Ленинградский юридический журнал 2021. № 1 (63)
Leningrad Legal Journal С. 108–119

Статья / Article

УДК / UDC 347.12 : 004
DOI 10.35231/18136230_2021_1_108

Киберсквоттинг как фактор воздействия на деловую репутацию юридического лица

К. А. Тарасевич

Санкт-Петербургский юридический институт (филиал)
«Университет прокуратуры Российской Федерации»
Санкт-Петербург, Российская Федерация

Актуальность темы исследования определяется относительной новизной такого явления как киберсквоттинг в российской практике. Кроме того, до настоящего времени отсутствует легальное определение киберсквоттинга и конкретных методик борьбы с их деятельностью в сети Интернет.

По мере цифровизации общества, как отмечается в работе, в информационно-коммуникативной среде появляется множество потенциально опасных факторов и приемов, под воздействием которых может меняться восприятие деловой репутации юридического лица. В научной статье рассматриваются различные направления деятельности администраторов доменных имен, подпадающие под определение киберсквоттинга.

В заключение статьи автор высказывает предложения по совершенствованию законодательства в области регистрации доменных имен на территории Российской Федерации, направленные на пресечение потенциально вредоносной деятельности киберскоттеров.

Ключевые слова: киберсквоттинг, деловая репутация, юридическое лицо, доменное имя, товарный знак, цифровизация.

Для цитирования: Тарасевич К. А. Киберсквоттинг как фактор воздействия на деловую репутацию юридического лица // Ленинградский юридический журнал. 2021. № 1 (63). С. 108–119. DOI 10.35231/18136230_2021_1_108

Cybersquatting as a factor affecting the business reputation of a legal entity

Ksenia A. Tarasevich

Saint-Petersburg Law Institute (branch)
«University of prosecutor's office of the Russian Federation»
Saint Petersburg, Russian Federation

The relevance of the research topic is determined by the relative novelty of such a phenomenon as cybersquatting in Russian practice. In addition, until now there is no legal definition of cybersquatting and specific methods of combating their activities on the Internet.

As society digitalizes, as noted in the work, many potentially dangerous factors and techniques appear in the information and communication environment, under the influence of which the perception of the business reputation of a legal entity may change. This scientific article examines various areas of activity of domain name administrators that fall under the definition of cybersquatting.

In conclusion of the article, the author makes suggestions for improving the legislation in the field of registration of domain names in the territory of the Russian Federation, aimed at suppressing the potentially harmful activities of cyberscotters.

Key words: cybersquatting, business reputation, legal entity, domain name, trademark, digitization.

For citation: Tarasevich, K. A. (2021). Kiberskvotting kak faktor vozdeistviya na delovuyu reputatsiyu yuridicheskogo litsa [Cybersquatting as a factor affecting the business reputation of a legal entity]. *Leningradskij yuridicheskij zhurnal – Leningrad Legal Journal.* No 1 (63). pp. 108–119. DOI 10.35231/18136230_2021_1_108 (In Russian).

Введение

На современном этапе развития большая роль отводится переходу экономики и общества на цифровую модель существования. Курс на повсеместную цифровизацию в Российской Федерации впервые был заложен в указе Президента РФ от 09.05.2017 № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы».

Вышеназванная Стратегия развития информационного общества закрепляет следующее определение цифровой экономики: «Цифровая экономика – хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг». Стратегия развития информационного общества декларирует важность процессов цифровизации общества и экономики путем внедрения новых информационных технологий. Данные процессы в Российской Федерации направлены на получение следующих результатов:

- повышение эффективности экономики посредством внедрения новых технологии сбора, обработки и анализа данных, что в свою очередь повлияет на затраты при производстве товаров и оказании услуг[1];

- оперативность взаимодействия различных структур путем прямого обмена данными посредствам сети Интернет, агрегаторов, социальных сетей, мессенджеров;

- увеличение территории охвата и количества потенциальных контрагентов за счет использования цифровых технологий, в том числе сети Интернет. Стратегия развития информационного общества предусматривает «подключение населенных пунктов с населением от 250 до 500 человек к сети Интернет»[2];

- повышение производительности труда;

- повышение конкурентоспособности Российской Федерации на мировых рынках;

- устойчивость и сбалансированность долгосрочного развития рынка[3].

