

УДК 347.77

DOI: <https://doi.org/10.18524/2411-2054.2018.31.143453>

*Н. М. Булат*, аспірантка  
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова  
Кафедра цивільно-правових дисциплін  
Французький бульвар, 24/26, Одеса, 65058, Україна

## ПОНЯТТЯ КІБЕРСКВОТИНГУ ТА ЙОГО ВИДИ

У статті досліджується явище кіберсквотингу та його види. Запропоновано визначення поняття «кіберсквотинг», проведена його класифікація. Розглянуто основні види кіберсквотингу. Запропоновано для боротьби з кіберсквотингом сприйняти в українському законодавстві концепцію Єдиних Правил розгляду спорів про доменні імена, розроблених Всесвітньою організацією інтелектуальної власності та прийнятих Інтернет-корпорацією з присвоєння імен та номерів.

**Ключові слова:** кіберсквотинг, доменні спори, доменні імена, реєстрація доменного імені, доменна зона.

**Постановка проблеми.** Загальновідомо, що у сучасному інформаційному світі доменні імена є не просто сукупністю позначень, вони слугують своєрідною «візитною карткою» сайту, засобом його індивідуалізації, і вдало підібране доменне ім'я робить ресурс привабливим і легким для пошуку користувачами. При цьому досить часто доменні імена використовуються суб'єктами підприємницької діяльності, які прагнуть розробити свій сайт, який би слугував якщо і не платформою для продажу товарів (надання послуг), то принаймні своєрідним рекламним матеріалом таких товарів (послуг). Разом з тим через цінність та значущість доменних імен поширеною стає практика так званої «недобросовісної реєстрації» доменного імені, яка отримала назву «кіберсквотинг».

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню даної проблеми присвячено ряд наукових праць, зокрема Н. О. Попової, Т. В. Коваленко, А. Г. Серго, К. І. Гладкої. Так, Н. О. Попова досліджує кіберсквотинг як основний вид правопорушень у доменних спорах, Т. В. Коваленко дане явище розглядає крізь призму ринку купівлі та продажу доменів. А. Г. Серго, К. І. Гладкая досліджують проблему кіберсквотингу, порівнюючи доменне ім'я із рядом суміжних понять.

Утім явище кіберсквотингу вимагає подальшого дослідження. Зокрема, важливим є конструювання поняття кіберсквотингу як цивільного правопорушення, окреслення видів кіберсквотингу та аналіз судової практики розв'язання доменних спорів.

**Метою статті** є конструювання визначення поняття «кіберсквотинг», дослідження основних його видів, виявлення можливих шляхів боротьби з даним явищем.

**Виклад основного матеріалу.** З огляду на поширеність практики недобросовісної реєстрації доменних імен все частіше виникають доменні спори. За даними Всесвітньої організації інтелектуальної власності (далі – ВОІВ) Центр арбітражу та медіації ВОІВ наразі розглянув більше 39 тисяч доменних спорів [1].

Один із перших загальновідомих скандалів довкола доменних імен пов'язаний



з доменним ім'ям "mcdonalds.com". Суть справи була наступна. У 1994 році репортер "NewsDay", містер Квіттнер, зареєстрував доменне ім'я "mcdonalds.com", після чого описав цей випадок у іронічній статті в журналі "Wired" та підписався "tonald@mcdonalds.com". Зроблено це було, у першу чергу, задля привернення уваги до проблеми реєстрації «чужих» доменних імен. Адже після того, як на прохання журналіста "McDonald's Corporation" зробила невелику пожертву одній із шкіл Нью-Йорка (закупила до школи комп'ютерне обладнання) [2], репортер передав доменне ім'я володільцю товарного знаку. Між тим цей приклад дав свої плоди, і вже до кінця того ж таки 1994 року 14 відсотків доменів зі списку TOP-500 американських компаній були зареєстровані сторонніми людьми [3, с. 38-39].

У літературі подібні правопорушення іменуються терміном «кіберсквотинг» (англ. cybersquatting). За етимологією даний термін походить від «сквотинг» (англ. squatting), що буквально означає «незаконне вселення до будинку» [4].

