

ДОМЕННЫЕ ИМЕНА 2008

Вторичный рынок доменов



Когда появятся русскоязычные домены?

Миллион доменов .RU

Можно ли продать национальный домен?

Персональные данные:
под защитой закона

Угонщики доменов

США теряют контроль
над Интернетом

Центр регистрации доменов

www.nic.ru

IpGeoBase — география российских IP-адресов

- общедоступный ресурс географической привязки российских IP-адресов
- общедоступная бесплатная база данных такой географической привязки, которую может использовать для географического таргетинга любой вебмастер на любом сайте как в Рунете, так и за его пределами

Новый проект **«IpGeoBase — география российских IP-адресов»** разработан командой **Stat.nic.ru** при поддержке компании **RU-CENTER:**

- ежедневные обновления на основе данных RIPE DB
- два режима поиска
- блог

Базу данных можно скачать и использовать автономно абсолютно бесплатно.

У вас есть пожелания, предложения по развитию проекта, комментарии и примеры своего ПО, которое работает с нашей базой данных? Пишите в нашем блоге!

Энциклопедия сайтостроения

«Энциклопедия сайтостроения» – ресурс для тех, кто решил сделать свой сайт в Интернете. Возможно, этот сайт – личный блог, частный форум или персональный фотоальбом. Возможно, планируется создание новостного ресурса или открытие модной «социальной сети», а может быть, это будет целый корпоративный портал, представляющий компанию в Интернете.

Статьи энциклопедии в доступной форме, рассчитанной на простого пользователя Интернета, не обладающего специальными знаниями, предоставляют полезную на практике информацию, рассказывают о технологиях создания сайтов, о правильном и эффективном использовании этих технологий. **«Энциклопедия сайтостроения»** – это и справочник, и советчик, и новостной ресурс.

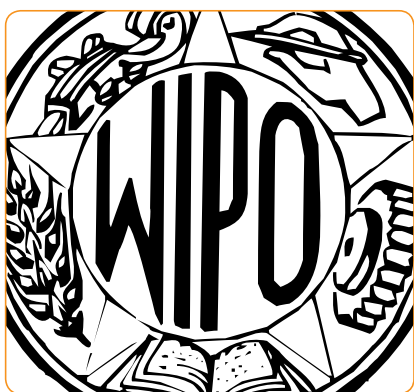
На страницах энциклопедии вы найдете статьи о том, с чего начать, если у вас есть идея, но нет представления, как ее воплотить в жизнь. Вы узнаете, где можно взять необходимые программы или системы, с помощью которых будет работать ваш сайт, сможете взвесить «за» и «против» платных и бесплатных услуг в сфере сайтостроения. Что такое хостинг, какие бывают домены, где найти бесплатную CMS, как работает DNS – обо всём этом расскажет **«Энциклопедия сайтостроения»**. Кроме того, в энциклопедии – всегда интересные новости сайтостроения и сообщения о том, что делают другие, какие идеи и каким образом уже воплощены в жизнь.

Если вы задумали создать небольшой проект, статьи энциклопедии объяснят вам, как справиться своими силами. Если в планах грандиозная площадка, на которую вы надеетесь привлечь сотни тысяч посетителей в день, энциклопедия расскажет вам, как организовать процесс сайтостроительства: где взять квалифицированных специалистов, как оценить уровень их профессионализма, какие вопросы задать на собеседовании, как поставить правильные задачи и проверить результат.

«Энциклопедия сайтостроения» – это азбука создания сайта от профессиональной компании.



стр. 12]



стр. 14]



стр. 31]



стр. 56]

СЛОВО РЕДАКТОРА

- 4] Обращение главного редактора

СТАТИСТИКА

- 6] 90 тысяч доменов регистрируется в мире каждый день
- 7] ICANN впервые лишила регистратора аккредитации
- 8] Вторичный рынок доменов
- 10] Как выбрать доменное имя
- 10] О регистрации доменов в зоне RU
- 11] В регистраторы пойду, пусть меня научат

ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О СИСТЕМЕ ДОМЕННЫХ ИМЕН (DNS)

- 12] Как и для чего работает DNS

НОВОСТИ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

- 14] ICANN ведет свой блог
- 14] ICANN стремится к независимости
- 14] Винт Серф покинул ICANN
- 16] ICANN обновит кадры
- 16] Хроника киберсквоттинга сквозь призму ВОИС
- 17] Антикиберсквоттеры, объединяйтесь!

ВТОРИЧНЫЙ РЫНОК ДОМЕНОВ

- 18] Вторичный рынок – состояние и перспективы развития
- 31] Домейнеры: кто они?

ДОМЕНЫ ОБЩЕГО ПОЛЬЗОВАНИЯ

- 32] Домены общего пользования
- 44] Домен СОМ исчерпал четырехбуквенные имена
- 47] Специальные доменные зоны для банков?

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ДОМЕНЫ

- 48] Национальные домены
- 54] Национальный домен на продажу
- 56] Кто будет администрировать домен США

57] ДОМЕННЫЙ ТЕЛЕГРАФ

ДОМЕН SU

58] Домен SU: история Рунета

МНОГОЯЗЫЧНЫЕ ДОМЕНЫ

62] Многоязычные домены приходят на смену латинским

66] Русскоязычные домены: хронология событий



стр. 58]

БЕЗОПАСНОСТЬ

68] Кто вредит владельцам доменов

72] Памятка «Как защитить свое имя?»

73] ДОМЕННЫЙ ТЕЛЕГРАФ

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ

74] Персональные данные: под защитой закона

ДОМЕН И ПРАВО

76] Доменное имя vs товарный знак

ПРЯМАЯ РЕЧЬ

78] Интервью с директором RU-CENTER

81] ДЛИННЫЕ СМЕШНЫЕ ДОМЕННЫЕ ИМЕНА

82] ДОМЕННЫЙ ТЕЛЕГРАФ



стр. 62]



стр. 68]



стр. 74]



Уважаемые читатели!

Приветствуем вас на страницах третьего выпуска информационно-аналитического журнала «Доменные имена», главную тему которого – вторичный рынок доменов – подсказала сама жизнь. Этот выпуск посвящен ключевым тенденциям на вторичном рынке доменных имен в России и за рубежом, монетизации доменов, а также отраслевым итогам 2007 года, который, благодаря интенсивному развитию рынка, оказался насыщен событиями и новостями из мира доменов.

17 сентября минувшего года домен RU преодолел знаковый рубеж в 1 000 000 доменов второго уровня. А уже к декабрю их число в зоне .RU превысило 1 150 000.

В 2007 г. сложилась новая тенденция в российском сегменте рынка доменных имен: теперь они активно используются не только в качестве инструмента для вложения средств, но и в качестве самостоятельной рекламной площадки, на которой размещается реклама с оплатой за клики¹.