Технологические особенности цифровизации общества и экономики предполагают мобильность, социальность, возможность быстрого доступа к необходимой информации, а также обработку больших массивов данных. С одной стороны, этот процесс, бесспорно, упрощает способ взаимодействия широко круга субъектов между собой, однако с другой – цифровизация представляет собой скрытую угрозу для безопасности общества. В этой связи возникают многочисленные вопросы, в том числе, связанные с правом на защиту репутации юридического лица в сети Интернет в процессе осуществления им своей деятельности в гражданском обороте.

В настоящее время в информационно-коммуникативной среде существует множество потенциально опасных факторов и приемов, под воздействием которых может меняться восприятие деловой репутации конкретного юридического лица. Однако, в данной статье речь пойдет исключительно о кибersквоттинге.

---

[1] П.14 указа Президента РФ от 09.05.2017 № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы» // Собрание законодательства РФ, 15.05.2017, № 20, ст. 2901.

[2] П. 9 Там же.

[3] П. 39 Там же.

1. Доктринальный подход к определению понятия «киберсквоттинг» и действий, подпадающих под него в РФ

Киберсквоттинг (cybersquatting – анг.) – это регистрация доменных имен, совпадающих или сходных со средствами индивидуализации юридических и физических лиц, с целью их дальнейшей перепродажи законным владельцам данных средств индивидуализации или использование для иных целей [6, с. 190]. Лиц, занимающихся данным видом деятельности, называют киберсквоттерами. Основной задачей указанных лиц является получение выгоды от регистрации доменных имен, которая может быть получена на практике несколькими путями. Так, например, киберсквоттер может продать конкретное доменное имя правообладателю товарного знака, знака обслуживания, обозначение которого указано в домене. В противном случае, наличие уже зарегистрированного доменного имени, совпадающего с товарным знаком, может лишить возможности правообладателя последнего осуществлять коммерческую деятельность через сеть Интернет. Другими возможными вариантами являются:

1. Получение доходов благодаря использованию чужой репутации, связанной с конкретным товарным знаком.

2. Распространение негативной информации относительно владельца товарного знака [1, с. 134]. А как мы отмечали ранее, информация в сети Интернет, безусловно, является фактором, оказывающим существенное влияние на деловую репутацию юридического лица [7].

3. Размещение рекламы на сайте. Рекламные контракты, заключаемые киберсквоттерами, способны компенсировать если не все, то большинство затрат на содержание домена, независимо от того, удастся ли его продать.

Однако, перед тем как переходить к более детальному рассмотрению изучаемого вопроса, по нашему мнению, необходимо пояснить, что представляет собой доменное имя.

Доменное имя – это символьное обозначение, предназначенное для сетевой адресации, в которой используется система доменных имен (DNS)[1] и основа сайта, то с чем сталкивается привлеченный клиент [3, с. 71]. Каждая отдельная область представляет самостоятельный домен. Вся сеть Интернет может быть представлена в виде системы этих имен.

[1] Ст. 1 Правил регистрации доменных имен в доменах .RU и .РФ (утв. решением Координационного центра национального домена сети Интернет от 05.10.2011 № 2011-18/81) (ред. от 17.12.2019).

Например, существует национальные доменные имена или территориально-языковые доменные зоны: для Российской Федерации – это RU, для Республики Беларусь – BY, для Китайской Народной Республики – KN и др. Для удобства пользователей сети Интернет доменная зона может конкретизировать тематическую направленность сайта. Например, gov – правительственные организации (gov.ru – сервер органов государственной власти Российской Федерации; government.ru – Правительство России), edu – образовательные организации (edu.ru – федеральный портал «Российское образование»), biz – коммерческие организации (to-biz.ru – идеи бизнеса) и др. Если же пользователь затрудняется определить конкретную тематику доменной зоны, то на территории Российской Федерации будет вполне достаточно написать собственное обозначение и добавить символы «.ru».

