

Гражданское право

ПРОБЛЕМА КИБЕРСКВОТТИНГА

А.А. Пальянов

Прорыв, произошедший в области компьютерных технологий за последнее десятилетие, привел к значительным социальным изменениям. Появился новый вид общественных ресурсов — информационные, которые существенно отличаются от ранее известных. Создание глобальной сети Интернет сделало информацию более доступной. Кроме того, всемирная сеть стала не только огромным хранилищем информации и способом межличностного общения, но и областью новых экономических отношений.

В настоящее время каждый пользователь ресурса сети Интернет может создать собственную страницу или сайт, которые должны иметь адрес или домен. Роль домена сопоставима со значением имени для человека или товарного знака для продукта. Хорошо разрекламированное доменное имя из виртуального пространства способно приносить реальный доход своему владельцу. А то, что приносит доход, нередко становится объектом захвата — будь то привычный товарный знак или домен из виртуального пространства.

Обычно, в качестве наименования домена, используется какое-либо краткое словесное обозначение, отождествляемое пользователем с владельцем домена. Чаще всего, это фрагмент наименования или товарного знака для юридических лиц и фамилия или псевдоним для физических лиц. Помимо этого, можно регистрировать более общие наименования доменов, например *car.ru*, *turizm.ru*, номера своих телефонов *913111111.ru* и иные обозначения. Пользователи, регистрирующие домены для собственных нужд, именуются добросовестными.

Однако есть пользователи, которых называют международным термином — «киберсквоттеры». На сегодняшний день российским законодательством не определено понятие «киберсквоттинг». По сути, киберсквоттеры — это лица, как физические, так и юридические, пытающиеся извлечь выгоду из регистрации доменного имени. Такие лица регистрируют домены, к которым не имеют пря-

мого отношения, с целью их дальнейшей перепродажи. Разумеется, киберсквоттеры тщательно выбирают домены, на которых можно заработать, и регистрируют в первую очередь имена, созвучные с известными товарными знаками или просто общеупотребимые слова, т. е. домены, легкие для запоминания.

Некоторые доменные имена продавались за миллионы долларов — например, в конце 1999 г. *business.com* был куплен за \$7,5 млн., а *loans.com* — за \$3 млн. в конце 2000 г. После длительных попыток получить домен *Tourismaustralia.com*, австралийское правительство переложило бремя расходов по приобретению этого значимого для развития туротрасли Австралии доменного имени на налогоплательщиков, потратив в общей сложности 201 000 долларов на этот домен.

Те компании, которые не хотят выплачивать киберсквоттерам деньги за домены, пытаются решить вопрос в судебном порядке. Компания *Nokia*, известный производитель мобильных телефонов, выиграла свое первое судебное разбирательство в отношении спорного доменного имени *nokia.me.uk*. Домен в британской зоне для персональных веб-сайтов принадлежал жителю Лондона, которому было отправлено требование передать имя финской компании.

Британец отказался передать домен, заявив, что «*Nokia*» — это его псевдоним, под которым он известен среди интернет-общественности. Вместе с отказом пользователь по имени «*Nokia*» предложил компании *Nokia* купить домен за некоторую сумму. После такого заявления производитель мобильных телефонов решил обратиться к регистратору *Nominet* (оператор зоны *uk*) с просьбой о принудительной передаче домена.

Арбитражная комиссия, рассматривавшая дело «*Nokia* против *Nokia*», решила, что жителю Великобритании должны быть известны имена крупных компаний, так что регистрация доменного имени «по ошибке» невозможна. Решающим

доказательством в пользу передачи домена финской компании стал тот факт, что британец под псевдонимом Nokia владеет несколькими доменными именами, схожими по написанию с названиями других известных корпораций.

В решении комиссии по делу о домене *nokia.me.uk* утверждается следующее: «Регистрация одного домена с именем известной компании может показаться случайностью. Регистрация двух доменных имен, включающих зарегистрированные торговые марки, — непродуманностью действий. Но регистрация четырех доменов, включающих торговые марки двух автопроизводителей, одной электрической корпорации и финского производителя мобильных телефонов, кажется комиссии киберсквоттерством».

