات التجارية في الغرف التجارية في العراق سواءً المركزية في العاصمة بغداد أو في المحافظات،

تعديل قانون العلامات التجارية العراقي وإضافة مادة قانونية لتطبيق مبدأ الأسبقية الزمنية في التسجيل كما في النظام الأمريكي، مع إعطاء أولوية للعلامات المسجلة في الواقع الافتراضي.

(٢)

المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	الآية
ب	الإهداء
ت	الشكر والتقدير
ج	المستخلص
٧-١	المقدمة
٩٥-٨	الفصل الأول مفهوم العلامة التجارية الرقمية في بيئة الميتافيرس
٦٤-٩	المبحث الأول: مفهوم بيئة الميتافيرس
٢٧-٩	المطلب الأول: ماهية الميتافيرس
١٩-١٠	الفرع الأول: نشأة وتطور بيئة الميتافيرس
٢٧-١٩	الفرع الثاني : التعريف بتقنية الميتافيرس
٤٦-٢٧	المطلب الثاني : ذاتية تقنية الميتافيرس
٤٠-٢٨	الفرع الأول : خصائص تقنية الميتافيرس
٤٦-٤١	الفرع الثاني : تمييز مصطلح الميتافيرس عما يشابهه
٦٤-٤٧	المطلب الثالث: هيكلية تقنية الميتافيرس
٥٣-٤٧	الفرع الأول: آليات إنشاء تقنية الميتافيرس
٦٤-٥٣	الفرع الثاني: آليات الدخول إلى بيئة الميتافيرس
٩٥-٦٥	المبحث الثاني : ماهية العلامة التجارية الرقمية في بيئة الميتافيرس
٨٠-٦٦	المطلب الأول : التعريف بالعلامة التجارية الرقمية

٧٨-٦٦	الفرع الأول : تعريف العلامة التجارية التقليدية
٨٠-٧٨	الفرع الثاني : التعريف بالعلامة التجارية الرقمية
٨٦-٨١	المطلب الثاني : تصنيف العلامات التجارية الرقمية
٨٤-٨١	الفرع الأول : ماهية تصنيف العلامات التجارية الرقمية
٨٦-٨٤	الفرع الثاني : آليات تصنيف العلامة التجارية الرقمية
٩٥-٨٧	المطلب الثالث: دمج العلامات التجارية الرقمية في بيئة الميتافيرس
٨٨-٨٧	الفرع الأول: تعريف دمج العلامات التجارية الرقمية في بيئة الميتافيرس
٩٥-٨٨	الفرع الثاني: صعوبات دمج العلامات التجارية الرقمية في بيئة الميتافيرس
١٥٣-٩٦	الفصل الثاني الأحكام القانونية للعلامة التجارية الرقمية في بيئة الميتافيرس
١١٧-٩٧	المبحث الأول : تكوين العلامة التجارية الرقمية في بيئة الميتافيرس
١١٢-٩٨	المطلب الأول : إنشاء العلامة التجارية الرقمية في بيئة الميتافيرس
١٠٣-٩٩	الفرع الأول : أدوات وفوائد إنشاء العلامة التجارية الرقمية
-١٠٣ ١١٢	الفرع الثاني : طرق إنشاء العلامة التجارية الرقمية
-١١٢ ١١٧	المطلب الثاني : تسجيل العلامة التجارية الرقمية في بيئة الميتافيرس
-١١٢ ١١٦	الفرع الأول : صعوبات التسجيل
-١١٦ ١١٧	الفرع الثاني : الحلول القانونية
-١١٨ ١٥٣	المبحث الثاني : حماية العلامة التجارية الرقمية
-١١٨ ١٤٠	المطلب الأول : حماية العلامة التجارية الرقمية من التقليد

١١٩- ١٣١	الفرع الأول : صور تقليد العلامة التجارية الرقمية
١٣٢- ١٣٥	الفرع الثاني : المسؤولية القانونية عن تقليد العلامة التجارية الرقمية
١٣٥- ١٤٠	الفرع الثالث : موقف التشريعات المقارنة تجاه حماية العلامة التجارية الرقمية
١٤٠- ١٥٣	المطلب الثاني : الآثار المترتبة على استخدام الذكاء الاصطناعي في حماية العلامة التجارية الرقمية
١٤١- ١٤٥	الفرع الأول : الجوانب الإيجابية لاستعمال الذكاء الاصطناعي في الحماية
١٤٥- ١٤٩	الفرع الثاني : الجوانب السلبية
١٥٠- ١٥٣	الخاتمة
١٥٤- ١٦٢	المصادر والمراجع
A	Abstract