В Российской Федерации действует заявительный порядок регистрации доменных имен, т.е. пользователю для регистрации конкретного доменного имена достаточно подать заявку с указанием имени, соответствующего определенным правилам, изложенным в ст. 3.1 Правил регистрации доменных имен в доменах .RU и .РФ (далее по тексту – Правила). При этом, сам регистратор не несет ответственность за выбор доменного имени и за возможные нарушения прав третьих лиц, а лишь проверяет соответствие доменного имени формальным критериям: данное доменное имя не должно быть уже зарегистрировано на территории РФ, оно не должно включать обозначения, включенные в стоп-лист (ст. 3.4. Правил), доменное имя должно соответствовать критериям, изложенным в п. 3.1.1 ст. 3.1 Правил, и, наконец, пользователь должен представить всю необходимую информацию об администраторе. Таким образом, на территории Российской Федерации может быть зарегистрировано неограниченное количество доменных имен, при этом регистратор не обязан сопоставлять пользователя доменного имени, само обозначение и реестр товарных знаков и знаков обслуживания на предмет совпадения пользователя доменного имени и правообладателя товарного знака, знака обслуживания. По официальным данным Координационного центра доменов .RU/.РФ, ведущего реестр, по состоянию на 2019 г. в домене RU насчитывалось более 5 млн. доменных имен[1].

[1] Координационный центр доменов .RU/.РФ // [Электронный ресурс] URL: https://cctld.ru/domains/about/ (дата обращения: 09.12.20).

Возвращаясь непосредственно к проблеме кибersквоттинга в сети Интернет, целесообразно выделить некоторые из направлений деятельности кибersквотттеров:

1. Создание и регистрация доменного имени, которое отражает собственное обозначение пользователя, но не зарегистрировано им самим[1].

Данный вид деятельности некоторые авторы относят к брендинговому кибersквоттингу [1, с. 134; 2, с. 165]. Суть описываемого метода заключается в том, что регистрация доменного имени осуществляется кибersквоттером с расчетом на широкую известность какого-либо малознакомого потребителю, но перспективного товарного знака. Домен изначально приобретается по себестоимости, однако со временем, его ценность может значительно возрасти при последующей перепродаже заинтересованному лицу. Конечно, нет никаких гарантий, что выбранный товарный знак станет востребованным, однако, эти действия рассматриваются в качестве потенциального пассивного дохода.

2. Регистрация на себя освободившегося доменного имени, принадлежащего ранее другому пользователю – перехват домена.

Продление доменов .RU/.РФ становится возможным, начиная с десятого месяца от первоначальной даты регистрации. Этот период предоставляется владельцу для принятия решения о продлении регистрации доменного имени еще на один год с даты окончания ранее установленного срока. Количество возможных продлений неограниченно. Стандартный период преимущественного продления составляет тридцать дней, однако он может быть увеличен в связи с наличием судебных споров. В этот временной отрезок администратор доменного имени все еще может продлить домен, но это имя уже попадает в так называемый список «освобождающихся доменных имен». Если администратором не была подана заявка в установленные сроки, то по истечении периода преимущественного продления регистрация доменного имени аннулируется (ст. 4 Правил). Вот тут и возникает возможность перехвата доменного имени кибersквоттерами. В сети Интернет существует множество сервисов для осуществления рассматриваемых действий. По сути, перехват доменного

[1] В качестве примера может быть рассмотрено Решение Арбитражного суда Московской области от 13 октября 2010 года по делу № А41-22989/10 // [Электронный ресурс] URL: http://sudrf.kodeks.ru/rospravo/document/677803081 (дата обращения: 15.01.21); Решение Арбитражного суда г. Москвы от 29 апреля 2014 года по делу № А40-74313/2013 // [Электронный ресурс] URL: http://docs.pravo.ru/document/view/56306885 (дата обращения: 02.01.21).

имени не является противозаконным, однако, цели, ради которых осуществляется эта деятельность, в случае с киберсквоттерами, всегда корыстные.