Учасники Інтернет-відносин термін «кіберсквотинг» найчастіше трактують як протизаконну бізнес-діяльність, що полягає у реєстрації, використанні та пропонуванні до продажу доменного імені з несумлінним наміром отримати прибуток від паразитування на гудвілі або торговельній марці, яка належить іншій особі. Спонукальними мотивами до діяльності у ролі кіберсквотерів є невелика потреба у початкових капіталовкладеннях та значні прибутки після продажу доменів [5, с. 135].

Утім, на нашу думку, дане визначення потребує певного коригування. По-перше, кіберсквотинг варто розуміти як правопорушення. Адже термін «протизаконна бізнес-діяльність» не одержав належного обґрунтування. По-друге, кіберсквотинг полягає у недобросовісній реєстрації доменного імені, при цьому його використання та пропонування до продажу не є обов'язковим. По-третє, метою недобросовісної реєстрації доменного імені може бути не лише отримання прибутку від його перепродажу, а також введення в оману споживачів, обмеження діяльності конкурента тощо. Окреслити повне коло можливих намірів правопорушника у даному випадку не є можливим. Та й навряд чи це доцільно. Адже власне поняття «недобросовісність» вже свідчить про реалізацію права на реєстрацію доменного імені з метою, що суперечить даному праву.

Таким чином, на нашу думку, кіберсквотинг варто розуміти як порушення прав інтелектуальної власності на знаки для товарів і послуг, комерційні (фірмові) найменування, об'єкти авторського права тощо, а також на самі доменні імена, та порушення прав на ряд інших об'єктів, які не є об'єктами права інтелектуальної власності (наприклад, ім'я фізичної особи), вчинене шляхом недобросовісної реєстрації доменного імені, що містить позначення, яке є тотожним (схожим) з охоронюваним об'єктом (його частиною).

Залежно від кола позначень, які недобросовісно використовуються кіберсквотерами при реєстрації доменних імен, кіберсквотинг прийнято класифікувати на певні види. Так, Т. В. Коваленко виділяє галузевий, брендовий, географічний, іменний кіберсквотинг, тайпосквотинг, а також захисний кіберсквотинг [6, с. 42]. Таку точку зору поділяє і Н. О. Попова [5, с. 135-136].

На нашу думку, за цим критерієм можна виділити наступні види кіберсквотингу:

1. Брендовий кіберсквотинг – порушення, що характеризується недобросовіс-

ною реєстрацією доменних імен, які відповідають торговельним маркам, іншим засобам індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів і послуг. До слова, коли вживають термін «кіберсквотинг», то мають на увазі частіше всього саме брендовий кіберсквотинг [7].

Але сама по собі реєстрація відповідних позначень у доменному імені ще не створює кіберсквотингу. Адже необхідно враховувати, перш за все, мету реєстрації такої Інтернет-адреси. Так, канадський суд у справі “Bell ExpressVu Limited Partnership” проти “Tedmonds & Co. Inc.” дійшов висновку, що, оскільки позивачу належить доменне ім’я “expressvu.com”, а відповідач використовує доменне ім’я “expressvu.org” і його комерційне застосування (тим паче у некомерційній доменній зоні) не доведено, немає підстав для задоволення вимог позивача про переделегування йому доменного імені “expressvu.org”, і використання такого доменного імені відповідачем є правомірним [3, с. 39]. Цікавою є також справа з приводу домену “arial.nl”. Компанія “Procter & Gamble/Magenta” звернулася з позовом до одного із судів Нідерландів, вважаючи, що використання відповідачем доменного імені “arial.nl” порушує її права як володільця прав на товарний знак “AriAl”. Однак відповідач у суді пояснив, що сайт використовується ним для особистих потреб, а назва домену перекладається як «лев», що є його улюбленою твариною. Суд врахував таке використання доменного імені законним та відхилив позов “Procter & Gamble/Magenta” [3, с. 42]. Ще однією справою, розглядаючи яку, суд вирішив, що реєстрація доменного імені не є кіберсквотингом з огляду на те, що у доменному імені використовується позначення, що є загальнозживаним словом, є справа за позовом “EFax.com Inc” до володільця доменного імені “efax.co.uk”, що розглядалася англійським судом. Так, у даній справі суд відмовив у задоволенні позову через те, що у доменному імені відповідачем використовувалося не унікальне, а описове позначення, що є звичним для електронного бізнесу, і тому явного суміщення з бізнесом позивача бути не може [3, с. 39].

