

КИБЕРСКВОТТИНГ И ЕГО ВИДЫ

Ковалюк С.А.

Научный руководитель – Белова С.В., старший преподаватель

Первый домен был официально зарегистрирован 15 марта 1985 года. Это был домен в зоне .com. Он принадлежал компании, занимающейся производством компьютеров и программного обеспечения. В настоящее время количество всех зарегистрированных адресов сайтов равняется примерно 300 миллионам и это число постоянно растет.

Неудивительно, что через какое-то время люди начали понимать, что покупку и продажу доменов можно превратить в бизнес, приносящий хорошие деньги.

Киберсквоттинг – это калька с английского “cybersquatting”, то есть захват чего-либо чужого в киберпространстве, а именно доменных имен. Люди, занимающиеся киберсквоттингом, регистрируют на себя доменные имена, содержащие в своем адресе название каких-либо известных компаний, географических названий, товаров и прочих узнаваемых вещей, а затем перепродают их заинтересованным в этом доменном имени компаниям.

Киберсквоттеры появились в начале 90-х годов в США, где каждый желающий мог совершенно бесплатно зарегистрировать любой свободный домен у регистратора NetworkSolutions. Позже была введена платная регистрация доменов, однако выгода от продажи удачного домена перекрывала любые расходы на его приобретение и продление – сделки доходили до нескольких десятков тысяч долларов! Поэтому и количество киберсквоттеров стало стремительно расти.

Существует мнение, что на данный момент чуть меньше половины всех зарегистрированных доменов (порядка 40%) – это как раз те домены, которые либо не используются и выставлены на продажу, либо используются для получения трафика и прибыли от рекламы.

Киберсквоттинг можно разделить на несколько видов в зависимости от направленности доменов: отраслевой, брендовый, географический, именной, тайпсквоттинг, краткий и защитный.

Сама покупка и регистрация свободных доменов не противоречит закону. Однако после активного развития киберсквоттинга американские и российские власти задумались о том, как можно ограничить киберсквоттеров в своих действиях: Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС или WIPO) внедрила процедуру Единой политики рассмотрения споров о доменных именах (UDRP); этим занимается Арбитражный центр ВОИС, основываясь на Правилах для единой политики рассмотрения споров о доменных именах.

Процедура лояльна к владельцам товарных знаков, по статистике большинство (около 80%) дел выигрывают именно они.

Борьба за доменные имена – это очень серьезное дело. Чаще всего этим занимаются глобальные корпорации, которые не терпят спекуляций на своем имени.

В 2014 году ООО «Хэдхантер», которому принадлежит hh.ru, подал в суд на иркутскую компанию HH&HR, сайт которой располагался по адресу hh-hr.ru. Арбитражный суд Москвы посчитал, что использование сочетания букв hh в домене нарушает права «Хэдхантера» и изъял домен в пользу этого портала.

Практически все красивые, звучные, известные и так далее доменные имена уже зарегистрированы; большинство сделок перепродажи уже произошло в начале 2000-х годов. Однако появление новых доменных зон – пусть дорогих и не очень популярных – дает возможность киберсквоттерам продолжать свое дело.

Литература

1. Мазур С. Что такое киберсквоттинг: виды, громкие имена, перспектива. - Сайт ООО «ТаймВэб». – Режим доступа: <https://timeweb.com/ru/>
2. Киберсквоттинг и киберсквоттеры. - Интернет-технологии.ру . - Режим доступа: www.internet-technologies.ru
3. Словари и энциклопедии на Академике. – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/>