3. Создание и регистрация доменного имени, схожего с уже существующим, но незначительно видоизмененного (данный эффект может быть достигнут путем добавления символов, замены оригинальных символов в имени на похожие и т.п.)[1] – это, так называемый, тайпсквоттинг.

Тайпсквоттинг (typosquatting – анг.) – это регистрация доменных имен, рассчитанная на «человеческий фактор», т. е. на ошибки или опечатки, которые могут допустить пользователи сети Интернет при написании. Для достижения высокой эффективности тайпсквоттер должен проанализировать статистику типовых опечаток [8, с. 326] и на ее основе зарегистрировать как можно большее количество доменных имен. Например, официальный домен для сайта магазина молочных продуктов korovka_zorka.ru при ошибочном написании может превратиться в korovka_zorka.com или korovca-zorka.ru, или corovca_zorca.ru и т.д.

Данные действия направлены на привлечение как можно большего количества пользователей сети Интернет (потенциальных покупателей), которые будут использовать данное доменное имя, подразумевая, что оно принадлежит конкретному лицу, например, законному правообладателю товарного знака. Усугубляется данная практика, в связи с копированием киберсквоттерами внешнего вида сайта правообладателя. В качестве примера можно привести печально известный клон официального сайта ОАО «РЖД» (rzd.ru) – rzd-online.ru. По мнению Д. Курочкина, «совсем нередки случаи, когда конкуренты создают сайты-копии – с доменным именем, схожим с тем, на котором размещен сайт организации» [4]. Чем больше пользователей сети Интернет посетили данный сайт, тем больше доход киберсквоттера.

Сам факт покупки или регистрации таких доменов не противоречит закону. Однако такого рода действия киберскоттеров могут повлечь причинение вреда деловой репутации и убытки для юридического лица – законного правообладателя товарного знака.

[1] В качестве примера может быть рассмотрено Решение Кировского районного суда г. Красноярска Красноярского края от 10 марта 2017 г. по делу № 2-950/2017 // [Электронный ресурс] URL: https://goo.su/4aJP (дата обращения: 15.01.21); Решение Арбитражного суда Тюменской области от 19 апреля 2019 г. по делу № А70-2017/2019 // [Электронный ресурс] URL: sudact.ru/arbitral/doc/OdcztixROMxQ/(дата обращения: 02.01.21).

2. Правовое регулирование понятия «кибersквоттинг» и действий подпадающих под него в США

В силу относительной новизны данного явления в российской практике, легальное определение, а тем более конкретная методика борьбы с киберскоттерами отсутствует. В то время как в США в конце прошлого века был принят Закон «О защите потребителей от кибersквоттинга» (Anticybersquatting Consumer Protection Act), а в 2003 г. Закон «О предоставлении достоверных сведений при создании доменных имен» (Misleading domain names on the Internet Act). Данными нормативными актами предусмотрена ответственность за недобросовестные действия лиц по получению прибыли от гудвилла, товарного знака или знака обслуживания другого лица путем регистрации доменных имен в сети Интернет (кибersквоттинг), введение в заблуждение или использование доменного имени идентичного или схожего с чужим товарным знаком[1], а также за сознательные действия лиц по использованию доменного имени в сети Интернет с целью обмана или введения в заблуждение других лиц путем демонстрирования ненадлежащего контента[2]. Однако, необходимо отметить, что при квалификации действий ответчика суд должен учесть все нюансы. К таковым относятся: мотив лица, цели, на достижения которых были направлены действия, способы и методы, применяемые ответчиком, фактический ущерб. Только совокупность этих факторов может свидетельствовать о том, является ли эта деятельность кибersквоттингом или нет. Зарубежное законодательство демонстрирует возможности успешного совмещения общих способов защиты прав, а также специальных, свойственных только для информационно-коммуникационной сети Интернет. Таким образом, правоприменительная практика США «убедительно демонстрирует возможности реальной защиты нарушенных прав на товарные знаки в сети Интернет» [5, с. 121].

[1] SEC. 3.(d) (1) (A) of Anticybersquatting Consumer Protection Act // [Электронный ресурс] URL: https://www.congress.gov/congressional-report/106th-congress/senate-report/140 (дата обращения: 10.11.20).