Развитию вторичного рынка доменов способствуют новые сервисы, позволяющие осуществлять операции по подбору доменов и юридически корректной передаче права администрирования при переуступке домена. Это позволяет проводить операции по перепродаже доменов в правовом поле, уменьшая «серую» долю рынка, где традиционно действуют киберсквоттеры. (О вторичном рынке доменов читайте на стр. 18.)

Киберсквоттерам в прошедшем году досталось от ряда крупных корпораций, среди которых «Yahoo!», «Coca-Cola», «Hilton» и «Dell». Эти компании создали Coalition Against Domain Name Abuse – организацию, направленную на судебное преследование так называемых «брендовых киберсквоттеров». Брендový киберсквоттинг – это регистрация доменов, созвучных или похожих по написанию на раскрученные мировые бренды. Владельцы транснациональных брендов наконец-то смогли дать бой паразитированию на их интеллектуальной собственности. (О киберсквоттерах, фишерах и хайджекерах читайте на стр. 68.)

В январе 2007 г. корпорация ICANN, управляющая адресным пространством Интернета, открыла свой официальный блог, стараясь идти в ногу со временем. Этот блог дает посетителям возможность не только читать новости корпорации, но и оставлять комментарии. Так

¹ – Pay per click

как Интернет – многонациональная среда, в блоге ICANN появляются сообщения на разных языках, в том числе и на русском.

Многоязычные домены и технология их поддержки системой доменных имен (DNS) успешно прошли лабораторные испытания, проведенные ICANN. Теперь технических препятствий для введения повсеместной поддержки многоязычных доменов нет.

Тем не менее, в зоне .RU кириллических доменов не будет. Такое решение принято 4 июня 2007 г. правлением Координационного центра домена RU. Основанием для этого послужили активно ведущиеся переговоры между Координационным центром и ICANN по вопросу создания отдельного кириллического домена верхнего уровня РФ. Основное достоинство такого кириллического домена состоит в том, что при наборе адреса в домене РФ пользователю не придется переключать раскладку клавиатуры. (Об истории и перспективах многоязычных доменов читайте на стр. 62.)

Кроме кириллического домена первого уровня РФ, корпорация ICANN наметила открытие и других важных доменов. Так, Всемирный почтовый союз, возможно, получит в свое распоряжение домен первого уровня POST. В середине 2008 г. ожидается открытие домена TEL. Уже заработал новый региональный домен ASIA, а в 2008 г. ожидается принятие решения ICANN относительно домена LAT: этот региональный домен будет делегирован странам Латинской Америки. (О региональных доменах читайте на стр. 43.)

Помимо создания новых доменов верхнего уровня, ICANN принимала решения и по их удалению. Так, в октябре 2007 г. было решено ликвидировать домен YU, в свое время выделенный Югославии.

Интересна история этого домена. Национальный домен Югославии (YU) был создан в 1989 г. В 2003 г. Союзному государству Сербии и Черногории, возникшему после распада единого государства Югославии, был делегирован домен CS. Однако прежде, чем каждый желающий смог воспользоваться доменными именами с таким расширением, федерация в 2006 г. распалась на два самостоятельных государства. После принятия корпорацией ICANN окончательного решения о закрытии национального домена YU в течение трех ближайших лет произойдет постепенный перенос зарегистрированных в нем имен в недавно образованные доменные зоны Сербии (RS) и Черногории (ME).

В ушедшем году вновь разгорелись споры по поводу домена SU, на много лет пережившего Советское государство. После открытого обсуждения, в котором представители российского интернет-сообщества проявили активную позицию, ICANN сообщила, что вопрос будущего домена SU окончательно переведен из политической плоскости в техническую. Удаление этого домена вряд ли возможно до того, как из международного стандарта ISO 3166 двухбуквенных кодов стран и территориальных образований исчезнет код SU. Очевидно, что это не произойдет в ближайшие десятилетия, так как существует огромный блок официальных международных документов, связанных с Советским Союзом, которые не утратили своей силы и поныне, и которые неотделимы от мировой дипломатической реальности. (Об истории домена SU и появления Интернета в СССР читайте на стр. 58.)

Одной из заметных новинок в правовом регулировании российского доменного рынка стало вступление в силу в начале января 2007 г. закона о персональных данных. В соответствии с законом сервис Whois относится к общедоступному источнику персональных данных. Сервис Whois используется для получения информации о доменных именах и их владельцах. В поле «person» Whois-сервиса для физических лиц и индивидуальных предпринимателей указывается полное имя лица, являющегося администратором (владельцем) домена. С февраля 2008 г., в соответствии с законодательством о персональных данных, владельцы доменов в зонах .RU и .SU – физические лица и индивидуальные предприниматели, зарегистрировавшие домены в RU-CENTER, – имеют возможность указать в поле «person» Whois-сервиса значение «Private Person». (Подробнее о защите персональных данных читайте на стр. 74.)

Упомянутые нами события далеко не исчерпывают все то важное и интересное, что определило вектор развития доменного рынка в 2007 году. Подробности, статистические данные, анализ перспектив – все это на страницах нашего журнала.

Мне остается лишь пожелать вам приятного чтения, ярких идей и красивых доменов.

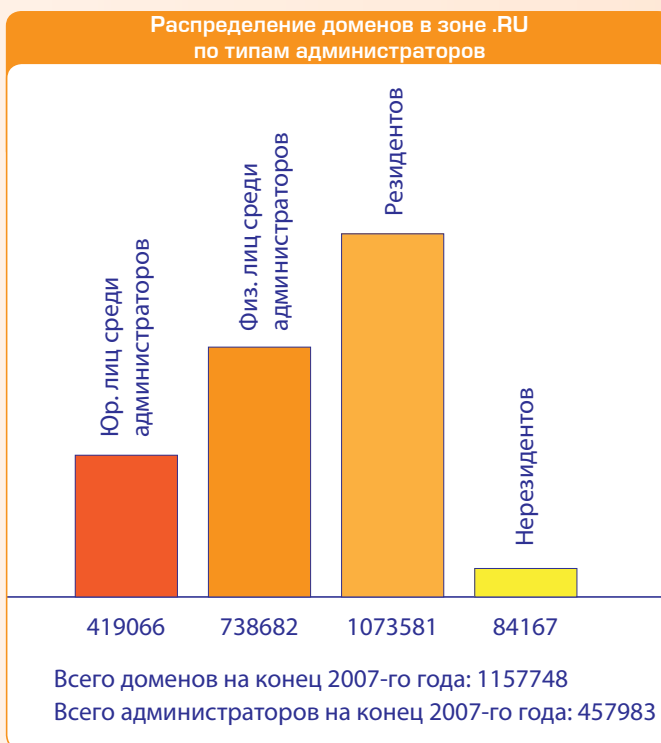
Андрей Воробьев,
главный редактор журнала
«Доменные имена»

90 ТЫСЯЧ ДОМЕНОВ РЕГИСТРИРУЕТСЯ В МИРЕ КАЖДЫЙ ДЕНЬ

В 2007 г. в мире ежедневно регистрировалось около 90 тыс. новых доменных имен, а их общее число к концу года превысило отметку 150 млн, из которых около 55 млн пришлось на долю национальных доменов. Российский домен RU наряду с китайским доменом CN продемонстрировал самые высокие темпы роста – 62% по итогам 2007 г. (в 2005 г. домен RU вырос на 46%, в 2006 г. – на 61%). Российский и китайский домены, по мнению экспертов VeriSign, растут благодаря стремительному развитию экономик двух стран и увеличению в них числа Интернет-пользователей.

