

أولاً- مشهد تطور التطبيقات

1. على مدى السنوات الخمس عشرة الماضية، سجلت زيادة ملحوظة في عدد التطبيقات وفي استخدامها. ففي عام 2023، بلغ إنفاق المستهلكين على متاجر التطبيقات 171 مليار دولار أمريكي، حيث أمضى المستخدمون أكثر من خمس ساعات يومياً في استخدام التطبيقات. وفي العام نفسه، تم تنزيل 257 مليار تطبيق جديد بمعدل 489 000 عملية تنزيل في الدقيقة².
2. وفي حين أصبحت التطبيقات وسيلة رئيسية للمستخدمين من أجل النفاذ إلى طائفة واسعة من أنواع المحتوى والخدمات، بما في ذلك التجارة الإلكترونية والخدمات المصرفية، فإنها تشكل أيضاً عنصراً مهماً في استراتيجيات العلامات التجارية للتفاعل مع المستهلكين. ولم تعد التطبيقات تقتصر في توسعها على الأجهزة المحمولة بل أصبحت تشمل أجهزة متصلة أخرى، بما في ذلك أجهزة التلفزيون الذكية التي تدعم عمليات تنزيل التطبيقات من متاجر المصنعين أو متاجر أطراف ثالثة. وتتيح أجهزة التلفزيون تشغيل التطبيقات من خلال وحدات التحكم في الألعاب الإلكترونية وأجهزة موصلة بواجهة وسائط متعددة عالية الدقة (HDMI) أو أجهزة مماثلة يمكن توصيلها. وفي السنوات الأخيرة، ظهرت تطبيقات متعددة الوظائف تعرض طائفة من الخدمات مثل التجارة الإلكترونية والتحويلات النقدية والتوصيل والنقل والاتصالات وشبكات التواصل الاجتماعي تحت مظلة منصة واحدة. وفي حين تحظى هذه التطبيقات متعددة الوظائف بشعبية كبيرة في آسيا بشكل أساسي، فإن إصدارات "مخفضة" منها آخذة في التطور في أوروبا.
3. ويتم عادةً تثبيت التطبيقات مسبقاً على الأجهزة المتصلة أو تنزيلها من متجر التطبيقات. وتمازاً مثل البرمجيات الأخرى، يمكن أيضاً تنزيل التطبيقات وتثبيتها من خارج متجر التطبيقات (ما يسمى التثبيت والتنزيل الجانبي). وتتاح التطبيقات التي يتم تثبيتها وتنزيلها جانبياً بنسق ملف حزمة تطبيقات أندرويد (APK) من خلال وسائل مختلفة، بما يشمل المواقع الإلكترونية المخصصة التي تعرض هذه التطبيقات وتوفر معلومات تفصيلية بشأن كيفية تنزيلها وتثبيتها. ويمكن أيضاً مشاهدة ملفات بالنسق APK عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومجموعات المراسلة وعناوين URL المختصرة.

ثانياً- إساءة استخدام التطبيقات ومتاجر التطبيقات بممارسة أنشطة التعدي على الملكية الفكرية

4. في حين أن تزايد استخدام التطبيقات ومتاجر التطبيقات يعود بالفائدة على المستهلكين والأعمال، فإنه يؤدي أيضاً إلى إساءة استخدامها بممارسة أنشطة غير قانونية واحتمالية، بما في ذلك أنواع مختلفة من أنشطة التعدي على الملكية الفكرية. وتشمل هذه الأنشطة ما يلي:

أ) التعدي على حقوق الملكية الفكرية للتطبيقات المشروعة. وتمازاً مثل البرمجيات الأخرى، يمكن نسخ التطبيقات بشكل غير قانوني جزئياً أو كلياً. وفي غالب الأحيان، تُوزع نسخ مقرصنة من التطبيقات المشروعة من خارج متاجر التطبيقات الرئيسية وتُستخدم لنشر برمجيات خبيثة أو برمجيات إعلانات من جهة، وتُنسخ أو تقلد - بشكل غير قانوني - أجزاء محمية بموجب حقوق الملكية الفكرية من التطبيقات الناجحة (مثل الرمز وواجهة المستخدم والوظائف) من جهة أخرى. وفي بعض الحالات، يعتمد مرتكبو التعدي على الملكية الفكرية على مكونات تطبيقات ناجحة في تصميم تطبيقات تُستخدم بعد ذلك لنشر برمجيات خبيثة أو برمجيات إعلانات.

