

Grażyna Watras

PROBLEMY OCHRONY DOMENY INTERNETOWEJ

1. Wstęp

Domenę można określić jako niepowtarzalny adres internetowy, jednoznacznie identyfikujący w sieci serwis internetowy, firmę, osobę prywatną. Posiadanie własnej domeny zwiększa dostępność serwisu, umożliwia szybkie odszukanie strony firmowej poprzez kojarzenie nazwy i rozszerzenia. Wraz z rozwojem Internetu domena staje się szczególnie wartościową, a kwestia jej ochrony stanowi kluczowy element prawidłowego funkcjonowania firmy, często także warunek jej istnienia na rynku.

Problem ochrony domeny internetowej jest obecnie ważny, gdyż, jak wskazują prognozy McAfee Inc., firmy zajmującej się bezpieczeństwem, wśród dziesięciu największych zagrożeń w 2007 r., będzie rosnąca liczba fałszywych stron internetowych, podszywających się pod popularne serwisy, a wykorzystywanych do dokonywania oszustw [10 największych... 2006].

2. Zagrożenia domeny internetowej

Przez zagrożenie domeny internetowej rozumie się potencjalne, negatywne zdarzenia, które mogą spowodować różnorodne szkody użytkownika sieci. Mogą to być utrata danych oraz wizerunku firmy lub prowadzonych serwisów, straty finansowe, a nawet bankructwo firmy.

Zagrożenia domeny przejawiają się w takich zjawiskach, jak:

- **Cybersquatting**, czyli rejestrowanie domen internetowych znanych marek czy firm zawierających nazwę stanowiącą znak towarowy w celu odsprzedaży ich po zawyżonej cenie firmie mającej prawo do tego znaku lub osobie trzeciej. W ciągu ostatniego roku można było zaobserwować wiele prób wyłudzenia za zakup domeny firmowej z brakującym rozszerzeniem oraz odsprzedaż z zyskiem domen znanych osób: polityków, aktorów, sportowców. Na przykład domenę www.rydzyk.pl, której koszt rejestracji wyniósł 60 zł, sprzedano za 9,1 tys. zł.

W Stanach Zjednoczonych zanotowano także przypadek wystawienia na sprzedaż domen hell.com i auction.com w cenie kilku milionów dolarów, które zostały uprzednio zarejestrowane za ok. 5 do 15 dolarów. W większości przypadków domeny są sprzedawane za kilkaset do kilku tysięcy dolarów [Walczak 2006].

- **Typosquatting**, czyli rejestrowanie domen internetowych bardzo zbliżonych (np. z błędami literowymi lub w formie wymowy fonetycznej) do nazw znanych marek czy firm w celu osiągnięcia własnych korzyści wynikających z pomyłek przy wpisywaniu adresów internetowych przez internautów. Sprzedaż domen zawierających akcentowane litery, takie jak „á” lub „í, umożliwia tworzenie fałszywych stron typu visa.com, pàypal.com lub paypàl.com, których odróżnienie od legalnych witryn jest niezwykle trudne [Internet... 2006]. Prowadzi to do nasilenia ataków typu phishing, uznawanych przez ekspertów od bezpieczeństwa komputerowego za jedno z najgroźniejszych zagrożeń w sieci. Fałszywa strona www przypominająca właściwą może zbierać hasła użytkowników, instalować konie trojańskie czy programy typu backdoor. Typosquatting bywa też stosowany do kierowania na strony pornograficzne. Znane są przypadki wykorzystania w tym celu domen o nazwach przypominających imiona bohaterów kreskówek Disneya czy Harry’ego Pottera.
- **Wysyłanie spamu przy wykorzystaniu mało znanych domen maleńkich wysp**, np. leżącego na Pacyfiku archipelagu Tokelau. Jeszcze do niedawna spamerzy wykorzystywali popularne domeny z rozszerzeniem .com, .biz, .info. Opracowanie i wdrożenie odpowiednich filtrów zabezpieczających przed spamem pozwoliło na łatwe i szybkie ich wykrycie. Stąd pojawił się kierunek wykorzystania domen mało znanych [Spamy... 2006].

3. Ochrona domeny internetowej

Najprostszym sposobem pozwalającym na ochronę domeny przed oszustwami jest jak najszybsza jej rejestracja tuż po rozpoczęciu działalności gospodarczej. Należy również rozpatrzyć konieczność rejestracji domen w najpopularniejszych rozszerzeniach – nie tylko .pl, ale także .com, .com.pl czy .eu. Daje to pewność, że domeny te pozostaną własnością firmy i nie będą wymagały dodatkowych środków finansowych na odzyskanie domeny przejętej przez cybersquatterów.