Лидером среди национальных двухбуквенных доменов (ccTLDs) по абсолютному числу зарегистрированных имен остается Германия (в зоне DE число доменов приближается к 12 млн), за ней следуют Великобритания (UK) и Китай (CN), преодолевшие отметку 6 млн имен (правда, и в той, и в другой стране речь идет о доменах второго и третьего уровня в сумме), третье место делят общеевропейский домен EU и национальный домен Голландии (NL), включающие по 2,5 млн доменов второго уровня. Собственно, эта пятерка (Германия, Великобритания, Китай, Европейский Союз и Нидерланды) аккумулируют 55% от всех доменов, зарегистрированных в ccTLDs, или 20% от общего числа доменов зарегистрированных во всем мире.

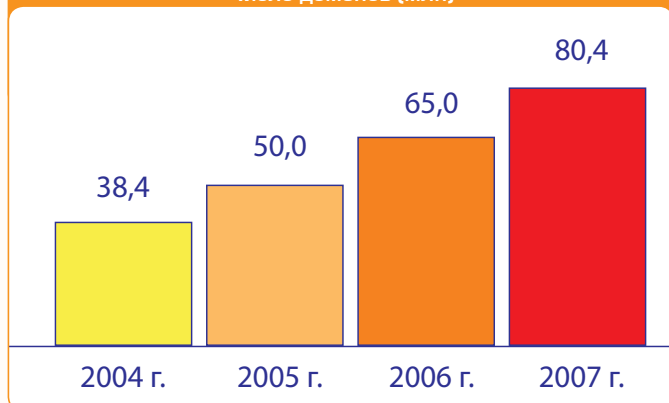
Российский домен в год своего 13-летия какое-то время весьма символично занимал в рейтинге ccTLDs 13-е место, уступив также Италии, Аргентине, США, Бразилии, Швейцарии, Японии и Австралии, однако во второй половине года актив-



ность регистрации повысилась, и домен RU сумел опередить австралийский домен AU, вытеснив его с 12-го места рейтинга. Так, домен RU преодолел миллионный рубеж в середине сентября 2007 г., а домен AU достиг этой отметки только к концу ноября. Следом за австралийским доменом в рейтинге ccTLDs к концу 2007 г. «ноздря в ноздю» пришли домены Кореи, Канады и Франции. Кстати, сразу после Нового года из Парижа пришло сообщение о том, что домен FR преодолел планку в 1 млн.



Общее число регистраций в доменах .COM и .NET
Число доменов (млн)



Распределение администраторов по числу доменов в управлении (зона .RU)

Число доменов	Число администраторов
Более 10 000	1
1 001 – 10 000	47
101 – 1 000	460
11 – 100	9 912
Всего администраторов доменов:	457 983

ICANN ВПЕРВЫЕ ЛИШИЛА РЕГИСТРАТОРА АККРЕДИТАЦИИ

Корпорация ICANN, управляющая адресным пространством Интернета, официально объявила об аннулировании аккредитации на право осуществления деятельности по регистрации доменов американского регистратора доменов компании RegisterFly.

В конце февраля 2007 г. корпорация выпустила специальное предупреждение для RegisterFly, пригрозив возможным лишением аккредитации на право регистрации доменов.

В ICANN говорили, что это связано с многочисленными проблемами в сети и на серверах RegisterFly. На протяжении месяца в ICANN постоянно получали претензии от клиентов RegisterFly, в которых клиенты обвиняли компанию в халатном исполнении своих обязанностей.

В частности, по вине компании около 75 тыс. клиентов остались без доменных имен, так как не смогли продлить регистрацию из-за технических и административных проблем RegisterFly. Кроме того, компания являлась официальным уполномоченным по выпуску сертификатов SSL, но из-за недоразумений, возникших в компании, сертификаты примерно 460 сайтов оказались просрочены.

В самой RegisterFly ситуацию обрисовали следующим образом: совет директоров компании принял решение об увольнении исполнительного директора Кевина Медины вследствие обвинений в растратах. Между управляющими партнерами разгорелась борьба из-за разницы во взглядах на развитие компании. В результате конфликта деятельность компании была парализована. Это привело к тому, что в феврале 2007 г. RegisterFly перестала регистрировать и продлевать сроки регистрации доменов.

В ICANN поступили первые жалобы на регистратора, в которых клиенты компании просили разобраться в ситуации и вернуть вовремя не продленные домены. Из-за ошибок регистратора домены были перерегистрированы на других владельцев, и интернет-бизнес многих компаний серьезно пострадал. В ICANN были крайне обеспокоены жалобами клиентов компании RegisterFly. Спустя некоторое время ICANN официально уведомила RegisterFly в нарушении соглашения RAA (Registrar Accreditation Agreement), предусматривающего ряд правил работы регистратора доменов. На исправление ситуации компании дали две недели, но время было упущено.

Всем владельцам доменов COM и NET, работающим с данной компанией, было предложено перейти к другим регистраторам. Итоговые слушания по иску ICANN к RegisterFly состоялись в суде 9 марта 2007 г. Руководители RegisterFly осыпали

друг друга взаимными обвинениями. В частности, Джон Нарузевич обвинял своего партнера в массовых растратах, а Кевин Медина утверждал, что Совет директоров компании не дает управлять организацией с \$8-миллионным оборотом, из-за чего компания приостановила свою деятельность. Примечательно, что и Нарузевич, и Медина говорили в суде, что вернуться в RegisterFly только на условиях единоличного руководства.