ب) التعدي على حقوق الملكية الفكرية لأطراف ثالثة عبر وسيلة التطبيقات بالاستيلاء على التطبيقات الذي يشمل استخدام الاسم المحمي و/أو الصور المرئية لشركة معينة لتضليل المستخدمين وجعلهم يعتقدون أن هذه الشركة هي صاحبة التطبيق. ومثل الاستيلاء على أسماء الحقوق، من شأن هذا التضليل أن يقود المستخدمين إلى زيارات التطبيقات الاحتمالية أو نشر البرمجيات الخبيثة أو التعدي على حقوق الملكية الفكرية أو توفير سبل النفاذ إلى المحتوى المقرصن أو بيع المنتجات المقلدة أو يقود إلى زيارات التطبيقات ذات الغرض المزدوج التي يكون لها استخدام مشروع تماماً غير أنها تستخدم بشكل أساسي أو حصري لأغراض التعدي على الملكية الفكرية.

ج) إساءة استخدام التطبيقات المشروعة من قبل المتعدين على الملكية الفكرية كجزء من أنشطتهم غير القانونية من خلال تطبيقات متعدية على الملكية الفكرية تدعم خدمات التسويق والدفع مقابل السلع والخدمات مثل تطبيقات التواصل الاجتماعي أو الدفع وإساءة استخدام تطبيقات الاتصالات والمراسلة الخاصة كجزء من الأنشطة المتعدية على الملكية الفكرية لغاية توفير المعلومات أو الدعم أو إتمام المعاملات.

5. ولا يقتصر بعض من هذه الأنشطة المتعدية على الملكية الفكرية على إلحاق الضرر بأصحاب الحقوق فقط، بل تُستخدم في بعض الحالات أيضاً للاحتيال على المستخدمين بنشر برمجيات التجسس عن طريق تطبيقات القرصنة أو تطبيقات تنتحل شخصية

² انظر: data.ai, State of Mobile 2024 – The Industry's Leading Report، المرجع متاح على الموقع: <https://sensortower.com/state-of-mobile-2024>.

علامة تجارية مشروعة تنتقل البيانات الشخصية المتعلقة بالجهاز والمستخدمين دون إشعارهم ودون موافقتهم. ويمكن لهذه الأنشطة أيضاً أن تلحق الضرر بالمعلنين الذين يعانون من الاحتيال معتقدين أنهم يقومون بوضع إعلاناتهم على تطبيقات مشروعة في حين أنها تكون مزيفة أو مستنسخة.

ثالثاً- التقنيات المستخدمة من قبل المتعدّين على الملكية الفكرية والتحديات القائمة أمام الإنفاذ

6. يستخدم المتعدّون على الملكية الفكرية تقنيات مختلفة لتجنّب اكتشافهم من قبل متاجر التطبيقات وأصحاب الحقوق وآليات الإنفاذ اللاحقة. ويشمل ذلك التطبيقات التي يتم إخفاء حقيقتها فتُعرض على أنها ألعاب أو غيرها من التطبيقات التي تبدو شرعية لإخفاء أغراضها غير القانونية. ويمكن للتطبيقات الخبيثة أيضاً أن تخفي الرموز البرمجية الضارة لتجنب اكتشافها من خلال عملية مراجعة المتجر للتطبيقات عن طريق استخدام التشفير أو تأخير التفعيل. وقامت بعض تطبيقات القرصنة أيضاً بدمج شبكات خاصة افتراضية (VPN) لإخفاء عناوين بروتوكول الإنترنت (IP) للمستخدمين والتحايل على عمليات الحجب أو القيود الخاصة بالموقع الجغرافي.

