

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ



ISSN 0201-7067



ПРОМЫШЛЕННАЯ СОБСТВЕННОСТЬ

«ИС» выходит с 1957 года (до 1992 г. – под названием «Вопросы изобретательства»)

№ 8

2017 август



7/ Защита товарных
знаков FIFA

19/ «Специалист»
в праве

49/ Гагская система

33/ Доменные споры

59/ Срок действия
патента

Оформите подписку на 2017 год! Подробнее – на www.superpressa.ru

Особенности правовых взаимоотношений доменных имен и товарных знаков

Р. Галифанов

(г. Москва) galifanov@gmail.com



Автором – специалистом по интеллектуальной собственности ООО «Галифанов, Мальков и партнеры» Р.Г. Галифановым дан краткий обзор механизма функционирования единого электронного информационного пространства, рассмотрено правовое положение и роль доменных имен с позиций индивидуализации информационного ресурса в сети Интернет в увязке с экстратерриториальной природой доменов, показаны тенденции развития системы регистрации доменных имен, включая проект ICANN, и проанализирована проблематика соотношения правовых режимов использования в Интернете доменного имени и товарного знака. Сделан вывод, что защита прав владельцев товарных знаков в Интернете является серьезной проблемой, для решения которой требуется дальнейшее совершенствование законодательных и нормативно-правовых актов.

The author – Galifanov R.G., IP specialist at “Galifanov, Malkov and Partners” LLC – provides a brief summary of how the unified electronic information environment functions and analyzes the legal status and the role of domain names in terms of the information resource individualization on the Internet in conjunction with the extraterritorial nature of domains. He shows the trends of domain name registration systems development, including the ICANN project, and analyzes the problem of balancing the legal regimes of the Internet domain name and trademark. He concludes that the protection of trademark owners on the Internet is a serious issue that requires further improvement of legislation and other regulation acts.

Ключевые слова:

доменное имя, товарный знак, Интернет, UDRP, информация, регистратор, адрес, пользователь, сайт, нарушение прав, доменные споры, истец, ответчик, киберсквоттинг, судебные решения, законодательство, недобросовестные действия, введение в заблуждение.

Keywords:

domain name, trademark, the Internet, UDRP, information, registrar, address, user, website, infringement of rights, domain disputes, claimant, defendant, cybersquatting, court decisions, legislation, unfair actions, deception.

Доменное имя

Стремительное развитие информационно-телекоммуникационной сети Интернет, его всеобщая доступность и огромный потенциал породили множество проблем и спорных моментов, затрагивающих самые различные сферы жизни.

Важной особенностью Интернета является отсутствие географических и геополитических границ государств, что приводит к столкновению и ломке национальных законов и выдвигает проблему формирования единого международного законодательства, регулирующего эту сферу.

Такое законодательство тем более необходимо, ведь Интернет не является ни субъектом, ни объектом права – это по сути виртуальная среда нашего обитания. Причем в этой среде довольно часто возникают свои специфические столкновения прав на товарный знак с зарегистрированным доменным именем.

Наиболее глубоко этот вопрос рассмотрен в монографиях С.А. Бабкина и А.Г. Серго. Проблематика соотношения правовых режимов использования доменного имени и товарного знака является одной из серьезных задач, которой уделяется повышенное внимание на законодательном, правоприменительном и теоретическом уровне. В частности, в России рассмотрено множество судебных споров; защищена диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук [1], имеются посвященные этой теме специальные разделы монографий и отдельные статьи. В такой же стране, как США, имеется практически полностью сформировавшаяся, проработанная доктринально и подтвержденная судебной практикой, а также практи-

кой негосударственных арбитражей система норм права, регулирующих регистрацию и использование доменных имен.

Регистрацией доменов в России до 2000 г. занимался только РосНИИРОС (Российский научно-исследовательский институт развития общественных сетей). В 2000 г. было принято решение о введении системы регистрации доменов второго уровня в домене RU (через аккредитованных регистраторов) для чего РосНИИРОС выделил из своей структуры RU-CENTER и передал ему функции регистрации доменов второго уровня. В 2004 г. закончился период опытной эксплуатации системы распределенной регистрации и в данное время регистрацию доменов в зоне RU осуществляют более 10 регистраторов, причем почти 70% регистраций приходится на RU-CENTER.

В настоящее время нет единого определения доменного имени. Федеральный закон РФ № 149 «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» определяет доменное имя, как «*обозначение символами, предназначенное для адресации сайтов в сети «Интернет» в целях обеспечения доступа к информации, размещенной в сети «Интернет»*». Координационный центр национального домена сети Интернет (официальный регистратор доменных зон .RU и .РФ) в правилах регистрации национальных доменных имен дает несколько иное с опорой на технический аспект определение доменного имени, а именно «*доменное имя – это символическое обозначение, предназначенное для сетевой адресации*» [2]. Ряд исследователей, учитывая индивидуализирующую специфику доменного имени, предлагает понимать под ним «*средство индивидуализации, представленное в виде уникального символического обозначения, служащее для*

адресации и индивидуализации информационного ресурса в сети Интернет»¹.

Такое определение вытекает из нематериальной природы доменного имени. Благодаря доменному имени создается возможность отличить веб-сайты одних участников интернет-сообщества от веб-сайтов других участников этого сообщества. При этом, поскольку доменное имя может являться объектом продажи или аренды и в этом качестве участвует в гражданском обороте, оно имеет определенную имущественную ценность. Кроме того, доменное имя, подобно другим средствам индивидуализации, является защитным средством от недобросовестных попыток конкурентов воспользоваться известностью обозначенного им веб-сайта и, таким образом, предотвратить введение в заблуждение пользователей относительно его истинного обладателя. Последнее особенно важно для предотвращения возможного паразитирования на репутации раскрученного доменного имени посредством регистрации сходного с ним до степени смешения интернет-ресурса.

Как известно, существуют два направления формирования доменных имен: по географическому признаку (добавляются две буквы, обозначающие страну, например «ru» – Россия, «tm» – Туркменистан и т.д.) и по направлению деятельности (добавляются три или более буквы английского обозначения сферы деятельности, например «org» – некоммерческие организации, «com» – коммерческие, «team» – для команд, «edu» – образовательные).