По словам работников суда и независимых юристов, судебное заседание по делу ICANN – RegisterFly напоминало телевизионное шоу. В частности, юристы Кевина Медины обвиняли Нарузевича в «наличии десятка высших образований, но в полном отсутствии технических навыков», а также в «неспособности работать с клиентами». Кроме того, он обвинялся в оформлении кредита на дом во Флориде (США) за счет компании, а также в покупке эксклюзивной мебели, стоимость которой превысила \$60 000. В свою очередь, юристы Нарузевича обвиняли Медину в оплате пентхауса в Майами за счет компании, а также в проведении операции по липосакции за \$6 000 и растрате на эскорт-услуги \$27 000. В результате ICANN объявила об аннулировании аккредитации на право осуществления деятельности по регистрации доменов компании RegisterFly.

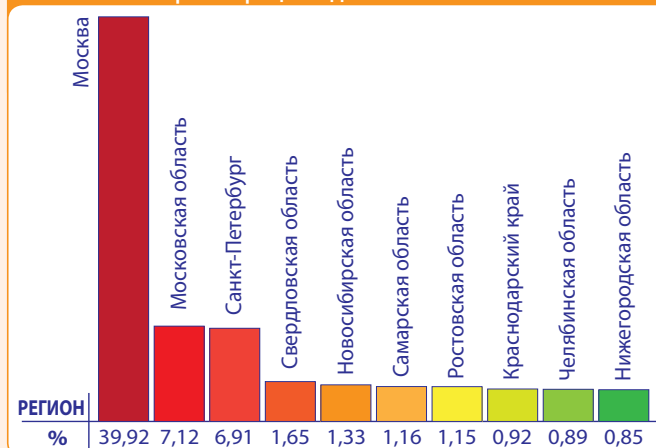
Инцидент с RegisterFly, когда регистратор доменов впервые в истории был лишен аккредитации, заставил ICANN сделать определенные выводы. Сразу же было заявлено о необходимости пересмотра RAA – соглашения, которое регламентирует обязанности регистратора. На конференции ICANN в Дели в феврале 2008 г. были представлены данные исследования, посвященного одному из обязательных пунктов договора – страховке. Большинство (96%) регистраторов подтвердили, что их деятельность застрахована. При этом 298 компаний имеют страховку, «объединенную» с другими регистраторами (affiliated registrars). Как правило, это организации, входящие в один холдинг. Они функционируют как несколько регистраторов для обеспечения большего числа каналов для связи с реестрами. У 134-х игроков рынка страховка оказалась просрочена.

ICANN пообещала проводить проверки «на местах», направленные, в первую очередь, на оценку технической инфраструктуры регистратора. С 1 июня 2008 г. каждый регистратор должен будет выбрать провайдера, которому еженедельно (а крупные игроки – ежедневно) будет сдавать регистрационные данные. Такое дублирование информации гарантирует администраторам доменов спокойную жизнь, даже если регистратор вдруг захочет уйти с рынка, будет лишен аккредитации или пострадает от технического сбоя.

Самыми массовыми по-прежнему являются домены общего пользования (gTLDs). Лидер по количеству регистраций в доменах общего пользования – США, на втором месте – Германия, за ней идет Великобритания, на четвертом месте Канада, замыкает пятерку лидеров Китай. Россия в этом рейтинге занимает 18-е место.

В 2007 г. в домене NET было зарегистрировано уже 10-миллионное доменное имя. Но это не рекорд: в домене COM к концу года насчитывалось свыше 72 млн доменов, в ORG – «всего» 6,4 млн. Домены COM, NET, ORG – первые общие домены верхнего уровня, появившиеся в далеком 1984 г.

Десятка лидеров среди регионов РФ по регистрациям доменов в зоне .RU



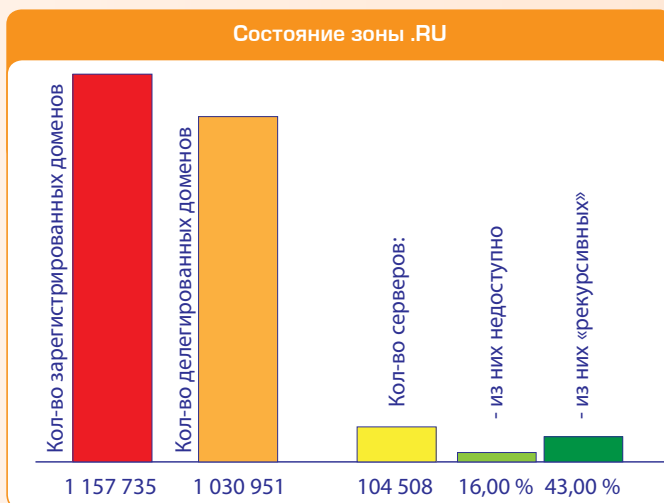
Первоначально было создано семь gTLD: COM, NET, ORG, INT, EDU, GOV, MIL, из которых домены COM, NET и ORG получили самое широкое распространение.

Так, домен COM в 2007 г. исчерпал четырехбуквенные доменные имена вида LLLL.com. Интересный факт: регистрация доменов в зоне .COM началась в 1985 г., а первые четырехбуквенные домены (ssig.com и quad.com) были зарегистрированы 11 декабря 1986 г.

Интересный факт: регистрация доменов в зоне .COM началась в 1985 г., а первые четырехбуквенные домены (ssig.com и quad.com) были зарегистрированы 11 декабря 1986 г. (эти два домена входят в сотню самых старых доменов зоны .COM). Для того чтобы в одной из старейших и популярнейших доменных зон полностью закончились свободные четырехбуквенные домены, понадобилось 22 года.

ВТОРИЧНЫЙ РЫНОК ДОМЕНОВ

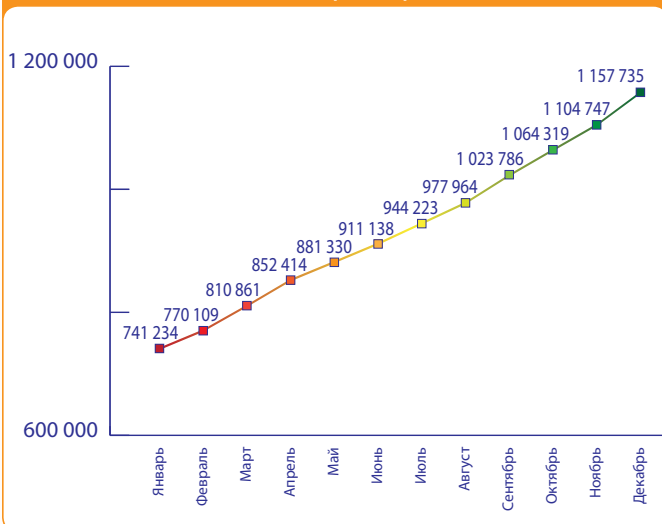
По оценкам экспертов, к 2010 г. доменный рынок может быть оценен в \$4 млрд. Доходы владельцев красивых доменных имен от их покупки и продажи, а также доходы от PPC-рекламы продолжают расти. С развитием рекламных технологий в 2007 г. появилось новое свойство домена. Доменные имена теперь могут выступать в качестве самостоятельной рекламной площадки. Кроме того, домены стали объектом прямых инвестиций, люди, которые вкладывают деньги в картины и не-