المقدمة

أولاً: التعريف بموضوع الدراسة:

يواجه العالم ما يُعرف بثورة الاتصال الإلكتروني أو الثورة الرقمية نتيجة التقدم الملحوظ في وسائل الاتصال والمعلومات وما وفّره من إمكانيات هائلة في تبادل المعلومات والبيانات ونقلها عبر أثير الفضاء الإلكتروني، ومع ما تتمتع به العلامات التجارية اليوم من أهمية كبيرة إلا أنها تعد أهم عناصر المحل التجاري، فالمنتج يضع على منتجاته علامة صناعية تميزها من المنتجات المماثلة، والتاجر يضع على البضاعة التي يقوم بتوزيعها علامة تجارية تميزها من السلع المتشابهة لها في السوق حيث يوضع العميل ثقة فيها لاقتتران هذه العلامة التجارية والصناعية في ذهنه بالجودة والإتقان، ولكي يستطيع المنتج أو التاجر أو مقدم الخدمة ممارسة سلطاته على العلامة التي يستخدمها لتمييز منتجاته أو خدماته، فلا بُدّ أولاً من أن يحصل على مركز قانوني سليم يُمكنه من ذلك، ويكون الحصول على هذا المركز باكتساب ملكية العلامة التجارية بالكيفية التي حددها القانون، ومع تطور شبكة الإنترنت و معها تطور التجارة الإلكترونية ظهرت إحدى الإشارات الجديدة التي تعرف بأسماء المواقع، وبسبب القاعدة التي تحكم تسجيل هذه العناوين وهي الأسبقية في التسجيل أصبح لكل مشروع موقع محدد على الإنترنت يعرض فيه منتجاته وخدماته لا يشاركه فيه مشروع آخر. وقد أدى تسجيل المواقع إلى خلق منازعات بين مسجلي أسماء المواقع ومالكي العلامات التجارية وعلى ذلك تضافرت الجهود من أجل وضع حلول لهذه المنازعات سواءً على المستوى الوطني أو دولياً عن طريق الهيئات والهيكل الخاصة.

ثانياً: أهمية موضوع الدراسة:

يشهد العالم تحولاً رقمياً غير مسبوق، حيث أصبحت بيئة الميتافيرس (Metaverse) تمثل الفضاء الجديد للتفاعلات الاقتصادية والاجتماعية. وفي هذا السياق تبرز العلامة التجارية الرقمية كأحد أهم الأصول غير الملموسة التي تحتاج إلى حماية قانونية متطورة. تكتسب هذه الدراسة أهميتها من التحديات الناشئة عن استخدام العلامات التجارية في عالم افتراضي لا يعترف بالحدود الجغرافية، مما يثير تساؤلات حول مدى ملاءمة التشريعات الحالية لحماية هذه العلامات من التعديات مثل التقليد أو الاستخدام غير المصرح به. كما أن تزايد الاستثمارات في الاقتصاد الرقمي يجعل من الضروري دراسة الإطار القانوني الذي يحكم العلامات التجارية في الميتافيرس، لضمان حقوق المالكين وتعزيز الثقة في المعاملات الافتراضية.

وعلى هذا الأساس يعد موضوع العلامة التجارية في الميتافيرس من القضايا القانونية الناشئة التي تتطلب دراسة متعمقة لمواكبة التحول الرقمي. ومن خلال هذا البحث، سيتم تقييم مدى ملاءمة التشريعات الحالية لهذا الواقع الجديد، وعرض توصيات لتطوير الأطر القانونية بما يضمن حماية فعالة للعلامات التجارية الرقمية.

ثالثاً: أهداف موضوع الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل الإطار القانوني للعلامة التجارية الرقمية في بيئة الميتافيرس، وبيان مدى كفاية القوانين الحالية في مواجهة التحديات الجديدة. وتسعى إلى تحديد الثغرات التشريعية التي قد تؤثر على حماية العلامات التجارية في العالم الافتراضي، واقتراح حلول قانونية لتطوير الأنظمة ذات الصلة. بالإضافة إلى ذلك، تهدف الدراسة إلى توضيح كيفية تطبيق مفاهيم الملكية الفكرية التقليدية، مثل "الاستخدام الفعلي" و"الخلط بين العلامات"، في سياق رقمي غير مادي. ومن الأهداف الفرعية مقارنة التشريعات الوطنية والمقارنة لاستخلاص أفضل الممارسات في هذا المجال.