Особенностью действующей системы регистрации доменных имен является то, что эта процедура проводится независимо от наличия у заявителя зарегистрированных фирменных наименований или товарных знаков и возможна в данное время только в отношении 37 символов: буквы латинского алфавита, цифры и дефис. Однако последние технические тенденции выдвигают необходимость формирования доменных имен с использованием иного алфавита, чем латиница, в частности русского, арабского, китайского или еврейского [3]. В частности, в 2014 г. стартовал проект ICANN (основанная в Калифорнии

главная координирующая доменную отрасль саморегулируемая некоммерческая организация, известная также как Ассоциация по присвоению имен и портов Интернета) под названием «New gTLD» (новые домены верхнего уровня). В соответствии с этим проектом число общих доменов верхнего уровня должно увеличиться с 22 до 638, в том числе бизнес-сегмент охватывает – 45 зон, торговля – 63, образование – 19, пищевой сектор – 27, география – 77, здоровье – 17, производство – 27, стиль жизни – 88, медиа – 38, финансы – 40, профессии – 33, недвижимость – 28, спорт – 41, технологии – 82, отдых – 21, культура – 12, разное – 91 зону. В числе перечисленных доменных зон восемь являются кириллическими, остальные используют латиницу, причем некоторые из них используются одновременно в разных сферах, например в бизнесе и торговле.

В настоящее время за возможность использования в качестве адреса интернет-ресурса определенного обозначения хозяйствующие субъекты готовы платить достаточно большие деньги. Как показывает обзор ведущих мировых аукционов, продажа доменных имен является весьма прибыльным делом. Вторичному рынку доменов известны следующие рекорды уступки доменных имен: Sex.com – \$12 млн (2006 г.), Business.com – \$7,5 млн (1999 г.), AsSeenOnTv.com более \$5 млн (2000 г.), Korea.com – \$5 млн (2000 г.) и т.д. Успеху продаж способствует не только само доменное имя, но и доменная зона, в которой оно находится. Поэтому разные национальные доменные зоны пользуются неодинаковым спросом.

Например, миниатюрное государство Тувалу, владеющее национальным доменом TV (удачное имя для телевизионных компаний) уступило на 12 лет право регистрировать доменные имена в этой зоне за \$50 млн и благодаря этому смогло внести взнос в Организацию Объединенных Наций и стать ее членом. Весьма прибыльной оказалась национальная доменная зона AG государств Антигуа и Барбуда, поскольку AG является сокращением немецкого слова Aktiengesellschaft (акционерное общество), в связи с чем немецкие акционерные общества охотно регистрируют соответствующие доменные имена

¹ А.В. Попцов. Правовое регулирование доменного имени в Российской Федерации : Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук <http://law.edu.ru/book/book.asp?bookID=1352587>



© istockphoto.com/ibreakstock

с использованием домена верхнего уровня AG. Колумбийский национальный домен CO оказался привлекательным для англо-американских компаний, ввиду того что CO является сокращением слова «company» (компания). Соответственно, туркменский национальный домен TM привлекателен для владельцев товарных знаков, поскольку TM является сокращением широко используемого в торговой практике слова «Trademark» (товарный знак).

Интересен в этом отношении пример с островным государством Токелау (три атолла общей территорией 10 кв. км и количеством жителей около полутора тысяч, находящихся под управлением Новой Зеландии). В последние годы экономика островов растет исключительно благодаря бизнесу по регистрации доменов в зоне «TK». В частности, в 2007 г. в домене «TK» было зарегистрировано более 1,6 млн имен, причем каждый день их количество увеличивается примерно на 10 000. Новый бизнес увеличил ВВП страны на 10%, а жители массово обзавелись персональными компьютерами и получили доступ в Интернет [4].

Предпринимательское сообщество не может обойтись без индивидуализирующей их деятельность доменных имен. Они стали органичной составляющей бизнеса, без которой невозможно деловое общение, извлечение прибыли, получение известности и т.д.

Как известно, доменные имена выполняют не только техническую роль адреса сетевого информационного ресурса, но и роль средства индивидуализации сходного по функциям с товарными знаками. В частности, подобно им они способствуют продвижению на рынок товаров и услуг обладателя домена. Эта особенность не осталась вне зоны внимания предприимчивых лиц, которые стали все чаще регистрировать доменные имена, сочетая порой эту процедуру с регистрацией товарных знаков. Поскольку, в отличие от товарных знаков, регистрацию доменных имен можно осуществить намного быстрее и дешевле, этот вид информационного ресурса стал приобретать нарастающую популярность.

Правовой подход

Одновременно с этим увеличилось количество судебных споров в отношении доменных имен и товарных знаков, фирменных наименований. В результате возникла необходимость разработки более-менее ясного подхода к проблеме соотношения прав на домены с правами на упомянутые средства индивидуализации. Обобщение имеющихся сведений показало, что по данной проблеме имеются два диаметрально противоположных подхода [5].

Первый из них заключается в установлении приоритета прав на товарный знак, фирменное наименование над правом на доменное имя. Однако такой подход имеет недостатки, поскольку доменное имя имеет наднациональный характер, тогда как товарные знаки регистрируются для применения на территории определенных стран и для конкретных категорий товаров и услуг. Отсюда следует, что один и тот же товарный знак может иметь несколько владельцев, применяющих его в разных странах, либо для разных товаров или услуг в одной стране.

Второй подход заключается в признании самостоятельности прав на доменные имена, т.к. они являются средством индивидуализации информационных ресурсов, а не фирмы или товара. Соответственно, при таком подходе регистрация доменного имени может быть отменена только в том случае, если доменное имя используется с нарушением законодательства о рекламе, приводит к недобросовестному ограничению конкуренции, нарушает чей-то товарный знак и т.д. В настоящее время в России используется второй подход.

В США в соответствии с Законом об авторском праве в цифровую эпоху нарушающие авторские права страницы сайта или весь сайт можно удалить из результатов поиска системы Google, путем отправки заявления, без какого-либо уведомления владельца сайта. Это же самое может быть сделано в отношении нарушителей прав на товарный знак. Однако это не решает проблему, поскольку кроме Google существуют другие поисковые системы, посредством которых можно выйти на нарушающий чьи-то интел-

лектуальные права сайт². Как правило, нарушители прав на товарные знаки хорошо осознают неправомерность своих действий, но соблазн воспользоваться репутацией раскрученных брендов сильнее моральных соображений.