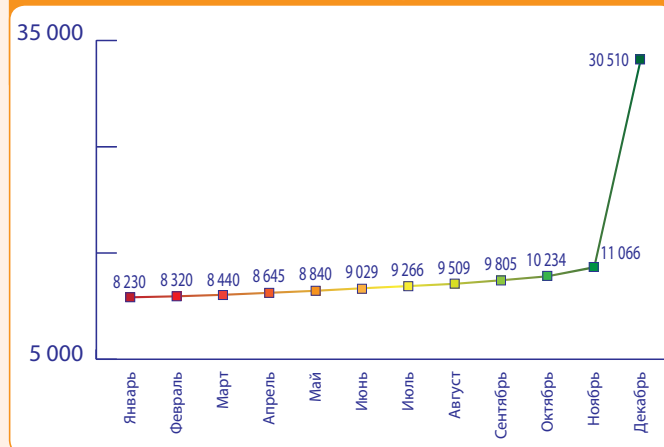
движимость, стали инвестировать и в доменные имена. Только в домене RU около 15% от общего числа доменов используются как инструмент вложения средств и получения прибыли. Еще 10% доменных имен в зоне RU никак не используются (не делегированы), их тоже можно рассматривать как объект вложений. Существенно ускорили процесс инвестирования в домены развитые сервисы доменного вторичного рынка.

В мае 2007 г. компания MNX, которой принадлежит сервис Pimprol.com, объявила о покупке домена Porn.com. Пикантное имя было продано за \$9,5 млн, это рекордная сделка 2007 г. (в 2006 г. самым дорогим доменом стал Diamond.com, его стоимость составила \$7,5 млн). Регистратором домена и посредником в сделке по его продаже выступила компания Moniker.com. Предыдущий владелец домена получил его 12 лет назад. В компании MNX собираются развивать на сайте

Рост зоны RU в 2007-м году
(количество регистраций)



Рост регистраций в зоне SU
(2007-й год)



под доменом Porn.com масштабный и долгосрочный проект. Представители Moniker.com считают, что на этом домене можно создать проект «для взрослых» международного масштаба. Самым дорогим доменом по-прежнему остается пикантный домен Sex.com, который был выкуплен за \$12 млн (по другим данным – за \$14 млн) компанией Escom в 2005 г.

Доли по регистраторам в зоне .RU, декабрь 2007 года (по администраторам)		
Регистратор	Число администраторов	% от общего числа администраторов
RUCENTER-REG-RIPN	211112	50,94
GPT-REG-RIPN	91397	22,05
REGTIME-REG-RIPN	42385	10,23
CENTROHOST-REG-RIPN	27342	6,6
REGISTRATOR-REG-RIPN	7399	1,79
NAUNET-REG-RIPN	15626	3,77
REGRU-REG-RIPN	9117	2,2
CARAVAN-REG-RIPN	4439	1,07
SOVINTEL-REG-RIPN	3174	0,77
DEMOS-REG-RIPN	899	0,22
ELVIS-REG-RIPN	753	0,18
CT-REG-RIPN	257	0,06
FREENET-REG-RIPN	100	0,02
ZASTOLBI-REG-RIPN	215	0,05
RIPN-REG-RIPN	182	0,04
RTCOMM-REG-RIPN	16	0

Доли по регистраторам в зоне .RU, декабрь 2007 года (по доменам)		
Регистратор	Число доменов	% от общего числа
RUCENTER-REG-RIPN	651991	56,32
GPT-REG-RIPN	175122	15,13
REGTIME-REG-RIPN	107774	9,31
CENTROHOST-REG-RIPN	74628	6,45
REGISTRATOR-REG-RIPN	54622	4,72
NAUNET-REG-RIPN	38980	3,37
REGRU-REG-RIPN	34744	3
CARAVAN-REG-RIPN	8471	0,73
SOVINTEL-REG-RIPN	5726	0,49
DEMOS-REG-RIPN	2349	0,2
ELVIS-REG-RIPN	1465	0,13
CT-REG-RIPN	916	0,08
FREENET-REG-RIPN	418	0,04
ZASTOLBI-REG-RIPN	348	0,03
RIPN-REG-RIPN	137	0,01
RTCOMM-REG-RIPN	44	0

Распределение владельцев доменов в зоне .RU по странам – лидирующая двадцатка стран

Страна	% доменов	Страна	% доменов
Российская Федерация	87,03	Швейцария	0,15
Сейшельские острова	6,13	Белоруссия	0,15
Белиз	1,67	Чешская Республика	0,13
Германия	0,96	Италия	0,12
Люксембург	0,71	Швеция	0,11
Соединенные Штаты Америки	0,51	Польша	0,11
Украина	0,49	Австрия	0,11
Франция	0,22	Финляндия	0,08
Нидерланды	0,2	Латвия	0,08
Виргинские острова (британские)	0,15	Израиль	0,06

DNS-серверы зоны .RU

Сервер	Домены	Администраторы
ns1.poishi.com.	89883	43
ns2.poishi.com.	89883	43
ns1.masterhost.ru.	77914	26451
ns2.masterhost.ru.	77837	26428
ns.masterhost.ru.	77355	26206
ns2.hc.ru.	69201	26921
ns1.hc.ru.	69111	26899
ns4.nic.ru.	35196	22231
ve.nu.	31847	72
ns2.den.ru.	27727	63
ns3.nic.ru.	27087	18272
ns8.nic.ru.	26125	17246
ns2.valuehost.ru.	25674	15039
ns1.valuehost.ru.	25632	15035
ns1.spaceweb.ru.	24392	14946
ns2.spaceweb.ru.	24392	14948
ns3.valuehost.ru.	24214	14203
ns2.agava.net.ru.	23725	17595
ns1.agava.net.ru.	23696	17595
ns2.parked.ru.	18475	944
ns1.parked.ru.	18475	944
ns2.sedoparking.com.	17515	468
ns1.sedoparking.com.	17497	467
ns1.peterhost.ru.	17402	11943
ns2.peterhost.ru.	17400	11942
ns1.infobox.org.	17247	10425
ns2.infobox.org.	17247	10425
ns1.mtw.ru.	15107	7768
dns1.zenon.net.	15091	9359
ns.mtw.ru.	15090	7763

КАК ВЫБРАТЬ ДОМЕННОЕ ИМЯ

Выбор доменного имени — занятие непростое, творческое, а потому интересное. При подборе домена в первую очередь важно определить с назначением сайта, для которого домен регистрируется. В идеальном варианте домен должен совпадать с фамилией владельца персональной странички или названием фирмы (ее товарным знаком), если же такое имя уже занято, то можно подобрать созвучное с названием хобби или предоставляемых компанией услуг.