[2] URL: https://uscode.house.gov/view.xhtml?req=granuleid:USC-prelim-title18-section2252B&num=0&edition=prelim

3. Об отечественной правоприменительной практике по спорам, возникающим между правообладателем товарного знака, знака обслуживания и администратором доменного имени

Что же касается законодательства Российской Федерации, то само понятие доменного имени и правила его использования предусмотрены Федеральным законом от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», а также ст. 1484 и 1519 ГК РФ. Однако в этих нормативных актах опять же не предусмотрена ответственность за репутационный вред, причиненный недобросовестным использованием киберсквоттерами доменного имени, схожего или прямо ассоциирующегося у потребителя с конкретным товарным знаком или знаком обслуживания.

Безусловно, при возникновении спора между правообладателем товарного знака, знака обслуживания и администратором домена важными являются: цель регистрации доменного имени и форма использования домена его владельцем. В том случае, если киберсквоттер использует доменное имя для рекламы или реализации товаров, работ и услуг, непосредственно связанных с ранее зарегистрированным другим лицом товарным знаком, то его действия нарушают ст. 1484 ГК РФ. В то же время, в отдельных решениях судов встречается позиция, согласно которой сам факт владения в сети Интернет страницей, в доменном имени которого содержится обозначение идентичное товарному знаку, вне зависимости от активности использования домена, может создать для администратора потенциальную возможность привлечения на свою страницу потребителей товаров и услуг юридического лица – правообладателя товарного знака, знака обслуживания и извлечения из этого незаконной прибыли[1]. Правообладатель имеет право подать иск о защите своего исключительного права. В этом случае действия администратора доменного имени могут быть квалифицированы судом как недобросовестная

[1] Решение Арбитражного суда Московской области от 13 октября 2010 года по делу № А41-22989/10 // [Электронный ресурс] URL: http://sudrf.kodeks.ru/rospravo/document/677803081 (дата обращения: 15.01.21); Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»// [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_323470/ (дата обращения: 15.01.21).

конкуренция[1]. Однако, как правило, кибersквоттеры действуют иначе, реклама, размещаемая на сайтах под такими доменами никак не связана с одноименным товарным знаком, или же на сайте под этим доменным именем отображается информация о нескольких видах деятельности, в числе которых может оказаться и та, которая ассоциируется у покупателей с вполне определенным товарным знаком. Таким образом правообладателю товарного знака будет весьма затруднительно доказать факт нарушения интеллектуальных прав.

Заключение

По нашему мнению, необходима легализация понятия кибersквоттинга в российском законодательстве и разработка критериев отнесения действий администраторов доменных имен к такому роду деятельности. Кроме того, назрела необходимость введения обязанности для координатора, ведущего реестр доменных имен, проверять заявки на регистрацию доменного имени на предмет совпадения пользователя доменного имени и правообладателя товарного знака, знака обслуживания. В свою очередь правообладателям товарным знаков, с нашей точки зрения, было бы целесообразно подавать заявки на регистрацию нескольких доменных имен, исходя из возможных вариантов написания конкретного обозначения с учетом описок или опечаток, допускаемых пользователями сети Интернет.

Список литературы

1. Александров А.А Правовая регламентация защиты доменов от неправомерных захватов // Проблемы в российском законодательстве. 2010. № 4. С. 133–135.

2. Будагова М.М. Кибersквоттинг как виде недобросовестного использования доменного имени // Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. 2013. № 19. С. 162–167.

3. Кинзикеева Л.Р. Правовое регулирование доменных имен // Экономика. Право. Инновации. 2016. № 2. С. 71–76.

[1] Постановление Президиума ВАС РФ от 18.05.2011 № 18012/10 по делу № А40-47499/10-27-380 [Электронный ресурс] URL: http://www.arbitr.ru/bras.net/f.aspx?id_casedoc=1_1_82e88e4f-d38d-495e-94ab-5cd45af8e64a (дата обращения: 15.01.21).