7. وتثير مواجهة إساءة استخدام التطبيقات ومتاجر التطبيقات بممارسة أنشطة التعدي على الملكية الفكرية تحديات محددة في الرصد والكشف والإنفاذ. وفي حين أن بعض متاجر التطبيقات تستخدم عمليات المراجعة لمنع إدراج التطبيقات التي تتعدى على الملكية الفكرية والتطبيقات الاحتيالية، فإن زيادة متاجر التطبيقات الخاصة بأطراف ثالثة تتطلب رصداً أكثر صرامة للمتاجر التي تجري عمليات مراجعة محدودة أو لا تجربها أصلاً. وبالإضافة إلى متاجر التطبيقات، يؤدي تزايد الطرق التي تتيح تثبيت والتنزيل الجانبي للتطبيقات إلى توسيع مصادر التطبيقات المحتمل أنها تتعدى على الملكية الفكرية التي يجب رصدها. ويشمل ذلك رصد وسائل التواصل الاجتماعي والمنتديات التي تتم فيها مشاطرة الروابط إلى الملفات بالنسق APK.

8. وفي شأن الكشف عن التطبيقات المتعدّية على الملكية الفكرية، يجب استخدام طرق مختلفة حسب وظيفة التطبيق ومصدره. وقد يحتاج أصحاب حقوق الملكية الفكرية إلى استخدام أجهزة وبرمجيات محددة لتثبيت التطبيق وفحصه بهدف تحديد طبيعة تعديّه على الملكية الفكرية.

9. وفيما يتعلق بإنفاذ القانون على التطبيقات التي تتعدى على الملكية الفكرية المتوفرة في متاجر التطبيقات، تظل هذه التطبيقات متاحة على أجهزة المستخدمين وبإمكانهم مواصلة استخدامها حتى في حال أزيلت من متجر التطبيقات. وكأي شكل آخر من أشكال القرصنة، وتترتب على التطبيقات التي تتعدى على حقوق الملكية الفكرية ويتم تثبيتها وتنزيلها جانبياً تحديات فيما يتعلق باقتضاء إشعار مقدمي خدمات الاستضافة بشأن الملفات الموجودة وفق النسق APK. وعلى غرار الأشكال الأخرى للقرصنة، لا يستجيب بعض من مقدمي هذه الخدمات عادةً لطلبات الإزالة إضافة إلى إعلان بعض خدمات الاستضافة عن عدم استجابتها لأي طلبات إزالة على الإطلاق.

رابعاً- أفضل الممارسات لمواجهة إساءة استخدام التطبيقات لممارسة أنشطة التعدي على الملكية الفكرية

10. تنفذ بعض متاجر التطبيقات وأصحاب الحقوق وسلطات إنفاذ القانون ممارسات لمنع إساءة استخدام التطبيقات من خلال أنشطة التعدي على الملكية الفكرية. وتستند هذه المساهمة إلى ورقة مناقشة حُررت قبل فبراير 2024 والتطبيق الكامل لقانون الخدمات الرقمية (DSA)، علماً أن بعض الممارسات الجيدة التي حُدّدت في الاتحاد الأوروبي ستصبح التزامات تنظيمية أو قد تحتاج إلى تعديل للامتثال لهذه اللوائح التنظيمية الجديدة.

11. ويضع قانون الخدمات الرقمية قواعد بشأن مسؤوليات الوسطاء والمنصات على الإنترنت مثل مواقع الأسواق وشبكات التواصل الاجتماعي ومنصات مشاطرة المحتوى ومتاجر التطبيقات. وتشمل القواعد الجديدة، على سبيل المثال لا الحصر، الالتزام بوضع شروط وأحكام واضحة يسهل الاطلاع عليها وتقديم تقارير عن الشفافية وتطبيق آليات الإشعار وتنفيذ الإجراء فضلاً عن تنفيذ نظام المبلغ الموثوق. ويتعين أن يلتزم بالقواعد الجديدة جميع الوسطاء على الإنترنت الذين يقدمون خدماتهم في الاتحاد الأوروبي، سواء كانوا داخل الاتحاد الأوروبي أو خارجه. وستتطلب المفوضية الأوروبية بإنفاذ قانون الخدمات الرقمية بالتعاون مع السلطات الوطنية التي ستشرف على امتثال المنصات المنشأة في أراضيها.

