

spletno skvoterstvo

Vol Vó proti Volvu

Ko se podjetje, organizacija ali pa posameznik odloči za vstop na splet, mora najprej poskrbeti za registracijo lastne domene. Učinkovita domena znatno pripomore k povečanemu obisku in lažji spletni prepoznavnosti.

Piše: Robert Klinc

Robert.klinc@mojmikro.si

Kadar gre za registracijo domene za podjetje ali dejavnost, ki je še v nastajanju, je problem rešljiv (tudi s spremembo imena podjetja, če domena ni več dosegljiva, recimo), če pa gre za registracijo domene za uveljavljeno blagovno znamko ali podjetje in je ta domena že zasedena, pa so možnosti za pridobitev takšne domene precej omejene, saj tudi v tem primeru (načeloma) velja pravilo »kdor prej pride, prej melje«. Navadno se v tem primeru podjetja, ki ne želijo dolgotrajnega in dragega pravnega boja (če se do domene sploh upravičena), želijo pa si domene, odločijo za različico, ki jih stane najmanj časa in denarja, in domeno odkupijo (če je naprodaj). In kjer je denar, so tudi ljudje z nečednimi nameni.

KDO SO SPLETNI SKVOTERJI?

Kaj je skvoterstvo? Skvoterstvo je naselitev zapuščene oziroma nezasedene stavbe ali prostora. Posebnost je, da skvoterji niso lastniki tega prostora, ga ne najemajo in nimajo nobene druge pravice do njega. Analogija s spletnim skvoterstvom (cybersquatting) se ponuja sama po sebi, s to razliko, da spletni skvoterji domeno dejansko plačajo. Nasploh je termin spletno skvoterstvo zastavljen precej na široko. Ponekod z njim označujejo vsako registracijo domene z izključnim namenom (pre)prodaje, vendar pa je ta opis zastavljen preširoko.

Če definiramo: spletno skvoterstvo je vsaka registracija domene, ki je opravljena v »slabi veri«:

1. z namenom **zaslužka pri prodaji** naslova podjetju ali posamezniku z enakim imenom, imenom produkta ali blagovne znamke,
2. samo zato, da drugo podjetje, posameznik ali blagovna znamka **ne more registrirati** natančno te domene,
3. z namenom pridobitve določenih **koristi od obiskovalcev**, ki pridejo na stran, postavljeno na tej domeni, v veri, da pripada določenemu podjetju, posamezniku ali blagovni znamki.

Da je domena pomembna, ni treba posebej poudarjati, saj lahko označuje identiteto podjetja, blagovno znamko, geografsko poreklo ali pa osebnost. Ima tako ekonomsko kot kulturno vrednost, saj označuje recimo vse milijarde dolarjev, ki so jih multinacionalke v desetletjih namenile za oglaševanje, ali pa dobro ime, ki si ga



Spletno domovanje vola z imenom Vó

je kulturna ustanova gradila celo stoletje. Prav tako ni vseeno, za kakšno domeno gre – nekatere je lažje najti kot druge (ker vsebujejo nize, ki se v spletu prevečkrat ponovijo), spet druge si laže zapomnimo (www.ijs.si proti www.institut-jozef-stefan.si, www.rtv slo.si proti www.rtv-slovenija.si).

V Sloveniji so lani (4. 4. 2005 točno ob 10 :00.00) začeli veljati **novi splošni pogoji registracije domen .si**, s katerimi se je do neke mere sprostil trg nacionalnih domen. To je bila hkrati priložnost (resda zaenkrat le za pravne subjekte), da so se nekateri dokopali do zanimivih domen, žal tudi z namenom prodaje.

➤ **Spletno skvoterstvo je registracija domene, ki je opravljena bodisi z namenom zaslužka pri njeni prodaji, z namenom preprečevanja registracije te domene drugim ali z namenom pridobivanja koristi od zavedenih obiskovalcev strani.**

(NE)IZNAJDLJIVI DOMAČI SKVOTERJI

Zanimiv je denimo primer domene volvo.si, ki si jo je proti pričakovanjem prilastil **vol** po imenu **Vó** in nanjo postavil svoje malo spletno domovanje. Naj bo nam še tako smešno, švedskemu proizvajalcu avtomobilov zagotovo ni bilo.