4. Курочкин Д. Борьба с негативными отзывами о компании или конкретных сотрудниках [Электронный ресурс] // Гарант.Ру. URL: https://www.garant.ru/article/1121643/ (дата обращения: 05.11.20)

5. Любарская С.И., Боброва В.С., Толстова О.С. К вопросу о защите прав на товарные знаки в сети «Интернет» // Инновационная наука. 2019. № 3. С. 119–121.

6. Рузакова О.А. Право интеллектуальной собственности // Московская финансово-промышленная академия. М., 2004. 308 с.

7. Тарасевич К.А. Факторы формирования деловой репутации юридического лица // Ленинградский юридический журнал. 2020. № 1(59). С. 141–147.

8. Шилова В. А., Печалина М. К. Интернет – мошенничество как значимая характеристика «экранного мира» сети // Наука телевидения. 2014. С. 324–342.

References

1. Aleksandrov, A.A. (2010). Pravovaya reglamentatsiya zashchity domenov ot nepravomernykh zakhvatov [Legal regulation of protection of domains from illegal seizures]. *Problemy v rossiiskom zakonodatel'stve – Problems in Russian legislation.* No 4. pp. 133–135. (In Russian).

2. Budagova, M.M. (2013). Kiberskvotting kak vide nedobrosovestnogo ispol'zovaniya domennogo imeni [Cybersquatting as a form of unscrupulous use of the domain name]. *Vestnik RGGU. Seriya: Ehkonomika. Upravlenie. Pravo – Bulletin of the Russian State Humanitarian University. Series: Economics. Management. Right*. No 19. pp. 162–167. (In Russian).

3. Kinzikeeva, L.R. (2016). Pravovoe regulirovanie domennykh imen [Legal regulation of domain names]. *Ehkonomika. Pravo. Innovatsii – Economics. Right. Innovation.* No 2. pp. 71–76. (In Russian).

4. Kurochkin, D. (2017). *Bor'ba s negativnymi otzyvami o kompanii ili konkretnykh sotrudnikakh* [Combating negative reviews about the company or specific employees]. Garant.Ru. URL: https://www.garant.ru/article/1121643/ (data obrashcheniya: 05.11.20). (In Russian).

5. Lyubarskaya, S.I., Bobrova, V.S., Tolstova, O.S. (2019). K voprosu o zashchite prav na tovarnye znaki v seti «InterneT» [On the issue of protecting trademark rights on the Internet]. *Innovatsionnaya nauka – Innovation Science.* No 3. pp. 119–121. (In Russian).

6. Ruzakova, O.A. (2004). Pravo intellektual'noi sobstvennosti [Intellectual Property Law]. Moskovskaya finansovo-promyshlennaya akademiya [Moscow Financial and Industrial Academy]. Moscow. 308 p. (In Russian).

7. Tarasevich, K.A. (2020). Faktory formirovaniya delovoi reputatsii yuridicheskogo litsa [Factors of formation of business reputation of legal entity]. *Leningradskii yuridicheskii zhurnal – Leningrad legal journal.* No 1(59). pp. 141–147. (In Russian).

8. Shilova, V. A., Pechalina, M. K. (2014). Internet – moshennichestvo kak znachimaya kharakteristika «ehkrannogo mirA» seti [Internet – fraud as a significant characteristic of the "screen world"]. *Nauka televideniya – Science of television*. pp. 324–342. (In Russian).

Об авторе

Тарасевич Ксения Александровна, старший преподаватель кафедры гражданско-правовых дисциплин, Санкт-Петербургский юридический институт (филиал) федерального государственного казенного образовательного учреждения высшего образования «Университет прокуратуры Российской Федерации», юрист 1 класса, e-mail: 89219505168lgu@gmail.com

About the author

Ksenia A. Tarasevich, Art. Lecturer of the Department of Civil Law Disciplines of the Saint-Petersburg Law Institute (branch) of the Federal State Establishment of Higher Education «University of prosecutor's office of the Russian Federation», 1st class lawyer, e-mail: 89219505168lgu@gmail.com

Поступила в редакцию: 20.02.2021

Принята к публикации: 26.02.2021

Опубликована: 29.03.2021

Received: 20 February 2021

Accepted: 26 February 2021

Published: 29 March 2021