В отличие от компании Nokia, компания Ford Motor отозвала свое исковое заявление, прекратив тем самым, разбирательство с хакерским журналом «2600» в отношении домена *FuckGeneralMotors.com*. Второе поражение автопроизводителя поставило точку в этом деле, которое началось еще два года назад. В декабре американский суд решил, что Ford Motor не имеет прав на домен *FuckGeneralMotors.com*, а следовательно, доменное имя остается у нынешнего владельца.

Адвокаты Ford настаивали на том, что доменное имя нарушает права компании на торговую марку General Motors. Претензия Ford могла быть удовлетворена, если бы сайт использовался владельцем (журналом «2600») в целях распространения порочных сведений об автопроизводителе. Задачу Ford Motor осложняло то, что на сайте *FuckGeneralMotors.com* был установлен редирект на официальный сайт компании.

После решения суда в пользу «2600» Ford Motor оспорила его в апелляционном суде. Пройдя через несколько месяцев судебной волокиты, Ford Motor прекратила разбирательство, подтвердив тем самым право владельца *FuckGeneralMotors.com* на доменное имя и право на перенаправление посетителей сайта куда угодно, в том числе и на официальную страницу Ford Motor.

Как же обстоят дела с киберсквоттингом в России? Как и в большинстве открытых доменов, в зоне RU действует заявительный порядок регистрации имен. Регистратор не уполномочен производить предварительную проверку заявляемых к регистрации доменных имен на соответствие их каким-либо объектам, в том числе объектам исключительных прав. Выбор имени домена и его использование осуществляет заявитель. Соответственно, риск возможных неблагоприятных последствий, связанных с выбором имени домена и его использованием, несет владелец доменного имени.

В России проблема разрешения споров о доменных именах дошла до этапа судебных разбира-

тельств сравнительно недавно — только в 1999 г. К этому времени при Всемирной Организации Интеллектуальной Собственности (WIPO) было создано несколько арбитражных центров, призванных рассматривать доменные конфликты в зонах общего пользования (на тот момент COM, NET, ORG).

В мировой практике проблема доменных споров решена доскональным описанием всех возможных вариантов регистрации одноименных с товарным знаком доменов. Передача домена правообладателю товарного знака осуществляется только при соблюдении трех основополагающих моментов: доменное имя идентично или сходно до степени смешения с товарным знаком или знаком обслуживания; у ответчика нет прав или законных интересов в отношении доменного имени; доменное имя было зарегистрировано и используется в недобросовестных целях.

Основываясь на отсутствии доказательств последнего пункта, WIPO зачастую принимает решения в пользу владельца домена, а не владельца товарного знака.

Первые отечественные иски подавались с требованиями о запрете использовать (регистрировать) имена доменов, содержащие фирменное наименование истцов. Первоначальные попытки предъявлять иск к РосНИИРОСу, администратору домена RU, заканчивались провалами, что полностью соответствует мировой практике, согласно которой организации, осуществляющие регистрацию доменов, либо не участвуют в спорах о доменных именах, либо привлекаются в качестве третьих лиц. Администраторы национальных доменов не несут в силу своего правового положения ответственности за действия киберсквоттеров. В случае необходимости по ходатайству заинтересованной стороны регистрирующая организация может предоставить суду достоверную информацию о регистрации доменного имени.

Дальнейшие иски заявлялись правообладателями непосредственно к киберсквоттерам. РосНИИРОС фигурировал в них преимущественно как третье лицо. Обобщая решения по первым судебным делам, основанным на конфликте «домен — товарный знак», можно сказать, что владельцам товарных знаков, как минимум, удавалось запретить использование доменов, сходных с товарными знаками, а в некоторых случаях истцы не только добились прекращения использования домена, но и получили право на администрирование домена.

Наметившаяся положительная тенденция — вынесение судами решений о запрете ответчикам (киберсквоттерам) использовать доменное имя правообладателя имеет существенный недостаток. Законодательство о товарных знаках, а именно оно было и остается основным подспорьем правообладателей в борьбе за свои домены, предусматри-

вает только возможность запрета использования товарного знака, в том числе в доменном имени. После вынесения судом решения о запрете одному киберсквоттеру использовать в наименовании домена спорный товарный знак, ничто не препятствует другому зарегистрировать этот домен на себя еще до того, как это успеет сделать правообладатель, и снова предложить последнему выкупить домен.