Najtrši oreh so tako imenovane »splošne« domene za »šibke« blagovne znamke, za katere ni moč vedno trditi, da so bile pridobljene v slabi veri. Na seznamu ARDS (alternativno reševanje domenskih sporov, www.arnes.si/domene/ARDS/odlocitve_ards.html) tako recimo najdemo tudi domeni design.si ter joga.si, za kateri so pritožbi zavrnil, saj sta besedi »design« in »joga« preveč splošni, da bi si ju lahko lastilo podjetje ali društvo, pa čeprav pri design.si beseda DeSIGN označuje celo registrirano blagovno znamko.

Zagotovo je bila ena najbolj zaželenih domen sex.si, saj je bilo iluzorno pričakovati, da bi bil kdo sposoben izkazati, da je do nje (še posebej) upravičen, zagotovo pa je že sama po sebi zadostna garancija za velik obisk (obisk strani omenjeni domeni sam po sebi govori o tem, zakaj je bila domena registrirana). Le ugibamo pa lahko, kakšne namene je imel tisti, ki je registri-

ral domeno google.si, hofer.si ali pa fedex.si, čeprav ni povezan z omenjenimi podjetji ali blagovnimi znamkami. V primeru domen fedex.si in hofer.si je bil dogovor sklenjen s poravnavo, in povsem možno je, da je skvoter tudi kaj zaslužil.

KRALJ SPLETNIH SKVOTERJEV

V svetovnem merilu je eden najbolj znanih spletnih skvoterjev **Dennis Toepfen** (www.toepfen.com), ki se je eden prvih zavedel pomembnosti in potenciala registracije spletnih domen in jih leta 1995 registriral preko 200. Nekateri med njimi so bile splošne angleške besede (denimo hydrogen.com, po slovensko vodik), nekatere so označevale blagovne znamke, ki so pripadale več podjetjem (denimo americanstandard.com), nekatere pa so imele več pomenov. Tako je recimo registriral domeno panavision.com, saj je vedel, da je Panavision registrirana blagovna znamka

filmskih kamer, prav tako pa je lahko okrajšava za Panama vision (pogled nad Panamo), kar je s pridom izkoristil. Njegova naložba v navidezne spletne nepremičnine se mu je kmalu začela obrestovati, saj je kar nekaj domen uspešno

prodal, nakar je dve tožbi izgubil in opustil vse domene, povezane z blagovnimi znamkami. (seznam domen, ki so še na voljo, najdete na www.inert.com)

Vendar pa pri spletnem skvoterstvu ne gre samo za (pre)prodajo domen.

SKVOTERSTVO ZATIPKANIH DOMEN

Dejstvo je, da smo ljudje zmotljivi. Zlasti ko gre za tipkovnico in tipkanje naslovov, se velikokrat zgodi, da se **zatipkamo**. Tako je povsem možno, da v naslovno vrstico brskalnika namesto www.mojmikro.com vtipkamo www.mojmirko.com. Majhna, a pomembna razlika, ki obiskovalca namesto na zeleno stran pripelje (odpelje?) drugam. Če se nam to zgodi, lahko le upamo, da opazimo razliko med obema stranema. V najslabšem primeru pridemo na stran, ki je na las podobna zeleni strani, lastnik pa ima z nami nečedne namene (če bi se to recimo zgodilo pri strani Klik NLB, bi lahko bile posledice katastrofalne).

Skvoterstvo zatipkanih domen (typosquatting) se ponavadi označi kot dejanje v slabi veri. V grobem poznamo dve obliki te vrste dejanj.

Prvo obliko uporablja predvsem **porno indu-**

stria, ki priljubljenost določenih strani, prepoznavnost blagovnih znamk in nenatančnost ter nepazljivost pri tipkanju izrablja za to, da obiskovalce **preusmeri na strani z vsebino za odrasle**. Ker sta uspešnost in dohodek takšnih strani odvisna predvsem od števila obiskovalcev (in s številom tudi strmo narašča), tako zajemajo obiskovalce z bolj obiskanih strani.