Как считает С.А. Бабкин, индивидуализирующая функция товарного знака заключается в возникновении определенной психологической ассоциации в сознании потребителей между знаком и маркируемым им товаром. Она может быть ослаблена или сведена на нет действиями любых третьих лиц, в связи с чем должна юридически охраняться от посягательств со стороны всех и каждого. Доменным именам такая правовая охрана не нужна, поскольку они не входят в перечень охраняемых результатов интеллектуальной деятельности (ст. 1225 ГК РФ). Их индивидуализирующая функция может быть ослаблена или уничтожена только интернет-регистратором. Юридическая защита владельцев доменных имен существует в рамках обязательственного права и поэтому не может быть признана объектом права интеллектуальной собственности, охраняемого соответствующими законами государства.

При регистрации доменного имени регистратор в отличие от товарного знака не обязан производить проверку правомерности использования доменного имени, за исключением отказа в регистрации доменов, противоречащих общественным интересам, принципам гуманности и морали. То есть регистрация доменных имен является явной и предполагает полный и бесспорный нейтралитет интернет-регистратора при возникновении доменных споров [6], причем регистратор в силу специфики своей деятельности не может нести ответственности за регистрацию доменных имен, сходных со средствами индивидуализации третьих лиц, и привлекаться в качестве ответчика по таким спорам [7].

Ответчиком может быть лишь администратор домена. Однако, если это физическое лицо, то установить связь между ним и действиями по размещению информации в Интернете технически невозможно. Идентифицировать можно только

² *Second Life – Brand Promotion and Unauthorized Trademark Use in Virtual Worlds. WIPO Magazine. No. 6. Geneva, 2007. p. 11-13*

компьютер, сервер, с помощью которого была размещена информация в Интернете, но не лицо, которое его разместило. Поэтому в большинстве случаев в качестве ответчика привлекают администратора домена и на него возлагают бремя доказывания своей непричастности к нарушению прав на товарный знак [8].

Доменные споры

В этой связи показательным является рассмотрение в 2008 г. трех судебных исков французской группы компаний The luxury group Moët Hennessy – Louis Vuitton SA (LVMH Group) на сумму 40 млн евро к владельцу самого большого и известного в мире сайта онлайн-аукциона американской компании eBay Inc. и ее швейцарской дочерней компании eBay International AG [9]. Истец обвинял ответчика в том, что он не предпринял действий по предотвращению продаж через принадлежащий ему сайт поддельных товаров, маркированных товарными знаками LVMH Group, а именно дамских сумочек и чемоданов, одежды высокой моды Christian Dior и таких известных женских духов, как Dior, Guerlain, Kenzo и Givenchy.

Ответчик, возражая против исковых требований, аргументировал свою позицию тем, что владелец сайта, во-первых, не несет ответственности за размещение на нем пользователями какой-либо информации и, во-вторых, поскольку сайт находится в доменной зоне США, то французская общественность не является целью размещенных на сайте рекламных объявлений. Однако суд отклонил аргументы ответчика, отметив, что информация в Интернете не имеет территориальных границ и одинаково доступна общественности любой страны мира и, кроме того, расположенная в Швейцарии дочерняя компания ответчика eBay International AG является международной, в связи с чем ее юрисдикция распространяется на все страны мира.

Согласно европейской Директиве об электронной коммерции от 8 июня 2000 г. и ст. 6-1 Закона Франции «О конфиденциальности в цифровой экономике» владельцы сайта в Интернете действительно не ответственны за размещенную на их сайте информацию, но только в том случае, если они

не имеют никакого реального знания о незаконной деятельности пользователей. Если же знают, то обязаны немедленно удалить такую информацию или сделать ее недоступной. В данном случае eBay действовал как брокер, способствуя продвижению сделок и получая комиссионные с каждой продажи, в связи с чем хорошо знал о незаконной деятельности своих пользователей. Учитывая вышеизложенное, по всем трем искам французский суд вынес решение в пользу LVMH Group, предписав ответчику оплатить убытки истца в том размере, в каком они были бы оплачены, если бы между истцом и ответчиком существовал лицензионный договор [9].

Нарастающая практика умышленной регистрации доменных имен, схожих или идентичных с зарегистрированными объектами индивидуализации, получила наименование «киберпиратство» или «киберсквоттинг» и стала причиной многочисленных административных и судебных разбирательств. Термин «киберсквоттинг» происходит от приставки «кибер» (принадлежность чего-то к компьютерному миру, Интернету и цифровым технологиям) и слова «сквоттинг» (самовольное заселение покинутого или незанятого места). Киберсквоттинг характеризуется регистрацией множества, иногда до нескольких тысяч доменных имен не для собственного использования, а с целью последующей уступки прав на их использование или сдачи в аренду по многократно завышенным ценам. Похожее явление – бренд-сквоттинг, под которым понимают регистрацию чужих незарегистрированных товарных знаков с целью их последующей продажи, преимущественно производителям товаров/услуг, не зарегистрировавшим эти знаки на свое имя. Бренд-сквоттинг также характеризуется регистрацией множества товарных знаков и расценивается в юридической практике как злоупотребление правом.

Интернет неотвратимо становится той средой, в которой масштаб нарушений прав интеллектуальной собственности принимает все большие и большие размеры. Киберпространство без преувеличения стало для киберсквоттеров прекрасной питательной средой для паразитирования на беспечности, незнании и недостаточной продуманности защитных действий от злонамеренных пиратских атак на различные киберобъекты интеллектуальной

собственности. Как показывает практика, борьба с киберсквоттингом на судебном уровне является сложной, длительной и к тому же дорогостоящей. Альтернативным выходом из этого положения является регистрация нового домена. Однако для большинства лиц, обладающих раскрученными товарными знаками и фирменными наименованиями такая альтернатива является неприемлемой.

Поэтому у пострадавшей стороны часто нет другого выхода, кроме как выкупить домен у киберсквоттеров или начать борьбу за него на судебном ристалище. Такая борьба происходит в той или иной форме, за небольшим исключением, практически во всех странах мира, что делает необходимой выработку единой практики разрешения доменных споров, поскольку не все виды конфликтных ситуаций, возникающих на рынке доменных имен, можно устранить посредством внесения небольших поправок к действующему законодательству.

Выход из этой ситуации, с избавлением российских судов от проведения разбирательств по большинству доменных споров, мог бы состоять в присоединении национальных доменных зон РФ к UDRP (United Dispute Resolution Policy, Единая политика разрешения споров о доменных именах), находящейся в ведении ВОИС, обеспечивающей административную процедуру и средство борьбы с киберпиратством.