Problem ochrony domeny internetowej powinien być rozpatrywany już na poziomie wyboru nazwy domeny oraz firmy rejestrującej domenę, jak również w procesie jej rejestracji.

Wybierając nazwę domeny, należy zwrócić uwagę na to, aby była ona łatwa do zapamiętania i wymówienia. Powinna być krótka i kojarzyć się z nazwą firmy, prowadzoną działalnością lub oferowanym produktem. Wiele osób uważa, że słowo kluczowe w nazwie domeny pozytywnie wpływa na pozycję w rankingach wyszukiwarek i jest pomocne w pozycjonowaniu stron. Inni udowadniają, że wystę-

powanie lub brak słowa kluczowego ma w tym zakresie znikome znaczenie, ponieważ w pozycjonowaniu istnieje jeszcze szereg innych istotnych czynników (por. [Frontczak 2006]).

Przy wyborze nazwy domeny istotny może być marketingowy punkt widzenia. Korzystając z dorobku P. Kotlera, można podać cechy stanowiące o dobrej nazwie dla marki [Kotler 2005]:

- powinna sugerować pewne korzyści płynące z posiadania produktu,
- powinna sugerować skuteczność i jakość produktu,
- powinno się ją łatwo wymawiać, rozpoznawać i pamiętać, dobre więc są nazwy krótkie,
- powinna odróżniać się od innych,
- nie powinna oznaczać niczego negatywnego w innych językach.

W aspekcie użyteczności serwisu www należy dodatkowo uwzględnić takie cechy domeny, jak [Bezpieczeństwo marki... 2005]:

- krótki adres URL (*Uniform Resource Locator*) (np.: <http://www.szkrocona.nazwafirmy.pl>),
- łatwość wpisania do przeglądarki,
- budowanie adresu URL w sposób odzwierciedlający strukturę serwisu,
- główny człon adresu URL powinien pozostawać niezmienny podczas nawigacji po serwisie.

Nazwa domeny nie powinna także być nazwą pospolitą, wykorzystywaną do określania pewnych klas przedmiotów czy czynności. W sieci jest wiele przykładów świadczących o tym, że takie nazwy przegrywają z oryginalnymi. Okazuje się, że najczęściej odwiedzana księgarnia to merlin.com.pl, a nie ksiazki.pl, najwięcej odsłon ma portal onet.pl, a nie portal.pl, najpopularniejszy serwis aukcyjny to allegro.pl, a nie aukcja.pl itd.

Wybierając nazwę, należy także pamiętać o liczbie znaków. Nazwa domeny .com, .net, .org, .info może posiadać od 3 do 63 znaków, typu .biz od 3 do 24 znaków, nazwa domeny polskiej .pl do 63 znaków. Nazwa może być złożona z cyfr i liter oraz znaku "-" (minus), który jednak nie może być umieszczony na początku lub na końcu nazwy domeny. W przypadku domen polskich znak "-" nie może występować na początku i na końcu nazwy oraz jednocześnie na 3 i 4 pozycji w nazwie. Domeny polskie muszą składać się z minimum dwóch, a zagraniczne z trzech znaków. Dobrze dobrana nazwa domeny będzie wykorzystywana przez wiele lat i będzie stanowiła swoiste logo firmy, które powinno znaleźć się na wizytówkach, folderach, itd. Nie należy więc żałować czasu na zastanowienie się nad jej nazwą i środków na jej rejestrację. Dobrze dobrana nazwa domeny to ważny element skutecznego serwisu www.

Posiadanie własnej domeny wiąże się z zawarciem umowy rejestracyjnej i wnoszeniem opłat za kolejne lata korzystania z niej. Obecnie najdłuższy okres rejestracji domeny wynosi 10 lat. Rejestracja domeny nie jest równoznaczna z jej wykupieniem. Na ogół co roku wnosi się stosowną opłatę. W przypadku jej nie-

uiszczenia, domena jest kasowana. Domena jest wartością unikatową, Nie istnieją dwie identyczne domeny, więc pośpiech przy ich rejestracji jest wskazany, ponieważ stosowana jest tutaj zasada pierwszeństwa zgłoszenia wniosku, w myśl której rejestracja następuje według kolejności wpływających zgłoszeń. Domenę może zarejestrować każdy podmiot gospodarczy oraz każda osoba fizyczna posiadająca zdolność do czynności prawnych (ukończone 18 lat).

Ważny jest także wybór firmy rejestrującej. Przed złożeniem zamówienia należy sprawdzić wiarygodność firmy, jej pozycję na rynku, konkurencyjność oferty, stosowane upusty i promocje, regulamin świadczenia usług.