Da se podjetja tega zavedajo, kaže tudi spletni velikan **Google**, ki je zakupil veliko večino zatipkanih domen in tako zaščitil svoje uporabnike. Na njihovem seznamu tako najdemo google.com, google.com, goolge.com, google.net in mnoge druge.

Druga oblika je uporaba podobnih domen, ki obiskovalca pripeljejo **drugam, kot si želi**. Vzrokov, zakaj bi kdo to želel, je lahko več. Na eni strani je lahko banalen (povečanje obiska na strani), lahko pa nas zatipkana domena odpelje na stran podjetja, društva ali posameznika, ki se ukvarja s podobno dejavnostjo oziroma ponuja podobne izdelke kot podjetje na »pravi« domeni. Aktualen primer se skriva na naslovu **www.ie7.com** – namesto najnovejšega brskalnika velikega Microsofta boste uzrli vabilo k uporabi konkurenčnega brskalnika Firefox.



Šaljiv primer zlorabe spletne domene www.ie7.com

Nekaj primerov zlorabe zatipkanih domen najdemo tudi v Sloveniji. Lep primer je denimo domena **24ur.org**, ki vas bo namesto na stran naše največje komercialne televizije pripeljala na priljubljen računalniški portal **slo-tech.com**. Da pa ne bomo ostali samo pri komercialni televiziji, se vam bo zgodilo nekaj podobnega tudi če v brskalnik vtipkate **rtvslo.org** ali **rtvslo.biz**.

Prav tako je zanimiv primer **BlogOs.si**. Največji slovenski ponudnik internetnega dostopa je pred nekaj meseci splavil Blogos, blogerski sistem, kjer lahko vsak odpre in piše svoj blog. Vendar pa so sistem postavili na poddomeno (<http://blog.siol.net>) in ga tako tudi oglašujejo.

Pred kratkim pa se je v internetu pojavila stran **BlogOs** (os slovenskih blogov), ki domuje na domeni **BlogOs.si** in ni v nobeni neposredni



Siolov Blogos proti BlogOs

povezavi s sistemom Blogos (skupno imata le to, da sta obe namenjeni blogom).

Podobno lahko ugotovimo tudi za stran **www.bar2.si**, s katero nosilec pravic resničnostnega šova Bar (ProPlus oziroma PopTV nima nič).

Kdo je komu prevzel ime in domeno ter ali gre res za spletno skvoterstvo, pa bo pokazal čas.

UPORABA ANTIDOMEN

Ko gre za očitne zlorabe, kot je denimo uporaba zatipkanih domen ali pa registracija domene z namenom preprodaje, ni težko najti znamenj slabe vere. Večji problem nastopi pri uporabi tako imenovanih »anti« (»sux«) domen.

Že samo ime pove, da gre v tem primeru za spletišča, ki jih postavijo posamezniki ali organizacije z namenom **kritiziranja** podjetij, organizacij, dogodkov ali znanih posameznikov. Nekatera od teh spletišč so šaljive narave (le kdo od starejših uporabnikov interneta se ne spomni Telekomovega ptička, obrnjenega na glavo), nekatera predstavljajo drugo plat pogledov na dogodek (protivladne strani ali pa strani, naperjene proti kateremu izmed medijev), zares nadežne, škodljive ali celo nezakonite pa so strani z neresnično ali pa žaljivo vsebino, pa najsi gre za stran, naperjeno proti posamezniku, podjetju ali pa blagovni znamki. Zanimivo je, da včasih takšne strani dosegajo višja mesta v iskalnikih (zaradi boljšega optimiranja strani) in so tudi zaradi tega trn v peti podjetjem.