Такое присоединение, несмотря на наличие конфликтов российского законодательства по ряду вопросов с законодательством UDRP, позволило бы реализовать механизмы досудебного регулирования доменных споров, поскольку эти конфликты нивелируются правилами ICANN, согласно которым решение UDRP-арбитража может быть оспорено в российских судах, решение которых будет иметь больший приоритет. Причина неприсоединения видится в другом, а именно в высокой стоимости UDRP-разбирательств – от 1500 до 5000 евро без учета коммуникационных затрат. Кроме того, вероятность передачи российским законодателем доменных споров под чужую юрисдикцию крайне мала. В связи с этим А. Серго считает наиболее целесообразным организовать отечественный аналог UDRP, что позволило бы упростить и удешевить процедуру разбирательства доменных споров. Однако

решение этой задачи возможно лишь после разработки и принятия специального нормативно-правового акта на уровне федерального закона.

В какой-то мере превентивные пути минимизации числа доменных споров осуществляет ICANN, который в 2013 г. запустил глобальную базу зарегистрированных средств индивидуализации «Депозитарий товарных знаков» (Депозитарий). В результате при регистрации третьим лицом доменного обозначения, сходного с внесенным в Депозитарий товарным знаком, создается специальное предупреждение о возможном нарушении прав владельца данного знака, что позволяет ему своевременно прореагировать и отстоять свои права без существенных финансовых потерь [10].

В настоящее время доменные споры решаются судами преимущественно в пользу владельцев товарных знаков и значительно реже – в пользу владельцев доменов

В настоящее время аккредитовано четыре специальных арбитражных центра, осуществляющих рассмотрение доменных споров на основе UDRP: Национальный арбитражный форум (НАФ); Арбитражный и посреднический центр Всемирной организации интеллектуальной собственности (Центр ВОИС); Азиатский центр разрешения споров о доменных именах; Чешский арбитражный суд, арбитражный центр по спорам, связанным с Интернетом. Помимо доменов общего назначения (.biz, .com, .info, .name, .net, .org и т.д.) действие UDRP распространяется, за исключением российского национального сегмента сети Интернет (.ru, .рф), более чем на 60 национальных доменных зон государств, выразивших свое согласие на урегулирование доменных споров посредством ICANN.

Согласно статистике, более 90% споров по доменным именам рассматривается Центром ВОИС и НАФ. Так, например, согласно данным ВОИС, за первые семь лет функционирования Центр ВОИС рассмотрел 25 000 доменных споров, причем нет никаких признаков уменьшения количества споров, связанных



© istockphoto.com/Vaniatos

с киберсквоттингом. Рекордным по числу исков, связанных с доменными именами, стал 2007 год, когда в среднем на каждый день приходилось более 400 исков. Всего же за 2007 г. на рассмотрение поступило 156 100 исков, в том числе из США – 52 280, Японии – 27 731, Германии – 18 134, республики Корея – 7061, Франции – 6370, Великобритании – 5553, Китая – 5456 исков и т.д. [11].

Примером эффективности и удобства UDRP является иск компании «Фольксваген А.Г.» от 7 февраля 2014 г. к гражданину США Эммануэлю Ефремову в связи с неправомерной регистрацией им домена my-volkswagen.com. Комиссия по разрешению споров, рассмотрев представленные истцом материалы, установила, что упомянутое доменное имя сходно до степени смешения с зарегистрированным истцом товарным знаком, отличаясь от него лишь префиксом «my-». Было установлено, что ответчик использовал ресурс my-volkswagen.com для размещения рекламной информации со ссылками на сайты официальных дилеров

Volkswagen в США. Это позволяло ему увеличить посещаемость сайта и размер отчислений рекламодателей. Недобросовестные действия ответчика были подтверждены также документальными свидетельствами о регистрации им в тех же целях более 20 подобных доменных имен, где также использованы префиксы «my-», «all-» и др. доменов, схожих до степени смешения с общеизвестными товарными знаками. В результате Комиссия по разрешению споров 25 марта 2014 г. приняла решение о передаче истцу права администрирования доменом my-volkswagen.com [12].

В связи с расширяющейся системой доменных имен и экспоненциальным ростом их количества возрастают также риски, которым могут подвергнуться товарные знаки в результате киберсквоттинга, который имеет тенденцию к усилению в условиях ухудшения экономического климата. Это означает, что с введением новых доменных зон возрастет опасность введения ими потребителя в заблуждение, в связи с чем компаниям надлежит заняться

стратегией усиления защиты принадлежащих им торговых марок в Интернете.

Понимая это, ряд обладателей известных товарных знаков типа «Canon» приступили к созданию сетевого присутствия своих торговых марок в Интернете в виде доменов верхнего уровня, таких как .cameras.canon, .printers.canon или даже ориентированный на потребителя .yourname.canon.

С этой же целью, согласно данным Дины Лейтес [13], ICANN планирует создание Расчетной палаты, которая будет базой данных зарегистрированных словесных товарных знаков и одновременно заниматься их обслуживанием. Палата будет уведомлять владельца товарного знака только тогда, если доменное имя будет иметь идентичное соответствие с его знаком. Это означает, что если, например, знак «Омега» был внесен в базу данных Расчетной палаты, то владелец такого знака получит уведомление о том, что третье лицо зарегистрировало домен omega.watches, но не даст уведомление в отношении домена buyomega.watches. Кроме того, предполагается, что Расчетная палата будет предоставлять дополнительные услуги клиентам под поэтическим названием «Восход солнца». В частности, услуги «Восхода солнца» будут состоять в предоставлении владельцам хранящихся в Расчетной палате брендов преимущественной регистрации доменных имен, соответствующих [13], их товарным знакам, за плату, превышающую обычные регистрационные пошлины. Упомянутые услуги будут ограничены во времени, поскольку будут предоставляться до тех пор, пока ICANN не приступит к регистрации новых доменных имен верхнего уровня.

Важно отметить, что ICANN осуществляет параллельное с UDRP использование Системы универсальной быстрой приостановки (СУБП) регистрации доменных имен верхнего уровня. Эта система использует по существу те же самые принципы разрешения споров, что и UDRP. Различия состоят в том, СУБП быстрее и дешевле UDRP и, кроме того, регистрант может заниматься достижением приемлемого решения в течение шести месяцев с возможностью продления этого срока на последующие 6 месяцев. Это означает, что в случае использования СУБП, посягающее на чей-то знак до-

менное имя не будет использовано до тех пор, пока спор не разрешится [13].