Na stronie www takiej firmy powinny być zamieszczone następujące informacje:

- telefon kontaktowy (najlepiej numer stacjonarny),
- kontaktowy adres e-mail, założony na płatnej skrzynce e-mail,
- referencje, listy klientów korzystających z usług firmy.

Na rynku funkcjonuje wiele firm rejestrujących domeny internetowe. Prowadzone są również, aktualizowane co miesiąc, statystyki rejestratorów, które mogą pomóc w wyborze firmy (por. tab. 1).

Tabela 1. Statystyka zarejestrowanych domen na dzień 2006-10-31

Nazwa firmy	WWW	Liczba domen	Udział w rynku (w %)
Home.pl	home.pl	10 7140	24,7
NetArt	nazwa.pl	97 138	22,4
DomainMaker	domainmaker.pl	57 171	13,2
Consulting Service	rejestracjadomen.pl	44 821	10,3
Az.pl	az.pl	36 978	8,5
Dinfo	dinfo.com.pl	24 727	5,7
Onet.pl	domeny.onet.pl	18 905	4,4
Active 24	active24.pl	18 302	4,2
Key Systems	key-systems.net	5 822	1,3
Interia.pl	domeny.interia.pl	4 974	1,1

Źródło: <http://statystykidomen.pl>.

Do niedawna głównym rejestratorem domen był NASK (Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa). Szybki rozwój Internetu sprawił, że powstało szereg firm oferujących tę usługę. Rejestracja w NASK daje gwarancję, że firma ta nie zniknie z rynku. Porównanie jednak cen obowiązujących w NASK z cenami innych firm (tab. 2) wskazuje na konieczność poszukiwania bardziej interesujących ofert.

Statystyki liczby zarejestrowanych domen w miesiącach styczeń-wrzesień 2006 r. wskazują na tendencje w tym zakresie. Jak widać NASK ma coraz mniejszy udział w rynku rejestrowanych domen (tab. 3).

Tabela 2. Porównanie ofert wybranych rejestratorów domen internetowych (grudzień 2006 r.)

Firma	Adres internetowy	Rodzaj domeny (ceny netto w zł)						
		.pl	.eu	.com.pl	.biz,.net	.com	regionalne	.mobi
Active24	http://www.active24.pl	28,90	39,90	19,90	23,90	23,90	5,90	–
Dinfo.pl	www.dinfo.pl	39,90	60,00	29,90	29,90	29,90	9,90	89,00
Domeny.pl	www.domeny.pl	39,99	39,99	29,99	29,90	–	4,99	–
Home.pl	http://home.pl	29,90	49,90	22,90	–	29,90	7,90	–
NASK	www.dns.pl	200,00	–	150,00	150,00	–	50,00	–
NetArt	http://nazwa.pl	29,90	39,90	19,90	24,90	24,90	6,90	–
Online.pl	http://online.pl	150,00	–	120,00	49,00	49,00	–	–
RejestracjaDomen.pl	http://rejestracja-domen.pl	9,76	21,96	9,76	25,63	19,00	4,88	–
Zbe.pl	www.zbe.pl/domeny.html	29,00	49,00	19,00	45,00	45,00	9,00	149,00

Źródło: dane pochodzą ze stron www firm rejestrujących domeny.

Tabela 3. Statystyka liczby nowo zarejestrowanych domen w miesiącach styczeń-wrzesień 2006 r.

Miesiąc	NASK		Rejestratorzy	
	liczba nowych domen	udział w rynku (w %)	liczba nowych domen	udział w rynku (w %)
Wrzesień	2	0,0	12 763	100,0
Sierpień	76	0,5	15 843	99,5
Lipiec	118	0,8	15 157	99,2
Czerwiec	120	0,8	15 585	99,2
Maj	124	0,8	15 196	99,2
Kwiecień	163	0,9	18 147	99,1
Marzec	175	1,0	17 123	99,0
Luty	199	0,7	28 172	99,3
Styczeń	329	1,6	20 688	98,4

Źródło: Serwis WWW NASK: www.dns.pl.

Niestety, większość atrakcyjnych nazw domen została już zarezerwowana, tak więc pierwszym krokiem przy rejestracji domeny powinno być sprawdzenie, czy wybrana nazwa domeny jest dostępna. Bardzo często zachodzi konieczność odkupienia już zarejestrowanej domeny. Wówczas także należy sprawdzić w bazie WHOIS, czy domena została zarejestrowana, ustalić informacje na temat domeny i jej abonenta oraz sfinalizować transakcję kupna/sprzedaży z całkowitym przekazaniem praw do domeny.