التدابير الوقائية

12. يطبق عدد من متاجر التطبيقات والتطبيقات تدابير لمنع إساءة استخدام خدماتها لأغراض غير قانونية أو ضارة. وفي متاجر التطبيقات، تُنشئ الاتفاقات والسياسات المتعلقة بالمطوّرين أحكام عامة بشأن المتطلبات التي يلزم أن يفي بها التطبيق، بما يشمل المسائل المتعلقة بالملكية الفكرية.

13. وفي شأن التعدي على حقوق الملكية الفكرية من قبل التطبيق نفسه، تتطلب الاتفاقات المتعلقة بالمطوّرين عادةً تحقّقهم أنّ بحوزتهم جميع حقوق الملكية الفكرية المطلوبة وأن لا يتعدّى التطبيق على أية حقوق للملكية الفكرية في حوزة طرف ثالث. وتذهب سياسات بعض متاجر التطبيقات إلى أبعد من ذلك من حيث توضيح أن المحظور لا يقتصر على التطبيق نفسه فحسب، بل يمتد أيضاً إلى البيانات المستخدمة لوصفه (مثل استخدام علامة تجارية محمية في بيانات وصف التطبيق) أو تضليل التطبيقات للمستخدمين عن طريق استخدام رموز أو أوصاف أو عناوين لانتحال شخصية شركة أخرى أو كيان آخر أو إساءة وصف التطبيقات للعلاقة مع مالك العلامة التجارية دون إذن.

14. أما فيما يتعلق بالتعدي على حقوق الملكية الفكرية الذي قد ينشأ عن استخدام التطبيق، تحظر بعض من هذه المتاجر التطبيقات التي تحفز أو تشجع التعدي على حق المؤلف أو تطلب من التطبيقات التي يكون فيها محتوى ينتجه المستخدمون وضع تدابير لفرز المحتوى والمستخدمين موضوع الاعتراض والإبلاغ وحجب النفاذ عنهم. وفي شأن تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي، تشترط بعض متاجر التطبيقات أن يكون لهذه التطبيقات آلية تمكن المستخدمين من الإبلاغ عن المحتوى الذي قد يكون مسيئاً أو غير قانوني، بما يشمل المحتوى الذي يتعدّى على حقوق الملكية الفكرية، بالإضافة إلى الاستعانة بهذه الإبلاغات في تطبيقات هذه المتاجر "للاسترشاد بها في فرز وإدارة المحتوى.

15. وتقدم بعض سياسات متاجر التطبيقات أيضاً تفاصيل العقوبات التي قد يواجهها المطوّرون في حال لم يمتثلوا، من خلال إزالة و/أو تعليق عمل التطبيق على سبيل المثال، وفي بعض الحالات من خلال إنهاء حساب تطوير التطبيقات الخاص بهم.

16. وفي إطار إنشاء حساب مطوّر تطبيقات، تتطلب متاجر التطبيقات عادةً معلومات مختلفة لتحديد والتحقق من شرعية الأعمال والأفراد الذين ينشرون التطبيقات على منصاتها. ورغم أن بعض متاجر التطبيقات وضعت هذه المتطلبات بمبادرة منها، فإن قانون الخدمات الرقمية في الاتحاد الأوروبي يستلزم الآن الوفاء بمعايير مفصلة لضمان إمكانية تتبع التجار.³

17. وبمجرد أن يُنشئ المطوّر حساباً، تقوم متاجر التطبيقات الرئيسية بمراجعة التطبيق المقدم قبل عرضه. وتقتضي هذه العملية مراجعة نموذج أعمال التطبيق وأدائه التقني (بما في ذلك الأذون المطلوبة) والتصميم والمحتوى والتأثيرات على الخصوصية. تنفذ بعض متاجر التطبيقات أيضاً عمليات تحقّق محدّدة بشأن التطبيقات المثبتة من متاجر تطبيقات بديلة أو مباشرة من الإنترنت. وتهدف عمليات المراجعة هذه إلى تحديد التطبيقات الضارة وغير القانونية، بما في ذلك التطبيقات التي تتعدّى على الملكية الفكرية، ويمكن تكرارها عدة مرات في حال أجرى المطوّر تغييرات أو تحديثات قبل وأثناء وبعد نشر التطبيق.