Наличие у обладателя права на товарный знак пробуждает у него объективный интерес к использованию доменного имени, тождественного его товарному знаку. Это с неизбежностью влечет возникновение конфликтов, которые должно разрешать законодательство. При этом особенности некоторых свойств сети Интернет являются для юриспруденции внешними условиями, изменить которые она не может. В частности, механизм адресации с использованием доменных имен и техническая сторона регистрации таковых возникли вне рамок права, поэтому право может лишь более-менее адекватно отразить существо этих явлений.

Дело в том, что регистрация доменных имен имеет мало общего с регистрацией товарных знаков, да и вообще с любой регистрационной процедурой, известной гражданскому праву. Эта регистрация на сегодняшний день не отнесена к государственным функциям, поскольку предоставляется в качестве услуги на основании гражданско-правового договора. В большинстве случаев срок регистрации доменного имени ограничен и обычно составляет один год, причем до истечения срока, указанного в договоре, необходимо оплатить продление действия регистрации. В противном случае доменное имя будет удалено из базы данных, что откроет путь к его регистрации другим лицам.

Практика российских судов

Все интернет-регистраторы пользуются определенными регламентами, в соответствии с которыми осуществляют регистрацию доменов. Ни ГК РФ, ни какие-либо иные нормативные акты не устанавливают исключительного права владельца товарного знака на регистрацию тождественного или сходного с ним доменного имени до степени смешения. В регламенте РИСЦ (региональный сетевой информационный центр) указано, что регистрация домена аннулируется в случае вступившего в законную силу решения суда, признающего домен нарушением прав владельца товарного знака, либо запрещающего использование в доменном имени товарного знака, правами на который обладает истец. При этом, как указывает

С.А. Бабкин, преимущественными правами на регистрацию доменного имени обладает владелец товарного знака, чьи права были нарушены [6].

До введения в силу ГК РФ в качестве одного из оснований для отказа в государственной регистрации товарного знака признавалось наличие доменного имени с более ранним приоритетом, приравниваясь, таким образом, по правовому режиму к товарным знакам. В действующей редакции ГК РФ доменное имя утратило «паритет прав» с товарными знаками, поскольку упоминается в нем исключительно как способ адресации и только в контексте одного из способов осуществления исключительного права на товарный знак в качестве средства индивидуализации товаров и/или услуг (подп. 5 п. 2, ст. 1484 ГК РФ).

В законодательстве России в вопросах регулирования соотношения товарного знака и доменного имени преобладающую роль играет судебная практика, на основе которой вырабатывается единообразное принятие решений

В настоящее время доменные споры решаются судами преимущественно в пользу владельцев товарных знаков, и значительно реже в пользу владельцев доменов. Много зависит от обстоятельств дела, от представленных доказательств, кроме того, как и в любом деле, многое решает квалификация представителей сторон, знание предмета и процессуальных норм. Однако, как показывает практика, российские судьи, так же как и их зарубежные коллеги, при рассмотрении доменных споров в подавляющем большинстве случаев поддерживают правообладателей товарных знаков³. Причем, как это было до 2010 г., даже в том случае, когда доменное имя зарегистрировано ранее.

Нахождение доменов в иной правовой системе, их экстратерриториальность и введение в гражданский оборот не посредством государственной регистрации, а путем гражданско-правовых договорных

отношений между регистратором и заявителем, является той причиной, из-за чего российское законодательство пошло по пути признания приоритета товарного знака. По такому пути, впрочем, пошли и другие страны мира. Проведенный А. Серго анализ доменных споров, подкрепленный множеством конкретных примеров из судебных решений, убедительно показал, что правосудие зарубежных стран в большинстве случаев идет навстречу владельцам товарных знаков, причем, иногда даже излишне [14].

Особенно высокая активность в защите прав владельцев товарных знаков присуща американскому правосудию. Рассматривая дело, судьи в США указывают, что оно никак не связано с решением, вынесенным на основе UDRP, и выносят собственное (обычно противоположное) решение, которое имеет более высокую юридическую силу. Таким образом, отечественная и зарубежная практика свидетельствует о несомненном правовом преимуществе товарных знаков над доменами, причем не только в плане вынесения решений по судебным спорам, но и в плане недопустимости противопоставления экспертизой доменных имен поданным на регистрацию товарным знакам.

Попутно отметим, что доменные споры с участием физических лиц, не имеющих статуса индивидуального предпринимателя, согласно решению Верховного Суда РФ, рассматриваются судами общей юрисдикции. В том же случае, если участниками спора являются занимающиеся предпринимательской деятельностью лица, споры относятся к юрисдикции арбитражных судов [15].

В июле 2013 г. в судебной системе РФ произошло кардинальное изменение – кассационные жалобы на судебные акты по доменным спорам начал рассматривать вместо прежних десяти федеральных арбитражных окружных судов специальный Суд по интеллектуальным правам (СИП). И, по мнению СИП, в случае тождества товарного знака и доменного имени, используемых в отношении однородных товаров, работ или услуг, спор должен быть решен в пользу первого, за исключением признания иска владельца товарного знака как злоупотребление

³ Е. Герцева. Отечественная практика разрешения доменных споров, info.nic.ru

правом. Это объясняется экстратерриториальной природой домена, тогда как действие товарного знака строго ограничено рамками государства, в котором он зарегистрирован. В связи с этим специалисты в области информационных технологий рекомендуют наряду с регистрацией доменного имени регистрировать его также в качестве товарного знака.

Однако это не всегда возможно, поскольку законодательство большинства государств содержит требование о регистрации товарных знаков только на имя лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью, тогда как доменное имя может быть зарегистрировано на имя любого лица. Нельзя сбрасывать со счетов и другую ситуацию, при которой регистрация третьим лицом товарного знака имеет целью последующую подачу иска против использования в сети пригланувшегося домена с последующей его регистрацией на свое имя. До 2010 г. так практически и было, и такого рода мошенничество носило название обратного захвата доменного имени.

