**Проблемы правового регулирования сети Интернет**

О. Новикова, Новосибирск

Считается, что пестрое сообщество пользователей сети само в состоянии себя урегулировать. В связи с этим представляется интересной мысль, которая была высказана в одном из громких дел, связанных с использованием доменных имен в российском сегменте сети Интернет. Она прозвучала в ответ на утверждение суда о том, что специфика Интернета настолько велика, что действующее законодательство на него не распространяется. Ведь тогда в равной мере еще в недавнем прошлом можно было заявлять, что действующее законодательство не распространяется и на телевидение, использование факса и т. п. В таком случае получается, что, например, оскорбление, высказанное не лично, а по телевизору или даже по телефону, не будет иметь никаких юридических последствий.

Именно в сети в последние годы совершается немало правонарушений, подчас и уголовно наказуемых. Специфика компьютерных технологий такова, что проследить, а тем более предотвратить нарушения в Интернете весьма сложно.

Первая группа проблем правового регулирования сети Интернет связана с электронной коммерцией и вызывает наибольший интерес у законодателя. В Государственной думе рассматривается проект закона «О сделках, совершаемых при помощи электронных средств (Об электронных сделках)», принят закон «Об электронной цифровой подписи». Среди проблем этой группы можно выделить вопросы определения места и времени заключения договора, достоверного определения стороны по договору, бухгалтерского учета и налогообложения электронных сделок, а также, в силу трансграничного характера Интернета, вопросы применимого права и выбора юрисдикции. Кроме того, в сети возникают проблемы защиты информации вообще и конфиденциальной информации и коммерческой тайны в частности.

В отдельную группу можно выделить проблемы, связанные с существованием электронных газет и журналов, которые могут и не издаваться в традиционном понимании этого слова, то есть на бумаге. Относятся ли такие газеты (и вообще сайт в Интернете) к средствам массовой информации? Если да, то подлежат ли они регулированию как СМИ? Как тогда, например, установить объем тиража таких «изданий» и, в частности, нужно ли регистрировать их как СМИ в Министерстве печати (со стороны которого были предприняты соответствующие попытки)?

Большой блок вопросов связан с защитой прав интеллектуальной собственности. Особенно массовый характер приобрели нарушения авторских прав, связанные с копированием, воспроизведением, переработкой литературных, художественных, музыкальных произведений без указания автора и без разрешения последнего.

В области охраны промышленной собственности наиболее острые и многочисленные споры, в том числе и судебные, ведутся в отношении защиты прав на товарные знаки и фирменные наименования от нарушений, связанных с использованием доменных имен в сети Интернет. В рамках данной статьи нет возможности дать развернутую характеристику всем вышеозначенным проблемам, поэтому в качестве примера рассмотрим ситуацию с доменными именами.

На первый взгляд, у доменного имени и товарного знака нет ничего общего: доменное имя - электронный адрес, а товарный знак - обозначение, отличающее товары и услуги одних лиц от однородных товаров и услуг других лиц. Например, обозначения «Кодак», «Fuji», «Agfa» - товарные знаки, которые используются для фототоваров. При более подробном анализе можно обнаружить, что у товарных знаков и доменных имен достаточно много точек соприкосновения. Допустим, пользователя интересуют банковские услуги. Тогда он может наугад набрать www.bank.ru и не ошибется. Если же его интересуют фототовары, то он может набрать www.kodak.ru. Естественно, зная об этом, владельцы информационных ресурсов (сайтов) стараются подобрать такое доменное имя, которое было бы простым для угадывания, т. е. известным и отражающим содержание сайта.