التدابير التفاعلية

18. وضعت بعض متاجر التطبيقات أيضاً تدابير لمعالجة الشكاوى المتعلقة بالملكية الفكرية التي يقدمها المستخدمون وأصحاب الحقوق ولاتخاذ التدابير اللازمة. ويشمل ذلك آليات الإشعار واتخاذ التدابير، مما يسمح لأي مستخدم أو طرف مهتم مثل أصحاب حقوق الملكية الفكرية بإشعار متاجر التطبيقات عن انتهاك تطبيقات أو محتوى تطبيقات للقوانين ذات الصلة أو لسياسات متاجر التطبيقات، لكي تتخذ التدابير اللازمة. وتنفذ بعض متاجر التطبيقات عمليات إشعار موجهة عبر النماذج الشبكية لتبسيط العملية وتيسيرها. وتسهل نماذج الاستمارات المملوءة مسبقاً والخطوات الإرشادية تقديم الإشعارات الخاصة بمختلف أنواع التعديات على الملكية الفكرية.

19. وترسل بعض متاجر التطبيقات أيضاً تحذيرات للمستخدمين حول التطبيقات محتملة الأضرار التي يكونون على وشك تثبيتها أو التي قاموا بتثبيتها على نفس الجهاز من مصادر أخرى (على سبيل المثال، التطبيقات التي يتم تثبيتها وتنزيلها جانبياً). وتصدر هذه الإشعارات تلقائياً لإعلام المستخدم بدواعي الإشعار بناءً على قائمة محددة مسبقاً، بما يشمل مختلف أنواع الأنشطة المتعلقة بالاحتيال والبرمجيات الخبيثة والرسائل الإلكترونية التطفلية والتصيد الاحتيالي، التي قد تؤثر على المستخدمين أو على أجهزتهم. وتعمل هذه الأنظمة على نحو مماثل لعمل برمجيات مكافحة الفيروسات. فهي تمنع تثبيت واستخدام التطبيقات المتعدّبة التي تشارك في أنشطة احتيالية تؤثر على المستخدمين والمعلنين، رغم أنها غير مرتبطة بالأنشطة المتعدّبة على الملكية الفكرية على نحو مباشر.

20. وفي حين يتوقع أن تبلغ الإعلانات في التطبيقات، التي تسجل نمواً سريعاً، حوالي 322 مليار يورو عالمياً في عام 2024⁴، فإن بعض المتعدّين على الملكية الفكرية يحققون دخلاً من أنشطتهم غير القانونية عن طريق الاحتيال على المعلنين باستخدام تطبيقات مزيفة أو مقرصنة في وضع الإعلانات أو عرضها أو الإيعاز بالنقر عليها بأساليب احتيالية. وبحقق البعض أيضاً دخلاً من جمهور المستخدمين عن طريق تطبيقات قرصنة تعرض الإعلانات. وبالإضافة إلى توفير مصدر لتدفق الإيرادات نحو المتعدّين على الملكية

³ انظر: https://www.eu-digital-services-act.com/Digital_Services_Act_Article_30.html، المرجع متاح على الموقع: Article 30 of the Digital Services Act

⁴ انظر: "In-App Advertising – Worldwide"، Statista، المرجع متاح على الموقع: <https://www.statista.com/outlook/amo/advertising/in-app-advertising/worldwide>

الفكرية، يمكن أن يؤدي وجود إعلانات علامات تجارية مشروعة على التطبيقات التي تتعدى على الملكية الفكرية إلى اعتقاد خاطئ من المستهلكين أن هذه التطبيقات توفر سبل النفاذ إلى ما هو قانوني من محتوى أو سلع أو خدمات⁵.