Наиболее шумевший случай из практики такого рода – домен «elec.ru», на котором был размещен популярный сайт ООО «Элек.ру» об электротехнической промышленности. Появился некий «Центр передовых технологий», который зарегистрировал товарные знаки «elec.ru» и «elec», а затем обратился с иском в суд с требованием запретить использование домена «elec.ru». В ходе судебного разбирательства было установлено, что товарные знаки были зарегистрированы с целью присвоения домена «elec.ru», и вынес решение в пользу владельца домена ООО «Элек.ру»⁴. Что касается товарных знаков «elec.ru» и «elec», они остались во владении Центра передовых технологий, поскольку принятие решения об аннулировании этих знаков на основании предшествующей регистрации доменов выходит за пределы компетенции (юрисдикции) суда.

Другой случай судебного рассмотрения неправомерного использования товарного знака «MUMM» в доменном имени «mumm.ru» связан с иском вла-

дельца знака компании G.H. Mumm & Cie к гражданину Юсупову (Постановление Президиума Высшего Арбитражного Суда РФ от 18 мая 2011 г. № 18012/10 по делу № А40-47499/10-27-380). Суд первой инстанции отказал в иске, констатировав, что использование товарного знака в доменном имени без намерений извлечения прибыли не является нарушением исключительных прав истца. Данное решение было отменено апелляционным судом, который удовлетворил исковые требования истца, со ссылкой на реальную возможность привлечения ответчиком на свой домен потенциальных потребителей продукции истца. Тем самым, по мнению суда, создается угроза нарушению прав истца на использование товарного знака в российском сегменте сети Интернет. Однако кассационный суд оставил в силе решение суда первой инстанции, посчитав, что *«регистрация товарного знака не означает безусловного приоритета в защите перед владельцем прав на доменное имя, при условии, что регистрация домена не имела заведомо недобросовестной цели воспрепятствовать реализации исключительных прав на товарный знак»*. Это решение затем было отменено постановлением Высшего Арбитражного Суда (ВАС), расценившего действия ответчика, как акт недобросовестной конкуренции и оставившего на этом основании в силе решение апелляционного суда. При этом президиум ВАС указал, что для установления акта недобросовестной конкуренции в действиях администратора домена суд должен проверить:

- идентичность или схожесть доменного имени с товарным знаком третьего лица;
- отсутствие каких-либо законных прав и интересов в отношении доменного имени у его владельца;
- наличие регистрации доменного имени и его недобросовестного использования.

При этом действия администратора доменного имени признаются актом недобросовестной конкуренции при условии соответствия всем трем критериям одновременно [16]. Как бы там ни было, но вышеприведенный пример, наглядно показывает,

⁴ С. Горбунов. Правовые аспекты регистрации и использования доменных имен. Материалы конференции «Электронная торговля-2011» Oborot.ru.

насколько противоречивой может быть судебная практика, когда из-за несовершенства законодательства, по одному и тому же делу судами принимаются решения дважды в пользу ответчика и дважды в пользу истца.

Дальнейшее развитие судебной практики привело к тому, что исходя из положений ст. 1484 ГК РФ нарушением прав владельца товарного знака стало считаться не только использование сходного до степени смешения знака в доменном имени и других способах адресации, но и иным способом в сети Интернет, если в результате такого использования у потребителей может возникнуть вероятность смешения производителей этих товаров и услуг. Именно такой вывод можно сделать из трехлетнего судебного разбирательства по иску владельца товарного знака о наложении запрета на использование в Интернете обозначения «ExPro», сходного до степени смешения с его товарным знаком (регистрация № 294499, товары 9 класса МКТУ) (решение Арбитражного суда города Санкт-Петербурга и Ленинградской области от 25 июня 2010 года по делу № А56-1580/2008).

Сложность рассматриваемого дела состояла в том, что ответчик использовал спорное обозначение на страницах сайта на не принадлежащем ему www.str-telecom.ru, который не содержал упоминаний о товарах, маркированных обозначением «ExPro», вследствие чего ответчик полагал, что не нарушает прав истца на товарный знак. После череды отказных решений в удовлетворении исковых требований кассационный суд направил дело на новое рассмотрение. При этом кассационный суд отметил, что использование обозначения «ExPro» в структуре HTML-документа направлено на увеличение посещаемости интернет-сайта ответчика и, следовательно, на продвижение его товаров на рынке. Соответственно, такое использование обозначения, сходного до степени смешения с товарным знаком истца, является нарушением прав истца на товарный знак.

Для России дело «ExPro» стало первым, когда суд запретил использование чужого товарного знака в HTML-коде. Впоследствии при рассмотрении подобных нарушений в разнообразных сферах – от кондитерских изделий и красок до объектов тяжелой

промышленности, суды полностью или частично удовлетворяли иски о возмещении убытков за исключением несанкционированного использования чужих товарных знаков в контекстной интернет-рекламе.

Наряду с неоспоримо позитивным воздействием на интеллектуальное развитие общества Интернет стал ареной различного рода правонарушений в интеллектуальной сфере. К числу набирающих силу нарушений прав владельцев средств индивидуализации относятся такие, как:

- использование товарных знаков в качестве гиперссылок (использование глубоких гиперссылок для перехода на любую иную конкретную страницу, минуя начальную веб-страницу);
- фрейминг (дезориентация или введение в заблуждение потребителя относительно происхождения сайта, а также товаров и услуг посредством кадрирования; в отличие от гиперссылок, пользователи, остаются на исходном сайте, не подозревая, что материал вызван с другого сайта);
- несанкционированное использование товарных знаков в качестве метатегов (невидимые интернет-пользователю ключевые слова, для определения краткой характеристики страницы сайта в Интернете);
- продажа наименований товарных знаков в качестве ключевых слов («покупка» ключевых слов, позволяющая формировать связь между сайтом и введенными ключевыми словами, своего рода «спонсированный поиск»).

Вышеперечисленные нарушения прав владельцев средств индивидуализации вызывают у пользователей негативные или обманные ассоциации с товарным знаком, увеличивают затраты времени на поиск необходимых товаров или услуг, создают ложное представление о владельце товарного знака, способствуют нарушению прав на товарные знаки и в целом рассматриваются в качестве акта недобросовестной конкуренции.