رابعاً: إشكالية موضوع الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة بكون العلامة التجارية الرقمية تعد نوعاً جديداً من حقوق الملكية الفكرية في إطار البيئة الرقمية (بيئة الميتافيرس) مما يستوجب معرفة مدى استيعاب القواعد القانونية التقليدية في القانون التجاري لمواكبة هذا النوع الجديد من العلامة التجارية من عدمه بمعنى أنّ المشكلة ستكون مدى ملائمة النظام القانوني بصورته التقليدية مع المستجدات التي فرضتها العوالم الافتراضية وفي مقدمتها العلامة التجارية.

أي بعبارة أخرى إن إشكالية البحث تتمحور حول التساؤل الرئيس: هل يمكن للقوانين الحالية للملكية الفكرية أن توفر حماية فعالة للعلامات التجارية في بيئة الميتافيرس؟ وتتبع هذه الإشكالية من عدد التحديات، منها طبيعة الميتافيرس اللامركزية والتي تتجاوز الحدود الوطنية، مما يصعب تحديد الاختصاص القضائي في حالة النزاعات. كما أن عدم وضوح معايير "الاستخدام التجاري الفعلي" للعلامة في العالم الافتراضي يزيد من صعوبة تطبيق القوانين التقليدية. إضافة إلى ذلك، تظهر إشكاليات جديدة مثل انتهاك العلامات التجارية عبر الرموز غير القابلة للاستبدال (NFTs) أو استنساخ المنتجات الرقمية دون إذن. كل هذه العوامل تدفع إلى إعادة النظر في المنظومة القانونية الحالية.

خامساً: مناهج موضوع الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج التحليلي المقارن، حيث يتم تحليل النصوص القانونية ذات الصلة بالعلامات التجارية في التشريعات الوطنية مثل قانون العلامات التجارية العراقي والاتفاقيات الدولية والتشريعات المقارنة بالإضافة إلى آراء الفقهاء والأحكام القضائية، وسوف نستعين بالمنهج الوصفي لرصد التحديات العملية التي تواجه حماية العلامات التجارية في الميتافيرس، مع الاستعانة بأحكام قضائية ودراسات سابقة، من خلال جمع كل المعلومات

والبيانات والآراء الفقهية والنصوص التشريعية وإحكام القضاء من جانب آخر سوف يتم الاعتماد على المنهج المقارن الذي يتركز على تحليل النصوص والآراء والأحكام محل الدراسة في التشريع العراقي والمصري مقارنة بعدد من التشريعات والأنظمة القانونية في النظامين اللاتيني والانكلو امريكي كلما اتاحت لنا الفرصة في الحصول على نصوص قانونية او اراء فقهية نظرا لحدثة الموضوع وعدم وجود مصادر كافية عنه في أغلب التشريعات العربية.

سادساً: فرضية موضوع الدراسة:

تفترض هذه الدراسة أن القوانين التقليدية للعلامات التجارية غير كافية بمفردها لتنظيم وحماية العلامات في بيئة الميتافيرس، بسبب الطبيعة الخاصة لهذا الفضاء الافتراضي. ومع ذلك، يمكن تطوير هذه القوانين عبر اعتماد مفاهيم جديدة مثل "الوجود الرقمي الفعلي" معياراً للحماية، أو إنشاء هيئات دولية متخصصة لتسجيل العلامات التجارية الرقمية وتسوية النزاعات. وتفترض الدراسة أن التكامل بين التشريعات الوطنية والاتفاقيات الدولية هو الحل الأمثل لضمان حماية فعالة في ظل غياب الحدود الجغرافية في الميتافيرس.

سابعاً: الأسئلة البحثية:

يثير موضوع الدراسة عدداً من الأسئلة البحثية يقع في مقدمتها السؤال الرئيس وهو..