На добросовісність реєстрації доменного імені може також вказувати і те, що така реєстрація відбулася раніше за реєстрацію торговельної марки.

Та одна із найбільш складних проблем у правозастосовній практиці виникла через унікальність доменного імені у межах усього світу та неунікальність знаків для товарів і послуг. Так, виникає питання, якщо для різних класів товарів зареєстровані однакові товарні знаки, кому надати перевагу у праві використовувати позначення свого товарного знаку у доменному імені. На практиці таке питання вирішується, як правило, за першістю у реєстрації доменного імені.

Аналогічна проблема була поставлена перед англійським правосуддям ще у 1998 році. Сутність питання зводилася до з’ясування правомірності (неправомірності) використання дилером у доменному імені товарного знаку або назви компанії поставника. Позивачами у справі виступили відомі англійські компанії “Marks & Spencer plc”, “Ladbroke Group plc”, “J Sainsbury plc”, “Virgin Enterprises Ltd” та “British Telecommunications plc” а відповідачами – група компаній-дилерів, що використовувала у доменних іменах позначення товарних знаків та назв компаній позивачів. Суд прийняв рішення на користь позивачів [3, с. 39]. Іншу позицію у аналогічній справі зайняв нідерландський суд у 2000 році, дійшовши висновку, що дилер має законний інтерес у реєстрації доменного імені, що збігається з товарним знаком його партнера. Вплинуло на позицію суду

і те, що на самому сайті дилер вказав, що це сайт не володільця товарного знаку, а саме дилера. Адже таким чином, на думку суду, був відсутній ризик уведення в оману споживачів [3, с. 40].

Щодо конкуренції інтересів володільців доменних імен з володільцями комерційних (фірмових) найменувань, варто додати також наступне. Відповідно до ч. 2 ст. 489 Цивільного кодексу України «право інтелектуальної власності на комерційне найменування є чинним з моменту першого використання цього найменування та охороняється без обов'язкового подання заявки на нього чи його реєстрації і незалежно від того, є чи не є комерційне найменування частиною торговельної марки» [8, ч. 2 ст. 489]. Що ж до моменту першого використання комерційного (фірмового) найменування, то відповідно до Постанови Вищого господарського суду України «Про деякі питання практики вирішення спорів, пов'язаних із захистом прав інтелектуальної власності» від 17.10.2012 року такий момент може встановлюватися, зокрема, за даними «реєстрації доменного імені» [9, п. 80]. Отже, у випадку якщо реєстрація доменного імені є використанням певного позначення у якості комерційного (фірмового) найменування, то подальше використання іншою особою цього ж позначення, якщо це може вводити в оману споживачів, є порушенням прав реєстранта доменного імені. Звідси також випливає, що у випадку, коли реєстрація доменного імені є використанням комерційного (фірмового) найменування, та при цьому таке позначення збігається з комерційним (фірмовим) найменуванням іншої особи, однак це не вводить в оману споживачів, така реєстрація не повинна трактуватися як кіберсквотинг.

2. До брендового кіберсквотингу примикає іменний кіберсквотинг, який можна визначити як недобросовісну реєстрацію доменів, що збігаються з іменами відомих людей або їх псевдонімами.

Можливість захисту особистих імен, не зареєстрованих у якості товарних знаків, уперше була предметом розгляду Центру арбітражу та медіації ВОІВ у справі про доменне ім'я “jeanettewinterson.com”, де Центр арбітражу та медіації передав британській письменниці Джанет Уінтерсон (Jeanette Winterson) вищезгадане доменне ім'я, зареєстроване Марком Хогартом із Кембриджу [10].

Проте варто мати на увазі, що сама по собі реєстрація у якості доменного імені чужого імені ще не створює кіберсквотингу. Так, шанувальник американської співачки Бенатар Пат (Benatar Pat) успішно захистив своє право використовувати доменне ім'я “patbenatar.com” у некомерційних цілях [10]. Отже, на перший план знову виходить питання добросовісності при реєстрації доменного імені. Таке питання постає і тоді, коли мова йде про людей з однаковими іменами, при цьому ситуація може ускладнюватися ще й тим, що одна особа володіє певною популярністю. Між тим популярність ще зовсім не дозволяє стверджувати наявність у однієї особи більших прав на використання свого імені, ніж у іншої, і не виправдано позбавляти людину, яку звуть так само, як і відомого артиста, політика тощо, права зареєструвати доменне ім'я, що відповідатиме її власному імені. У той же час варто погодитися з А. Г. Серго, К. І. Гладкою у тому, що така реєстрація може (і повинна) визнаватися кіберсквотингом, якщо здійснена вона була виключно для паразитування на чужій репутації чи перепродажу своєму знаменитому тезці [3, с. 23].