21. وفي هذا الصدد، تهدف بعض الممارسات الجيدة إلى قطع مصدر تحقيق الدخل من تطبيقات القرصنة من خلال الإعلانات ذات العلامات التجارية. ويسري ذلك على مذكرة التفاهم الصادرة عن المفوضية الأوروبية بشأن الإعلانات على الإنترنت وحقوق الملكية الفكرية⁶ التي وقعت عليها الأطراف المشاركة في عام 2018 فيما يتعلق بوضع الإعلانات وشراؤها وبيعها و/أو تسهيلها. وبموجب مذكرة التفاهم، تلتزم الأطراف بتقليل وضع الإعلانات إلى أدنى حد على المواقع الإلكترونية وتطبيقات الهواتف المحمولة التي تتعدى على حقوق الملكية الفكرية، بهدف حرمانها من تدفقات الإيرادات التي تتيح لأنشطتها تحقيق الأرباح. وعلى نحو مماثل، أطلق فريق المساءلة الموثوقة (TAG) أيضاً أداة TAG Pirate Mobile App Tool المعنية بتطبيقات الهواتف المحمولة بهدف مساعدة أعضائه على منع ظهور إعلاناتهم على التطبيقات المعروفة بتوزيع المحتوى المقرصن⁷.

خامسا- الخاتمة

22. ويتيح الاستخدام المتزايد للتطبيقات ومتاجر التطبيقات تحقيق العديد من الفوائد للمستهلكين والأعمال، وأصبحت - تماماً مثلما كان حال المواقع الإلكترونية في الماضي - عنصراً مهماً للعلامات التجارية من أجل التفاعل مع المستخدمين. بيد أنه، على غرار معظم التطورات الرقمية الجديدة، يساء أيضاً استخدام التطبيقات ومتاجر التطبيقات بممارسة أنشطة احتيالية وغير قانونية، بما في ذلك أنشطة التعدي على الملكية الفكرية. ويشمل ذلك العديد من الاتجاهات التي لا تؤدي إلى إلحاق الضرر بأصحاب الحقوق فحسب، بل أيضاً بالمستخدمين، الذين يصبحون عرضةً لتهديدات الأمن السيبراني، والمعلنين الذين يقعون ضحية لتقنيات الاحتيال الجديدة في مجال الإعلانات.

23. وعلاوةً على المتطلبات التنظيمية الجديدة المعتمدة في الاتحاد الأوروبي، تهدف الممارسات الجيدة المحددة في هذه المساهمة إلى المساعدة في تطبيقها العام، وتعزيز فهم التدابير التي من شأنها أن تقوض إساءة استخدام التطبيقات ومتاجر التطبيقات في سياق الأنشطة التي تتعدى على الملكية الفكرية.

[نهاية الوثيقة]

⁵ انظر: [Online advertising on IPR-Infringing Websites and Apps](https://www.euipo.europa.eu/en/publications/online-advertising-on-ipr-infringing-websites-and-apps), European Union and Intellectual Property Office, p.7، المرجع متاح على الموقع: <https://www.euipo.europa.eu/en/publications/online-advertising-on-ipr-infringing-websites-and-apps>

⁶ انظر: https://single-market-economy.ec.europa.eu/industry/strategy/intellectual-property/enforcement-intellectual-property-rights/memorandum-understanding-online-advertising-and-ipr_en

⁷ وضع فريق العمل المعني بمكافحة القرصنة في فريق المساءلة الموثوقة (TAG) مجموعة من التوصيات بشأن أفضل الممارسات لمساعدة المعلنين والوكالات ووسطاء تكنولوجيا الإعلانات عبر الهاتف المحمول في تحديد وإزالة تطبيقات الهاتف المحمول التي تتعدى على الملكية الفكرية من مساحات الإعلانات المعروضة.