4. Uregulowania prawne

Głównym zagadnieniem w dziedzinie posługiwania się domenami internetowymi w Polsce są nieprecyzyjne przepisy. Nie odnoszą się one wprost do nazw domen internetowych i dlatego są dowolnie interpretowane. Nieliczne akty prawne regulujące zagadnienie ochrony prawnej nazw domen internetowych, tj. **ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r. Prawo własności przemysłowej** oraz **ustawa z dnia**

16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, nie pozwalają jednoznacznie rozstrzygnąć wiele spraw związanych z rejestracją domen.

Nazwa może być uznana za znak towarowy i stanowić przedmiot ochrony prawnej. Zgodnie z art. 120 pkt 2 ustawy z dnia 30 czerwca 2000 r. Prawo własności przemysłowej, znakiem towarowym może być każde oznaczenie, które można przedstawić w sposób graficzny, jeżeli oznaczenie takie nadaje się do odróżnienia towarów jednego przedsiębiorstwa od towarów innego przedsiębiorstwa. Na podstawie art. 124 ustawy pierwszeństwo do uzyskania prawa ochronnego na znak towarowy przysługuje w Polsce według daty pierwszego prawidłowego zgłoszenia znaku (w tym za granicą RP), jeżeli zgłoszenie w Urzędzie Patentowym zostanie dokonane w okresie 6 miesięcy od tej daty. Aby można się było domagać ochrony nazwy, w tym wypadku domeny internetowej, należy zarejestrować znak towarowy w postaci nazwy w Urzędzie Patentowym.

Korzystanie z domen, których nazwy są popularne, ponieważ są używane przez innych przedsiębiorców (ewentualnie zastrzeżone), jest czynem noszącym znamiona nieuczciwej konkurencji. Zgodnie z art. 3 ust. 2 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, czynem takim jest przede wszystkim wprowadzające w błąd oznaczenie przedsiębiorstwa. Czynem nieuczciwej konkurencji jest także oznaczenie przedsiębiorstwa, które może wprowadzić jego klientów w błąd, co do jego tożsamości, przez używanie firmy, nazwy, godła, skrótu literowego lub innego charakterystycznego symbolu wcześniej używanego, zgodnie z prawem, do oznaczenia innego przedsiębiorstwa (art. 5 ustawy). Zagraniczne osoby prawne i fizyczne korzystają z uprawnień wynikających z przepisów tej ustawy na podstawie umów międzynarodowych lub na zasadzie wzajemności (art. 4 ustawy).

Przy rejestracji domeny zawierającej np. nazwisko mogą mieć zastosowanie przepisy **kodeksu cywilnego** dotyczące ochrony dóbr osobistych. Podczas rejestracji domeny krajowej .pl w NASK zawierana jest umowa cywilnoprawna między wnioskodawcą a organem rejestrującym, przy czym częścią tej umowy są **Zasady rejestracji domen w NASK**.

Jeżeli użytkownik sieci uważa, że cudza domena internetowa narusza jego prawa, może złożyć pozew w sądzie cywilnym (oznacza to długie oczekiwanie na wyrok) lub zgłosić sprawę do Sądu Polubownego ds. Domen Internetowych.

Przed złożeniem pozwu przedsiębiorca może wystąpić o przeprowadzenie mediacji, które stwarzają szansę na polubowne zakończenie sporu. Jeśli posiadacz domeny nie godzi się na mediację bądź nie doprowadzi ona do porozumienia, należy złożyć pozew. Natomiast pozwany nie musi się godzić na rozstrzygnięcie sporu przez sąd. Wówczas jednak automatycznie traci prawa do domeny. Zgodnie z regulaminem NASK domena zostaje w takiej sytuacji zablokowana, a po sześciu miesiącach następuje rozwiązanie umowy o jej rejestrację.

Zestawienie postępowań mediacyjnych i arbitrażowych prowadzonych w latach 2003-2006 przez Sąd Polubowny ds. Domen Internetowych przy Polskiej Izbie Informatyki i Telekomunikacji przedstawiono w tab. 4 i 5.

Tabela 4. Postępowania medacyjne prowadzone przez Sąd Polubowny ds. Domen Internetowych w latach 2003-2006

Lata	Liczba pozwów	Sposób zakończenia mediacji			
		ugoda	umorzono	nie wszczęto (rezygnacja wnioskodawcy)	w toku
2003	11	1	9	1	–
2004	10	–	8	2	–
2005	8	1	6	1	–
wrzesień 2006	9		3	2	4
Razem	38				

Źródło: http://www.piit.org.pl/_gAllery/53/71/5371.pdf.