В качестве примера нарушения прав на товарный знак посредством глубоких гиперссылок можно привести гражданско-правовой спор между



© istockphoto.com/Boarding1Now

ООО «Союзпатент» (истец, владелец товарного знака «SOJUZPATENT») и ОАО «Московское патентбюро» (ответчик), зарегистрировавшее доменные имена sojuzpatent.ru и mospatent.ru (решение Арбитражного суда г. Москвы от 01.11.2004 по делу № А40-32376/04-110-301). После ввода в адресную строку www.sojuzpatent.ru происходила автоматическая переадресация на веб-сайт ответчика www.mospatent.ru, причем ответчик не ограничился этим нарушением, позднее им была установлена гиперссылка с доменного имени sojuzpatent.ru на форум сексуальных меньшинств. Рассмотрев иски о признании ответчика недобросовестной конкуренцией и запрете ему использовать при администрировании домена sojuzpatent.ru принадлежащие истцу фирменное наименование и товарный знак «SOJUZPATENT», обязал ответчика выплатить истцу компенсацию за нарушение принадлежащего ему права на товарный знак и опубликовать в газете «Известия» решение суда по данному делу для восстановления деловой репутации истца.

Довольно утонченный способ привлечения внимания потребителей к своему товарному знаку описан в споре Washington Post Co. против TotalNews Inc. Ответчик в данном деле кадрировал содержание новостей с сайтов истцов с рекламой товаров, которые продавал сам. При этом он создавал впечатление, что источником новостей является его собственный сайт. Суд счет действия ответчика актом недобросовестной конкуренции, а также нарушением авторских прав и прав на товарный знак [17].

Как правило, при рассмотрении столкновений доменов с товарными знаками, во внимание принимают домен второго уровня, и исключают из рассмотрения суффикс доменного имени (домен верхнего уровня – com, ru, net и т.д.), а также указание на протокол (http, https, ftp и др.), двоеточие, две наклонные черты (//), буквы www. В том случае, если в доменном имени присутствуют два суффикса доменного имени (www.grizli.com.ru), тогда должен учитываться домен третьего уровня. Если же доменное имя состоит из доменов нескольких уровней, и каждый из них идентифицирует его владельца, тогда необходимо учитывать всю последовательность доменов, составляющих доменное имя.

Как уже было упомянуто, в российской судебной практике наличие ранее зарегистрированного домена не может служить основанием для отказа в регистрации идентичного или схожего товарного знака. Единственное, что может сделать владелец такого домена, это воспрепятствовать владельцу товарного знака зарегистрировать его в качестве домена, что можно считать существенным достижением, поскольку до 2010 г. за доменным именем не признавалось право приоритета. Такое право и новые правовые позиции, которыми должен руководствоваться суд при решении доменных споров получили свое отражение в постановлении Президиума ВАС РФ от 8 декабря 2009 г. В соответствии с этим постановлением факт регистрации спорного доменного имени ранее регистрации права истца на товарные знаки и ранее возникновения приоритета на них в силу подп. 3 п. 9 ст. 1483 ГК РФ является основанием для принятия судом решения об отказе в иске о защите прав на товарный знак, в том числе о взыскании компенсации истцу даже в том случае, если регистрация товарных

знаков не оспорена и предоставление правовой охраны товарного знака не признано недействительным в установленном законом порядке⁵.

Практическое применение упомянутого постановления не заставило себя долго ждать. В частности, решением от 29 декабря 2009 г. суд первой инстанции запретил ответчику использование товарного знака «forbes» по свидетельствам № 276866 и № 330808 в доменном имени «forbes.ru» и взыскал компенсацию за его предыдущее незаконное использование в размере рекордной для доменных споров суммы в рублях, эквивалентной \$300 000 (решение Арбитражного суда города Москвы от 24 декабря 2009 г. по делу № А40-100094/09-110-663).

Однако это решение было принято без учета правовой позиции, изложенной в вышеупомянутом постановлении Президиума ВАС РФ от 8 декабря 2009 г., в соответствии с которой при рассмотрении доменных споров во внимание должно приниматься право приоритета каждого из сталкивающихся объектов. В связи с этим девятый арбитражный апелляционный суд гор. Москвы пересмотрел данное судебное решение и разрешил спор в пользу владельца домена, имеющего более ранний приоритет, не оспаривая при этом принадлежность истцу товарных знаков (постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 30 марта 2010 г. № 09 АП-4766/2010-ГК).

Зарубежный подход

В большинстве других стран, включая США, исповедуется другой подход. В частности, случаи регистрации в качестве сетевых адресов чужих средств индивидуализации признаются судебной практикой нарушениями прав их владельцев, и применяются меры для пресечения таких нарушений. Так, например, суд лорд-канцлера Великобритании предписал нескольким компаниям отказаться от прав на использование доменных имен, включающих чужие товарные знаки, поскольку потенциальный

покупатель предлагаемых по подобным адресам товаров и услуг будет введен в заблуждение относительно их происхождения. В возражениях ответчиков указывалось, что они не нарушали прав истцов, поскольку адреса не применялись непосредственно в торговых операциях, как это предусмотрено Законом Великобритании о товарных знаках. Однако суд отверг эти аргументы, поскольку стремление заработать деньги за счет включения чужих товарных знаков в сетевые адреса означает их коммерческое использование ответчиками в завуалированной форме⁶.

В другом деле ответчик, уэльский телевизионный актер Хью Маршалл, позиционирующий себя в качестве горячего поклонника футбольного клуба Everton, зарегистрировал в апреле 2002 г. домены waynerooney.com и waynerooney.co.uk, разглядев в начинающем 16-летнем игроке Уэйне Марке Руни (Wayne Mark Rooney) будущую звезду английского футбола. Спустя 6 месяцев прогноз оправдался. Руни забил редкий по красоте гол, зарекомендовав тем самым себя самым молодым нападающим в истории футбольного чемпионата. В августе 2004 г. адвокаты Уэйна Руни зарегистрировали товарный знак «Wayne Rooney», а в июле 2006 г. года обратились в арбитраж ВОИС с иском о получении прав на доменные имена waynerooney.com и waynerooney.co.uk. Три месяца спустя ВОИС частично удовлетворила иск Руни, признав его права на доменное имя waynerooney.com⁷.

В Германии законодательство в сфере борьбы с неправомерным использованием доменных имен, учитывая их экстратерриториальный характер, применяется только тогда, когда манипуляции с адресами имеют прямое отношение к коммерческой деятельности и приводят к конфликтным ситуациям именно в этой стране. В частности, в соответствии с законом о недобросовестной конкуренции противоправным считается получение доменного имени за рубежом с умышленным намерением воспрепятствовать его регистрации другим лицом, занимающимся экономической деятельностью в Германии.