Домен — одна из главных структурных единиц современного Интернета. Сайт, расположенный под уникальным доменным именем, — ваше место на интернет-карте Нового мира.

Интернет — это не только возможность интересного времяпрепровождения, развлечения или поиска и получения информации. Интернет — это мощное рекламное пространство. Сейчас свой интернет-сайт имеет каждая уважающая себя компания, которая хочет активно продвигаться на рынке. О всемирно известных корпорациях и говорить не приходится: все они представлены в сети, в разработку их интернет-представительств и повышение влиятельности сайтов вкладываются огромные деньги.

Наличие хорошего собственного домена — это и элемент престижа, и возможность для эффективной рекламы вашего веб-представительства: чем легче запоминается ваше доменное имя, тем большее количество пользователей Интернета запомнят его, увидев офлайновую рекламу. Таким образом, для обывателя известность ресурса во многом определяется используемым доменным именем. Количество легких для запоминания доменов, основанных на общеизвестных словах, не бесконечно. В таких насыщенных доменных зонах, как .COM, «словарные» домены давно закончились.

Выбор доменного имени — занятие непростое, творческое, а потому интересное.

При подборе домена в первую очередь важно определить назначение сайта, для которого домен регистрируется. Если пользователь создает персональную страничку, то в качестве названия для нее будут удачны так называемые «именные домены», полностью или частично совпадающие с именем и/или фамилией владельца сайта. Например, персональный сайт кандидата в Президенты Российской Федерации Дмитрия Медведева располагался по адресу medvedev2008.ru.

Популярно также использование в имени сайта слов и их сокращений, связанных с той областью человеческих интересов, к которой принадлежит сайт. Например, для сайта-библиотеки уместно использовать в доменном имени сокращение *lib* (от англ. — *library*), а для бизнес-сайта — сокращение *biz*.

Безусловно, при выборе доменного имени важно, чтобы имя было как можно более коротким и легко запоминающимся, а также благозвучным, не вызывающим отрицательных эмоций. Этим достигается узнаваемость и доступность названия сайта. Многие организации используют в качестве доменного имени свои сокращенные наименования. Например, сайт Российского Университета Дружбы Народов (РУДН) размещен в Интернете по адресу www.rudn.ru.

Весьма важен и правильный выбор домена первого уровня. В доменных зонах .COM, .NET, .ORG и других доменах общего пользования, следует прежде всего размещать сайты, адресованные пользователям англоговорящих стран, так как именно в этих странах наиболее популярны международные доменные зоны.

Выбор национальной зоны .RU поможет сориентировать сайт на пользователей из России, которой принадлежит этот домен. Более того, сайты, размещенные в домене RU, имеют определенные преимущества при индексации такими ориентированными на российского пользователя поисковыми машинами, как «Яндекс» и «Рамблер».

Если вызвавшее интерес доменное имя занято, то можно подумать над другими вариантами. Например, компания «My Company» могла бы



зарегистрировать следующие домены: mycompany.ru, my-company.ru или mycompanyus.ru.

Если выбранный домен допускает неоднозначность в написании имени при речевой передаче, рекомендуется регистрация всех возможных вариантов написания такого домена. Только это дает гарантию, что пользователь, даже набрав доменное имя с ошибкой, попадет на нужный сайт. К примеру, если компания называется «Российские Акционеры», то лучше использовать все «очевидные» варианты написания названия в английской транслитерации:

- для слова «российские» — *rossiiskie*, *rossijskie*, *rossiyskie*;
- для слова «акционеры» — *aktisionery*, *akcioneri*.

Регистрировать доменное имя рекомендуется как можно раньше, в самом начале реализации проекта. Регистрируйте домен сегодня, завтра он может быть уже занят. Определить, свободно ли нужное доменное имя, кто является его администратором, получить другую информацию о домене можно с помощью сервиса Whois. Перед началом процесса выбора доменного имени также рекомендуем изучить советы по защите доменного имени от перехвата.

О РЕГИСТРАЦИИ ДОМЕНОВ В ЗОНЕ RU

2007 год запомнился, прежде всего, фактом регистрации миллионного домена в зоне .RU. Миллионный домен был зарегистрирован 17 сентября 2007 г. в 01:02:33 по московскому времени. В честь этого события компания RU-CENTER совместно с партнерами осенью 2007 г. провела серию мероприятий под общим названием «Миллионный домен .RU». В рамках акции в 17 крупных городах России распространялись уникальные памятные знаки, выпущенные Гознаком по заказу RU-CENTER тиражом всего 15 тыс. экземпляров.

Политику регистрации доменных имен в национальном домене RU определяет Координационный центр национального домена сети Интернет. В национальном домене RU доменное имя можно зарегистрировать через одного из 16 официальных регистраторов.

Доменное имя в зоне .RU, согласно Правилам регистрации, должно начинаться и заканчиваться буквой латинского алфавита или цифрой и содержать от 2 до 63 символов. Промежуточными символами могут быть буквы латинского алфавита, цифры или дефис. Доменное имя не может содержать двух дефисов подряд. Не разрешается регистрация доменов, противоречащих общественным интересам, принципам гуманности и морали.

Ряд доменных имен относится к зарезервированным доменным именам (например, as.ru, msk.ru), регистрация и использование которых осуществляется по особым правилам. Перечень этих доменных имен, а также правила их регистрации и администрирования утверждаются Координационным центром и размещаются на сайте центра.

Домен RU является открытым доменом, т.е. в домене RU разрешается регистрация доменов как юридическим, так и физическим лицам. Нерезидентные Российской Федерации также могут зарегистрировать доменное