Tabela 5. Postępowania arbitrażowe prowadzone przez Sąd Polubowny ds. Domen Internetowych w latach 2003-2006

Lata	Liczba postępowań	Sposób zakończenia postępowania					
		ugoda przed arbitrem	umorzono przez arbitra	wyrok	zastosowanie zasad	nie wszczęto (rezygnacja powoda lub brak danych abonenta)	w toku
2003	15	–	–	7	5	3	–
2004	26	1	1	6	9	9	–
2005	75	4	–	24	25	19	3
wrzesień 2006	72			3	23	12	34
Razem	188						

Źródło: http://www.piit.org.pl/_gAllery/53/71/5371.pdf.

Sprawy trafiające do Sadu Polubownego ds. Domen Internetowych mają różne rozwiązania [Wikariak 2006]. Uznano na przykład, że rejestrujący stronę pod adresem www.komputronix.pl dopuścił się nieuczciwej konkurencji w stosunku do firmy Komputronik sp. z o.o. handlującej w Internecie sprzętem komputerowym. Sąd uznał za oczywiste, że nazwa domeny jest podobna do zarejestrowanego znaku towarowego. Przed ogłoszeniem wyroku właściciel spornej domeny przestał ją wykorzystywać. Próbował ją odsprzedać, ostatecznie jednak z tego również zrezygnował. Podobnie rozstrzygnięto sprawę sieci sklepów RTV EuroAGD, która zgłosiła użytkowanie domen www.euroagd.pl i www.euroagd.com.pl przez konkurencyjny sklep internetowy. Jego właściciel argumentował, że domeny te zawierają nazwę rodzajową (euro) i oznaczenie sprzedawanych produktów (AGD). Sąd uznał, że są zbyt podobne do zarejestrowanego znaku towarowego ogólnopolskiej sieci i mogą wprowadzać klientów w błąd.

Natomiast inny pogląd wyraził sąd w przypadku wydawcy „Przeglądu Sportowego”, który pozwał właściciela domeny www.przegladsportowy.pl. Uznał, że znak towarowy „Przegląd Sportowy” nie został zarejestrowany w Urzędzie Pa-

tentowym, ale o wyroku zdecydował fakt, iż jest to nie tylko tytuł dziennika, ale także naturalne połączenie słów często pojawiających się na stronach klubów sportowych i forach internetowych.

5. Zakończenie

Rejestracja domeny zawierającej nazwę popularnej firmy lub produktu z zamiarem odsprzedaży jej z zyskiem oraz domeny podobnej do popularnego i często odwiedzanego serwisu to najpowszechniejsze oszustwa domenowe.

Pierwszy problem może być rozwiązany przez uściślenie przepisów prawnych dotyczących ochrony znaków towarowych, tak aby były one zgodne z rozwojem nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych i w sposób jednoznaczny regulowały zasady rejestracji domen internetowych i ich zabezpieczenia.

Drugiego rodzaju oszustw internetowych użytkownik Internetu może uniknąć, przestrzegając podstawowych zasad bezpieczeństwa obowiązujących przy transakcjach internetowych.

Literatura

- 10 największych zagrożeń w 2007 r. <http://www.gospodarka.pl/18823,10-najwiekszych-zagrozen-w-2007-r,2,39,1.html>, 02.12.2006.
- Bezpieczeństwo marki w Internecie, <http://www.gospodarka.pl/8649,Bezpieczenstwo-marki-w-internecie,2,20,2.html>, 28.04.2005.
- Frontczak T., *Domena na wagę złota*, „Internet” 2006 nr 2.
- Gontarek K., *Domeny dla gangów phisherów*, <http://di.com.pl/news/15059,0.html>, 27.10.2006.
- Internet bezpieczniejszy? <http://haker.gigakompik.net/news.php?readmore=11>, 8.12.2006.
- Kotler P., *Dziesięć śmiertelnych grzechów marketingu*, PWE, Warszawa 2005.
- Spamy z archipelagu Tokelau, <http://tvp.pl/1874,20061127426525.strona> 27.11.2006.
- Walczak A., *Wirusy, robaki, phishing*, VI-XII 2006, <http://www.gospodarka.pl/18991,Wirusy-robaki-phishing-VI-XII-2006,1,39,1.html>, 21.03.2006.
- Wikariak S., *Firmy w Internecie walczą o domeny*, „Rzeczpospolita” nr 18, dodatek „Prawo co dnia”, 21-22.01.2006.

THE PROBLEMS OF PROTECTION OF INTERNET DOMAIN

Summary

This article presents problems related to dangers and security of Internet domain. The author points out the necessity of improving law regulations and adapting to modern information and communication technologies.