V tujini je teh primerov ogromno, boj proti njim pa dolg in težak. Večina avtorjev se sklicuje na »**svobodo govora**«, zato so uspešne le tiste tožbe, kjer tožeči najdejo luknjo v zakonu in nepravilnosti na strani (kršenje avtorskih pravic pri uporabi podobnih logotipov recimo). Pa pri nas? Najbolj znan primer takšne strani je **mobisux.com**, ki je včasih domoval na naslovu **mobitel.sux.nu**.

KRAJE DOMEN

V vseh omenjenih primerih je opisano početje predvsem **nemoralno** in šele nato nezakonito, poznamo pa tudi primere, ki so predvsem **nezakoniti**.

Znane so prevare s **podaljšanji domen** (renewal scams). Značilno zanje je, da lastnik domene dobi sporočilo (ponavadi na las podobno

pravim sporočilom njegovega registrarja), ki mu sporoča, da bo njegova domena potekla, čeprav se bo to v resnici zgodilo šele čez nekaj mesecev. Lastnika domene s prevaro napelje na to, da mu sporoči podatke o domeni in podaljšanje tudi **plača**. V največ primerih se zgodi, da se s tem domena **prenese na prevaranta**, ki mu lastnik prenos celo plača. Znani pa so tudi primeri, ko je lastnik domene lažnemu registrarju podaljšanje plačal in se nato ni zmenil za sporočila pravega registrarja ter tako izgubil domeno, ki je zapadla, ali pa primeri, ko je lastnik plačal podaljšanje domene za nekajkrat višjo vsoto od običajne ali pa za precej dolgo dobo, tudi 100 let.

Včasih lastnik pri prenosu domene sploh ni udeležen, saj prevarant njegov podpis oziroma elektronsko sporočilo enostavno **ponaredi**. Slednje se je zgodilo tudi pri domeni **sex.com**, ene najbolj zaželenih domen med spletnimi poslovnimi. Poslovnež **Gary Kremen** iz San Franciscas je leta 1994 kupil domeno **sex.com** in nanjo pozabil, saj je zgradil posel okoli domene **match.com**. Zato je **Steve Cohen** oktobra 1995 po mnogih klicih, ponarejenih elektronskih, faks sporočilih in pisemih dosegel prenos domene na svoje ime in zgradil posel, ki mu je mesečno prinašal od 50.000 pa vse do 500.000 dolarjev. Ko se je Gary Kremen zavedel prevare, je zahteval domeno nazaj in jo po petletni pravni bitki leta 2000 tudi dobil, sodišče pa je Cohenu naložilo še plačilo 25 milijonov dolarjev kazni. Aprila 2001

➤ **Skvoterstvo zatipkanih domen uporablja porno industrija, ki priljubljenost določenih strani in nepazljivost pri tipkanju izrablja za to, da obiskovalce preusmeri na strani z vsebino za odrasle.**

je sodišče Cohenu naložilo še plačilo dodatnih 40 milijonov dolarjev za poslovno škodo, vendar pa Kremen denarja ni dobil, saj je Cohen pobegnil v Mehiko.

Sočasno s tožbo proti Cohenu je Kremen tožil še podjetje Network Solutions (danes je to podjetje **VeriSign**), ker je domeno predalo Cohenu, vendar pa ni želelo prevzeti odgovornosti. Zadeva se je končala leta 2004, ko sta Gary Kremen in podjetje VeriSign sklenila poravnavo za neznano vsoto (govori se o 20 milijonih dolarjev).

PREVIDNOST NI ODVEČ

Opisani so le nekateri primeri, kako vam lahko spletni nepridiprav povzroči vsaj težave, če že ne poslovne škode, iznajdljivosti pa jim tako ali tako nikoli ni primanjkovalo. V tujini (predvsem v ZDA) že obstajajo **zakoni**, ki urejajo področje dejanj »v slabi veri«, za domene .si je deloma poskrbljeno, drugje pa velja biti previden.

Čeprav je velika verjetnost, da se sami s skvoterstvom ali krajo naših domen verjetno ne bomo nikoli srečali in da je kateri od opisanih primerov celo legalen, pa velja ocena, da je to nizkoten način izkoriščanja imena uveljavljenih posameznikov, podjetij in blagovnih znamk.