⁵ А. Гринкевич, Е. Герцева. Президиум ВАС РФ признал за доменным именем право на приоритет. info.nic.ru

⁶ Resellers infringed marks, ordered to relinquish Internet domain names// WIRP. – 1998. – V. 12 – No. 1 – P. 13-14

⁷ Cybersquatter or innocent fan? The Wayne Rooney Domain Name Dispute. WIPO Magazine. No.6. Geneva, 2006. p. 20

Таким образом, если резервирование домена за рубежом направлено против конкурента, а результат этого сказывается в Германии, дело рассматривается на основе национальных норм. Важно также отметить, что если юридическое лицо в Германии использует свое фирменное наименование и товарный знак при регистрации доменного имени, то оно пользуется такой же защитой, что и зарегистрированные в установленном законом порядке средства индивидуализации.

Выдвигаемое владельцами товарных знаков требование об аннулировании регистрации домена, согласно законодательству Германии, не считается нарушением конституционного права собственности на домен, если будут установлены нарушения исключительного права на товарный знак, перечисленные в Законе о товарных знаках Германии. В соответствии с позицией Федерального суда Германии на доменное имя не распространяются исключительные права, поскольку оно не относится к объектам интеллектуальной собственности. Вместе с тем это не значит, что сходный с товарным знаком домен во всех случаях будет передан владельцу товарного знака. Такая передача может быть в том случае, если имеет место нарушение доменом исключительного права на общеизвестный товарный знак.

Что касается рядовых товарных знаков, их защита в большинстве случаев ограничивается определенными видами товаров и услуг на основании положений о недобросовестной конкуренции и используется в том случае, если неиспользуемый домен препятствует свободному использованию товарного знака в киберпространстве.

При этом германские суды руководствуются наличием в действиях обладателей доменов признаков недобросовестности. В частности, если регистрация домена была произведена без намерения его использования, то это само по себе свидетельствует о недобросовестном замысле, и на этом основании можно добиться аннулирования домена.

Интересно, что в Германии действует общий принцип, в соответствии с которым столкновение более

позднего по приоритету товарного знака и более ранней регистрации домена не дает последнему преимущества, вследствие чего владелец товарного знака может в принципе добиться аннулирования домена, если будет установлен киберсквоттинг. В тех же случаях, когда недобросовестная регистрация домена окажется недоказанной, защита товарному знаку может быть предоставлена с помощью запрета использования домена по отношению к однородным товарам и услугам. Изложенное свидетельствует о том, что в законодательстве Германии, как и в России, в вопросах регулирования соотношения товарного знака и доменного имени преобладающую роль играет судебная практика, на основе которой вырабатывается единообразное принятие решений [18].

Довольно серьезные меры против неправомерного использования средств индивидуализации в Интернете предусмотрены в США, где принят закон, ужесточающий ответственность за регистрацию в качестве сетевых адресов чужих товарных знаков и фирменных наименований в виде штрафа от \$1000 до \$100 000 за каждый такой неправомерно зарегистрированный сетевой адрес [19]. При этом не имеет значения, имела ли место конкуренция между сторонами или было ли на самом деле введение потребителей в заблуждение.

Вообще следует признать, что пользователи Интернета подвергаются одновременному воздействию законодательств многих стран. Возникающий при этом дисбаланс правовых систем способен привести к сложной ситуации, при которой то, что законно в одной стране, является незаконным в другой, причем последствия такого неоднозначного подхода являются особенно ощутимыми для международных корпораций⁸.

Вышеизложенное свидетельствует о том, что защита прав владельцев товарных знаков в Интернете является серьезной проблемой, выдвигающей необходимость дальнейшего совершенствования законодательных и нормативно-правовых актов в этой достаточно сложной, и к тому же быстро развивающейся сфере информационных технологий. ■

⁸ S. Volker, S. Weider. *Germany – domain names on the Internet: part 2//TW-1998, – No. 106 – P. 27–30.*

ЛИТЕРАТУРА:

1. Агеенко А.А. Соотношение прав на доменное имя и товарный знак. Диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук. – М., 2002.
2. Е. Гладкая. Правовой режим доменного имени в России // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2013. – № 10. – С. 37.
3. Камил Идрис. Интеллектуальная собственность – мощный инструмент экономического роста. – ВОИС, 2004. – С. 214.
4. А. Воробьев. Доменные имена. Национальные домены, Центр регистрации доменов, www.nic.ru, 2008. – С. 54.
5. С. Петровский. Исключительные права на доменное имя // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2001. – № 5. – С. 27.
6. С.А. Бабкин. Интеллектуальная собственность в Интернет. – М.: А.О. «Центр ЮрИнфоР», 2006, с. 418–493.
7. В. Афанасьева, А. Воробьев. Российская судебная практика рассмотрения доменных споров // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2003. – № 4. – С. 20.
8. Ю. Вацковский. Особенности доказательств при возникновении спора о столкновении прав на средства индивидуализации с правами на доменное имя // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2007. – № 9. – С. 60.
9. Catherine Levalet. Legal Pioneering at the Online Auction Frontier. Wipo Magazine. № 3, Geneva, 2009. P. 10–11.
10. Н. Левшин. Пути минимизации числа доменных споров в реалиях российского законодательства // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2014. – № 4. – С. 68–75.
11. Record Demand for WIPO services in 2007, WIPO Magazine № 2, Geneva, 2008, p. 16–17.
12. Агаева К., Гиллер Л., Сорокина К. Единая политика разрешения доменных споров: перспективы внедрения в РФ // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2014. – № 7. – С. 63–70.
13. Dina Leytes. Navigating an Expanded Domain Name Landscape, WIPO Magazine, №. 6, Geneva, 2011, p. 17–19.
14. А. Серго, Использование средств индивидуализации в доменных именах: практика арбитражного центра ВОИС // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2010. – № 11. – С. 38–51.
15. Ю.Г. Табастаева, А.А. Христофоров. Проблемы определения подведомственности доменных споров с участием физических лиц // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2016. – № 10. – С. 47–58.
16. Д. Кожемякин Правовые подходы к разрешению споров об использовании товарного знака в доменном имени // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2014. – № 12. – с. 17–21.
17. Р. Кононенко. Международный опыт использования товарного знака в Интернете // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2013. – №№ 4, 5.
18. Аносова В. Товарный знак и доменное имя: опыт Германии // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2011. – № 12. – С. 50–54.
19. Ю.А. Афанасьева. Нарушение прав интеллектуальной собственности в Интернете // Гражданин и право. – 2002. – № 4.