Аналогічне рішення повинна знаходити і проблема, коли ім'я особи збігається з найменуванням суб'єкта підприємницької діяльності або іншим засобом









- № 12. Електрон. дан. (3 файли). URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/v0012600-12> (дата звернення: 07.03.2018).
10. Серго А. Доменные имена. М. : Бестселлер, 2006. 368 с.
  11. Калятин В. О. Право в сфере Интернета. М. : Норма, 2004. 479 с.
  12. Кіберсквоттинг: його види, комерційна ефективність, актуальність сьогодні. Електрон. дан. (1 файл). URL: <http://ukrarticles.pp.ua/biznes-i-finansy/16005-kiberskvotting-ego-vidy-kommercheskaya-yeffektivnost-aktualnost-segodnya.html> (дата звернення: 07.03.2018).
  13. Дмитриев С., Рузакова О. Доменные имена: проблемы российского и зарубежного законодательства // Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. 2001. № 6. С. 15-24.
  14. Про авторське право і суміжні права : Закон України від 23.12.1993 р. № 3792-ХІІ зі зм. та доп., внес. зг. законів України; станом на 26.04.2017 р. Електрон. дан. (3 файли). URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3792-12> (дата звернення: 07.03.2018).
  15. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг : Закон України від 15.12.1993 № 3689-ХІІ зі зм. та доп., внес. зг. законів України; станом на 21.05.2015 р. Електрон. дан. (2 файли). URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3689-12> (дата звернення: 07.03.2018).
  16. Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy : Approved by ICANN on October 24, 1999 / ICANN. Electronic data (1 file). URL: <https://www.icann.org/resources/pages/policy-2012-02-25-en> (date of access: 07.03.2018).

Стаття надійшла 17.09.2018 р.

**Н. Н. Булат**, аспірантка

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

Кафедра гражданско-правовых дисциплин

Французский бульвар, 24/26, Одесса, 65058, Украина

## ПОНЯТИЕ КИБЕРСКВОТТИНГА И ЕГО ВИДЫ

### Резюме

В статье исследуется явление киберсквоттинга и его виды. Предложено определение понятия «киберсквоттинг». В зависимости от обозначений, которые недобросовестно используются киберсквоттерами при регистрации доменных имён, проведена классификация киберсквоттинга на брендовый, именной, отраслевой, географический, авторский и тайпсквоттинг (тайпсквоттинг). Рассмотрены очерченные виды киберсквоттинга. Предложено для борьбы с киберсквоттингом воспринять в украинском законодательстве концепцию Единых Правил рассмотрения споров о доменных именах, которые разработаны Всемирной организацией интеллектуальной собственности и приняты Интернет-корпорацией по присвоению имён и номеров.

**Ключевые слова:** киберсквоттинг, доменные споры, доменные имена, регистрация доменного имени, доменная зона.





*N. M. Bulat*, Graduate Student  
Odessa I. I. Mechnikov National University  
the Department of Civil Law Disciplines  
Frantsuzsky Boulevard, 24/26, Odessa, 65058, Ukraine

## THE CONCEPT OF A CYBERSQUATTING AND ITS KINDS

### Summary

The phenomenon of cybersquatting and its kinds are explored in the article. A cybersquatting is addressed as a civil wrongdoing. A definition of the term “cybersquatting” has been proposed. Depending on the signs that are used by cybersquatters the classification of a cybersquatting into brand, personal, sectoral, geography, copyright and typesquatting has been conducted. The outlined kinds of a cybersquatting have been addressed. Based on the research of the phenomenon of cybersquatting it is substantiated a conclusion that the implementation of the conception of the Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy, which was made by the World Intellectual Property Organization and approved by the Internet Corporation for Assigned Names and Numbers, is the best way to fight with cybersquatting.

**Key words:** cybersquatting, domain disputes, domain names, domain names registration, domain zone.