Учитывая законодательную неурегулированность этой проблемы, РосНИИРОС взял инициативу на себя и 10 апреля 2002 г. внес изменения в «Регламент и тарифы на услуги по регистрации доменов второго уровня в зоне RU», предоставив правообладателям на основе вынесенного судебного решения возможность в приоритетном порядке зарегистрировать домен на себя.

Изменения в Регламенте коснулись оснований аннулирования регистрации доменных имен. Эти изменения упростили процедуру исполнения судебных решений для тех лиц, чьи права были признаны в судебном порядке нарушенными в результате использования администратором доменного имени объекта, правами на который обладает истец.

В новой редакции Регламента регистрация доменного имени аннулируется до истечения срока действия регистрации по вступившему в законную силу решению суда, признающему администрирование домена его Администратором нарушением прав истца и/или запрещающему использование в доменном имени обозначения, правами на которое обладает истец. При этом преимущественным правом на регистрацию аннулированного домена обладает лицо, чьи права суд признал нарушенными. Для реализации преимущественного права указанное лицо обязано направить в РосНИИРОС письменное заявление о регистрации доменного имени в течение 30 (тридцати) календарных дней со дня аннулирования регистрации. Другое существенное изменение, затрагивающее рассматриваемую проблему, — внесенные в конце декабря 2002 г. поправки в Закон «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров».

В новой редакции закона пункт, посвященный нарушениям прав правообладателя товарным знаком выглядит так: «Нарушением исключительного права правообладателя (незаконным использованием товарного знака) признается использование без его разрешения в гражданском обороте на территории Российской Федерации товарного знака или сходного с ним до степени смешения обозначения в отношении товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, или однородных товаров, в том числе размещение то-

варного знака или сходного с ним до степени смешения обозначения... в сети Интернет, в частности в доменном имени и при других способах адресации».

По данным пресс-службы Ru-Center¹, ведущего российского регистратора доменных имен, начиная с момента внесения поправок в закон о товарных знаках, в российских судах было вынесено решение более чем по тридцати делам, связанным с доменными спорами, еще более двадцати дел находятся в стадии рассмотрения. Абсолютным лидером по числу рассматриваемых доменных дел является Арбитражный суд Москвы. Российские граждане и организации в 2005 г. не обращались в Центр в качестве истца, однако 19 раз выступали в качестве ответчика. За прошедший год Центром было рассмотрено 52 доменных спора вокруг мультиязычных доменов.

К сожалению, новая редакция закона, на который судьи опираются при вынесении вердикта, сохранила отдельные недостатки прежнего текста. Подобная редакция не учитывает иные средства индивидуализации физических и юридических лиц. Почему, например, ЗАО «Иванов», с одноименным товарным знаком, имеет больше оснований владеть доменом ivanov.ru, чем человек с той же фамилией? По словам юристов РосНИИРОС², в России не существует судебной практики разрешения споров об использовании фамилий в доменных именах. Фамилия и имя товарным знаком не являются, по крайней мере, до тех пор, пока они не зарегистрированы в таком качестве. Владелец фамилии может предъявить претензии владельцу соответствующего домена только в том случае, если на сайте появляется информация, нарушающая права того или иного лица. Эта проблема характерна для всего интернет-сообщества. Так, только регистрация имени в качестве товарного знака позволила известной актрисе Джулии Робертс отсудить «свое» доменное имя.

Чтобы избежать проблем с киберсквоттерами, в последние два-три года фирмы при регистрации новой торговой марки сразу проверяют наличие под нее свободного доменного имени в ее национальной зоне и зоне .com. При заказе стили и логотипа заказываются приобретение доменного имени и создание сайта.

Интернет — это новая, очень серьезная экономика, в которую никогда не придут деньги, если не будет четко прописанного законодательства, которого сейчас нет нигде в мире. Есть только прецеденты. И пока все они сводятся к тому, что богатый и сильный побеждает слабого. А иски частных лиц и мелких проектов не рассматриваются вообще.

¹ www.info.nic.ru

² www.ripn.net