Налицо функциональное сходство доменных имен и средств индивидуализации участников гражданского оборота. Как и товарный знак, доменное имя идентифицирует некий объем информации, которая, кроме всего прочего, может содержать сведения о продукции и производителе, иногда саму продукцию (при возможности ее существования в цифровом виде). При помощи оригинального словесного электронного адреса пользователям представляется возможным выделить такого рода информацию среди других однородных предложений в Интернете и адресоваться к соответствующему информационному ресурсу. Учитывая возможность совершения сделок в сети, можно также утверждать, что предложенные к продаже товары могут быть введены в гражданский оборот.

Формальное сходство объектов проявляется в следующем:

доменное имя регистрируется владельцем информационного ресурса самостоятельно с использованием услуг специальных организаций (полномочия этих организаций также небесспорны); согласно п. 1 ст. 2 Закона о товарных знаках, «правовая охрана товарного знака в Российской Федерации предоставляется на основании его государственной регистрации в порядке, установленном настоящим Законом, или в силу международных договоров Российской Федерации»;

доменные имена уникальны, то есть существование в сети аналогичного домена невозможно. Следовательно, в силу своей неповторимости словесные электронные адреса обладают различительной способностью, а это основной критерий охраноспособности товарных знаков;

выбор имени осуществляется владельцем домена, что характерно и для владельца товарного знака в отношении выбора соответствующего обозначения.

Возможность свободного выбора доменного имени порождает и противоправное явление - кибер-сквоттинг (англ. -cybersquatting), означающее регистрацию доменных имен, совпадающих или сходных со средствами индивидуализации, с их последующим недобросовестным использованием как для собственных коммерческих целей, так и с целью предложения к продаже самим правообладателям средств индивидуализации. Далеко не всегда в этом случае владельцы товарных знаков добивались защиты своих прав и устранения нарушений.

Корпорацией «Eastman Kodak Company», владельцем товарного знака «Kodak» (пример выше был приведен не случайно), были проиграны все инстанции по основаниям нарушений прав на товарный знак и все инстанции по основаниям нарушения прав на фирменное наименование, за исключением двух кассаций, которые отменяли предыдущие решения и направляли дело на новое рассмотрение. Суд отказал правообладателю в защите прав со ссылкой на отсутствие законодательного регулирования отношений, связанных с наименованием доменов в сети Интернет, а также на то, что доменное имя не является ни товаром, ни услугой, поэтому не подпадает под действие Закона «О товарных знаках».

Даже Высший арбитражный суд (ВАС) РФ не поставил точку в этом споре, однако тенденция все-таки положительная. В своем постановлении о направлении дела на новое рассмотрение ВАС РФ отметил, что «отсутствие в названных нормах Закона прямого указания на то, что использование в доменном имени чужого товарного знака является нарушением прав владельца товарного знака, не препятствует признанию судом таких действий предпринимателя правонарушением. Согласно статье 10 bis Парижской конвенции подлежат запрету все действия, способные каким бы то ни было способом вызвать смешение в отношении предприятий, продуктов либо промышленной или торговой деятельности конкурента.

Анализ материалов судебной практики подтверждает необходимость активного включения в правовое поле таких понятий, как «Интернет», «домен» и других связанных с ними.

Будущий закон об Интернете, безусловно, должен быть комплексным (содержать нормы различных отраслей права) и обязательно регламентировать принципы применения законодательства Российской Федерации (в первую очередь -гражданского) к отношениям в сети Интернет, некоторые фундаментальные принципы регулирования этих отношений с учетом их специфики, принципиальное решение вопроса о юридической природе доменных имен и других интернет-объектов, а также о подходах к их законодательному регулированию (например, «отношения по поводу регистрации и использования доменных имен регулируются законодательством Российской Федерации о...» и т. п.). Немаловажно ввести в законодательство и нормы, позволяющие эффективно применять к указанным отношениям действующее законодательство по аналогии, устраняющие противоречия и несообразности, возникающие в процессе прямого применения существующих сегодня норм.

К сожалению, попытки, предпринимаемые законодателем в данном направлении, иногда лишь усложняют ситуацию. Вернемся к ситуации с доменными именами.