В РЕГИСТРАТОРЫ ПОЙДУ, ПУСТЬ МЕНЯ НАУЧАТ

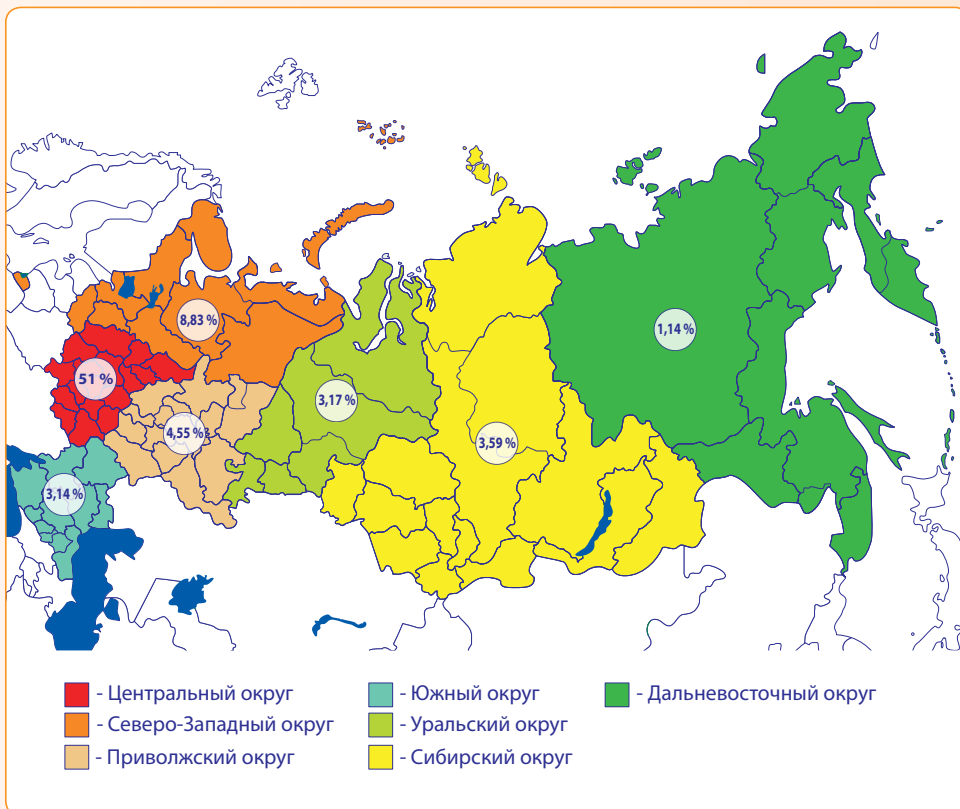
Исследовательская компания Domain Name Wire провела исследование «2007 Domain Name survey». В нем приняли участие более 300 компаний из 50 стран, работающих в Интернете.

Как выяснилось, при регистрации домена пользователи руководствуются ценой, безопасностью домена и надежностью его работы. Иными словами, для того чтобы стать привлекательным регистратором, компании необходимо предложить выгодные цены и иметь надежную инфраструктуру, которая работала бы без сбоев. Менее значимыми факторами (в порядке уменьшения популярности) стали: техническая поддержка, гибкие возможности оплаты, возможность передать до-

имя в зоне .RU. Регистрация осуществляется в заявительном порядке (первому обратившемуся). Доменное имя, не входящее в перечень зарезервированных имен, может быть зарегистрировано по заявке любого обратившегося лица.

В марте 2007 г. на конференции в Лиссабоне ICANN формализовала отношения с администратором российского домена путем обмена письмами между ICANN и Координационным центром национального домена RU.

Летом 2007 г. стоимость регистрации доменов в России стали указывать в рублях. Изменения связаны с вступлением в действие Федерального закона N 48-ФЗ от 12 апреля 2007 г. «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части установления требований к указанию стоимостных показателей». Закон требует обязательного указания в рублях стоимости товаров и услуг при всех способах их рекламирования.



Распределение регистраций доменов по федеральным округам РФ

мен другому пользователю, а также дополнительные сервисы, например, электронная почта или хостинг.

Еще одной характерной чертой индустрии доменов в 2007 г. стал взрывной рост количества неиспользуемых, так называемых «припаркованных доменов». Исследователи отмечают, что на припаркованных доменах все чаще создают трафикогенераторы, рекламные порталы, или же просто держат красивые имена до лучших времен.

В качестве угроз, связанных тем или иным образом с доменами, 36% опрошенных назвали быстрый рост рынка Pay per click: в сети появляются все новые и новые порталы, на которые пользователи попадают, набрав неверное имя. Регистраторы отмечают, что с такими доменами связано большое количество случаев мошенничества и накрутки трафика. 34% опрошенных назвали самой большой угрозой киберсквоттинг, еще 6% – растущие цены на домены, остальные заявили, что видят угрозу в сбоях и лишении аккредитации, как это был в случае с компанией RegisterFly.



Как и для чего работает DNS

Современные пользователи Интернета привыкли к символьным адресам сайтов, например: `pic.ru` или `test.ru`. Действительно, такие адреса и набирать проще, и запоминаются они лучше. Технология DNS, благодаря которой функционируют эти символьные адреса, настолько срослась с Интернетом, что абсолютное большинство пользователей вообще не задумываются о ее существовании. А некоторое количество «продвинутых пользователей» вспоминают про систему DNS только тогда, когда с ней возникают те или иные проблемы.

Между тем, для адресации узлов Интернета используются специальные числовые «коды» — IP-адреса. Система DNS служит для выполнения преобразований между символьными и числовыми адресами. Традиционный IP-адрес может быть записан с помощью четырех чисел в десятичной системе счисления, например: 192.168.175.13 или 194.85.92.93. Система DNS позволяет сопоставить числовой IP-адрес и символьный, например: 194.85.92.93 = test.ru.

При этом символьный адрес в DNS представляет собой текстовую строку, составленную по особым правилам. Самое важное из этих правил — иерархия доменов. Система адресов DNS имеет древовидную структуру. Узлы этой структуры называются доменами. Каждый домен может содержать множество «подчиненных» доменов.

Дерево DNS принято делить по уровням: пер-

вый, второй, третий и так далее. При этом начинается система с единственного корневого домена (нулевой уровень). Интересно, что про существование корневого домена сейчас знают только специалисты, благодаря тому, что современная система DNS позволяет не указывать этот домен в адресной строке. Впрочем, его можно и указать. Адресная строка с указанием корневого домена выглядит, например, так: «site.test.ru.» — здесь корневой домен отделен последней, крайней справа, точкой.

Как несложно догадаться, адреса с использованием DNS записываются в виде последовательности, отражающей иерархию имен. Чем «выше» уровень домена, тем правее он записывается в строке адреса. Разделяются домены точками. Разберем, например, строку www.site.nic.ru. Здесь домен www — это домен четвертого уровня, а другие упомянутые в этой строке домены расположены в домене первого уровня RU. Например, site.nic.ru — это домен третьего уровня. Очень важно понимать, что привычный адрес веб-сайта, скажем, www.test.ru, обозначает домен третьего уровня (www), расположенный внутри домена второго уровня test.ru.