١- ما هو التنظيم القانوني للعلامة التجارية الرقمية في بيئة الميتافيرس؟ ويتفرع من هذا

السؤال اسئلة فرعية تتمثل في،

٢- ما المقصود بالعلامة التجارية الرقمية

٣- ما هي خصائصها وشروطها وتصنيفها؟

٤- ماذا نعني ببيئة الميتافيرس؟

٥- كيف نشأ عالم الميتافيرس وتطور؟

٦- ما هي خصائص هذه البيئة؟

٧- كيف نميز بين الميتافيرس وما يشته به من مفاهيم مثل الانترنت والويب والميتاماتس

وغيرها؟

٨- ما آليات إنشاء هذه البيئة في العالم الرقمي؟

٩- هل تتشابه مع البيئة الالكترونية ام تختلف عنها؟

١٠- وما الحماية القانونية التي توفرها التشريعات المقارنة للعلامة التجارية الرقمية؟

١١- ما هي وسائل وآليات هذه الحماية وإنشاء ودمج العلامة التجارية التقليدية في بيئة

الميتافيرس؟

١٢- ما أثر الذكاء الاصطناعي في هذا المجال؟

ثامناً: الدراسات السابقة:

١- د. خالد ممدوح إبراهيم، التنظيم القانوني لتقنية الميتافيرس دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي،

الإسكندرية، ٢٠٢٣، هذه الدراسة على شكل كتاب مصدري تناول بحث موضوع تقنية

الميتافيرس من الناحية القانونية في ٢٠٠ صفحة وفق منهجية تعتمد على القانون المصري

وبعض التشريعات الأجنبية المقارنة بالاعتماد على مجموعة كبيرة من الكتب والدراسات

والأبحاث باللغة الانكليزية وتم دراسة الحماية القانونية للعلامة التجارية في ثنايا الكتاب ولم يتم

بحثها بصورة مستقلة او مفصلة.

٢- د. محمد أبو المجد، تقنية الميتافيرس، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، الإسكندرية،

٢٠٢٣، وهذه الدراسة ايضا على شكل كتاب تناول الميتافيرس من الناحية الفنية والقانونية

بشكل اقل توسعا من الدراسة الاولى، ولم يعتمد على مصادر اجنبية كثيرة بحدود ١٥٠

صفحة فقط، وركز فيه على التشريع المصري فقط.

٣- د. رشا مصطفى أبو الغيط، تطور الحماية القانونية للكيانات المنطقية، دار الفكر الجامعي،

ط ٢، الإسكندرية، ٢٠٢٠، هذه الدراسة بحثت موضوع الحماية القانونية لبعض صور

الابتكارات الرقمية ومن ضمنها العلامة التجارية الرقمية، على شكل كتاب في حدود ١٧٠

صفحة وتم التركيز على التشريع المصري وبعض التشريعات العربية مثل الإمارات وقطر.

٤- د. اياد مطشر صيهود، استشراف الأثر القانوني لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، (الإنسالة

الروبوت الذكي)، ما بعد الإنسانية، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٢١.

تاسعًا: هيكلية موضوع الدراسة:

تم تقسيم الدراسة على فصلين، جاء الفصل الأول، بحث مفهوم العلامة التجارية الرقمية

في بيئة الميتافيرس، وتم تقسيمه على بحثين، جاء في المبحث الأول مفهوم بيئة الميتافيرس،

في ثلاثة مطالب، تم بحث موضوع ماهية الميتافيرس في المطلب الأول، وفي المطلب الثاني

ذاتية تقنية الميتافيرس، وفي المطلب الثالث تم دراسة هيكلية تقنية الميتافيرس، أما المبحث

الثاني، فتم دراسة ماهية العلامة التجارية الرقمية في بيئة الميتافيرس، في ثلاثة مطالب، جاء

المطلب الأول، بحث موضوع التعريف بالعلامة التجارية الرقمية، والمطلب الثاني عن تصنيف

العلامات التجارية الرقمية، والمطلب الثالث، عن دمج العلامات التجارية الرقمية في بيئة

الميتافيرس، أما الفصل الثاني، فكان بعنوان الآثار القانونية للعلامة التجارية الرقمية في بيئة

الميتافيرس، وتم تقسيمه على بحثين، جاء المبحث الأول، بحث موضوع تكوين العلامة التجارية

الرقمية في بيئة الميتافيرس، في مطلبين، حيث كان المطلب الأول، عن إنشاء العلامة التجارية

الرقمية في بيئة الميتافيرس، والمطلب الثاني، عن تسجيل العلامة التجارية الرقمية في بيئة

الميتافيرس، بينما المبحث الثاني، كان عن حماية العلامة التجارية الرقمية، وتم تقسيمه على

مطلبين، بحثنا في المطلب الأول، حماية العلامة التجارية الرقمية من التقليد، وفي المطلب

الثاني، الآثار المترتبة على استخدام الذكاء الاصطناعي في حماية العلامة التجارية الرقمية،
وختمنا الدراسة بخاتمة تضمنت أهم النتائج والمقترحات.