В декабре 2001 г. Государственная дума приняла в первом чтении поправку к ст. 4 Закона о товарных знаках. Пункт 4 ст. 4 предлагается дополнить абзацем следующего содержания: «Нарушением прав владельца товарного знака также признается несанкционированное использование товарного знака во всемирной компьютерной сети Интернет, в том числе в наименовании домена, если вследствие этого лицо, нарушившее право, получило или могло получить доходы, приобрело или могло приобрести какие-либо преимущества в деловом обороте». Внимание законодателя к вышеозначенной проблеме само по себе весьма похвально, однако практическая сторона вопроса вызвала немало неодобрительных замечаний среди юристов, специализирующихся в области правового регулирования сети Интернет. Несмотря на то, что доменные имена и товарные знаки, как было показано выше, имеют много общего, полное их отождествление в праве приведет к неминуемым проблемам в процессе его применения.

Предлагаемая поправка открывает широкие возможности для злоупотреблений со стороны владельцев товарных знаков. Так, любое лицо, зарегистрировав товарный знак, соответствующий определенному доменному имени, может предъявить к добросовестному владельцу домена иск о нарушении его прав и потребовать передать домен ему. Если строго следовать языку поправки, такое требование будет удовлетворено. Эта проблема не нова, и в материалах Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС) получила название «обратный захват домена».

Еще одна проблема связана с тем, что товарные знаки в соответствии с Международным классификатором товаров и услуг регистрируются в 42 классах по отдельности. Не редкость ситуация, когда одна компания (например, производитель продуктов питания) зарегистрировала товарный знак в одном классе, и тот же самый знак зарегистрирован другой компанией (например, издательством) в другом классе. После принятия нового варианта Закона о товарных знаках между такими компаниями может возникнуть спор о праве на доменное имя.

Далее, усложнится процедура регистрации доменных имен, поскольку, чтобы обезопасить себя от описанной выше ситуации, придется предварительно регистрировать в Роспатенте соответствующий товарный знак. В этом случае для регистрации доменного имени будет необходимо доказать отсутствие идентичного товарного знака. Это значительно увеличит стоимость (добавляются пошлины, оплата услуг патентных поверенных и юристов) и длительность регистрации доменного имени. Однако даже в этом случае остается нерешенным вопрос о защите прав физических лиц, зарегистрировавших доменное имя, так как субъектами права на товарный знак могут быть только юридические лица и индивидуальные предприниматели.

Вместе с тем можно не изобретать велосипед. Подходы к решению этих проблем уже выработаны в мировой практике. К примеру, Единые правила рассмотрения споров о доменных именах, действующие во многих доменных зонах, в частности в зонах .com, .org, .net, предусматривают, что спор о домене будет рассмотрен только при наличии всех трех перечисленных ниже обстоятельств:

1) доменное имя идентично или сходно до степени смешения с товарным знаком или знаком обслуживания, на которое заявитель имеет права;

2) у ответчика нет прав или законных интересов в отношении доменного имени, и

3) доменное имя было зарегистрировано и используется недобросовестно.

Таким образом, в мировой практике владельцы товарных знаков далеко не всегда могут претендовать на соответствующие домены. Поэтому очевидна необходимость внесения поправок и в другие законодательные акты. Причем эти изменения должны быть направлены не только на предоставление приоритета владельцам товарных знаков и фирменных наименований, но и на урегулирование противоречий, возникающих между лицами, имеющими «равные права» на доменное имя. Кроме того, важно избежать ущемления прав физических лиц.

Итак, практически не остается сомнений в том, что правовое регулирование развития глобальных информационных сетей станет одним из приоритетных направлений развития законодательства в наступившем веке. Вместе с тем вопросы о том, кто будет осуществлять такое регулирование, по каким направлениям регулировать и как, стоят очень остро. Появление специального законодательства должно сопровождаться совершенствованием уже существующих нормативных актов.