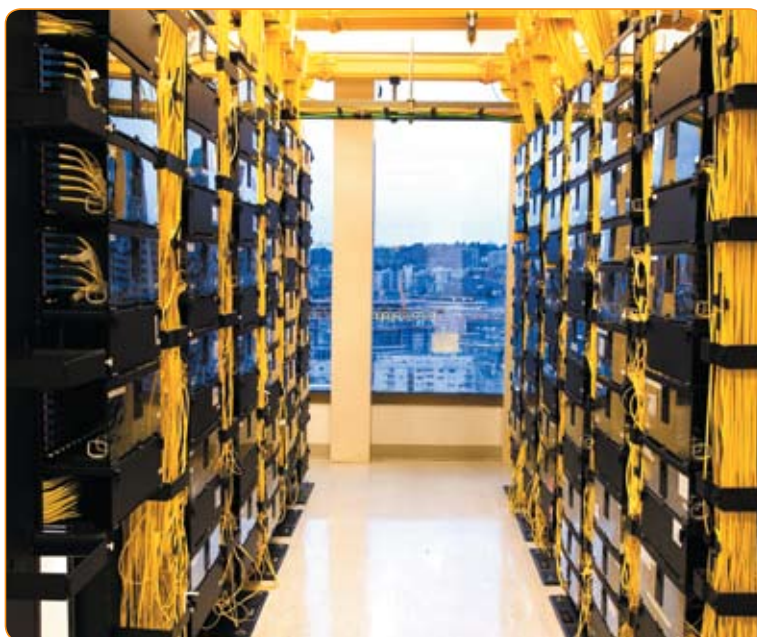
Для преобразования имен доменов и IP-адресов в системе DNS используется распределенная система из специальных серверов. Каждый из серверов обслуживает свой «набор клиентов», выполняя для них преобразования адресов. Среди серверов DNS существует иерархия «доверия» и распределение «зон ответственности»: тот или иной сервер может отвечать за определенный набор доменов. При этом DNS-серверы, входящие в глобальную систему DNS-интернета, связаны между собой и обмениваются информацией по достаточно сложным протоколам. Например, между серверами передаются данные об изменении адресации в той или иной доменной зоне. Все это направлено на обеспечение успешного преобразования всех адресов, входящих в DNS, по запросу от любого компьютера, подключенного к Интернету, где бы этот компьютер ни находился.

Наиболее важны корневые серверы,

обеспечивающие работу всей системы доменных имен Интернета. Существует 13 таких серверов, и они принадлежат техническому центру ICANN. Ключевую роль играют также корневые серверы доменов первого уровня (например, RU), обеспечивающие распространение по всему Интернету DNS-информации о домене, находящемся в их зоне ответственности.

С точки зрения пользователя и в сильно упрощенном виде алгоритм работы DNS по поиску адресов веб-сайтов можно описать следующим образом. Когда пользователь вводит в адресной строке браузера адрес веб-сайта, например, site.nic.ru, компьютер делает запрос к тому или иному известному этому компьютеру серверу DNS, «спрашивая» сервер о том, какой IP-адрес связан с «доменным адресом», указанным пользователем. В ответ сервер DNS, проверив соответствие по своим внутренним таблицам или выполнив запрос к другим серверам DNS, присылает искомый IP-адрес. Далее браузер устанавливает соединение с веб-сайтом уже по IP-адресу.

Система DNS разработана в 80-х годах прошлого века и продолжает успешно обеспечивать удобство работы с адресным пространством Интернета по сей день. Одно из важных и самых ожидаемых интернет-общественностью нововведений в DNS — многоязычные имена доменов, о них читайте на стр. 62 нашего журнала.



ICANN ВЕДЕТ СВОЙ БЛОГ

Корпорация ICANN, управляющая адресным пространством Интернета, в январе 2007 г. открыла официальный блог, который дает возможность не только читать новости корпорации, но и оставлять свои комментарии. Первые же посетители блога написали, что со временем они бы хотели читать блог на разных языках, а не только на английском. Начало августа ознаменовалось выходом в свет первого номера журнала корпорации ICANN. Журнал выходит раз в месяц и распространяется по всему миру преимущественно в электронном виде. Публикации в журнале посвящены вопросам деятельности корпорации, важнейшим решениям правления, новостям и основным событиям отрасли. Кроме того, в каждом номере журнала печатаются интервью и календарь предстоящих событий.

ICANN СТРЕМИТСЯ К НЕЗАВИСИМОСТИ

В январе 2008 г. ICANN опубликовала официальное заключение, касающееся Промежуточного обзора (Midterm Review). В этом документе содержатся итоги разработки соглашения JPA (Joint Partner Agreement), которое должно быть заключено между корпорацией и Министерством торговли США.

В опубликованном заключении говорится, что окончательная версия JPA станет очередным шагом на пути к независимости ICANN и выводу системы доменных имен (DNS) из-под контроля Правительства США.

«Утверждение совместного проектного соглашения обеспечит долгосрочную стабильность и безопасность существующей сегодня модели [управления Интернетом], – считает Питер Денгейт Траш, Председатель Совета директоров ICANN. – Соглашение даст всем уверенность в том, что работа, длившаяся более девяти лет, сделала процесс управления Интернетом более безопасным и обе-

спечила его подконтрольность всем заинтересованным сторонам».

Американские власти начали вывод DNS из-под своего контроля еще в 1998 г. С тех пор было опубликова-

но 13 отчетов о ходе этого процесса. Кроме того, между Правительством США и корпорацией ICANN было заключено семь Меморандумов о взаимопонимании (Memorandums of Understanding – MOU). По мнению представителей ICANN, окончание работы над JPA докажет успешность предпринятых ранее шагов.

ВИНТ СЕРФ ПОКИНУЛ ICANN

Один из «отцов» Интернета, Винт Серф, в октябре 2007 г. покинул пост председателя корпорации ICANN, управляющей адресным пространством Интернета.

Винт Серф родился 23 июня 1943 г. В 1970-х годах он принимал активное участие в развитии технической базы Интернета. Именно Винт Серф, будучи выпускником Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе, проводил тестирование первых интернет-соединений в 1969 г. А в 70-е, став профессором Стэнфордского университета, он возглавил команду, вместе с которой разработал стек протоколов TCP/IP.

В корпорации ICANN Серф начал работать в 1999 г. Он занял руководящий пост в правлении ICANN во времена, когда многие сомневались в том, что корпорация выживет. Теперь же, несмотря на то, что некоторые пользователи все еще жалуются на некоторую деспотичность, замкнутость и медлительность корпорации, вопрос главным образом заключается не в нахождении замены для нее, а в дальнейшем развитии ICANN.

За годы председательства Винта Серфа в ICANN удалось наладить эффективную работу организации, которая стала важной частью инфраструктуры современного Интернета. Количество сотрудников ICANN выросло с 10-12 человек в 2001 г. до 100 человек в 2007 г. Бюджет организации в этом году составил \$41 млн против \$3,78 млн в 2001 г.

В 1997 г. Президент США Билл Клинтон наградил Винтона Серфа и его коллегу Роберта Кана, с которым тот работал над протоколом TCP/IP, Национальной медалью технологии. А в 2005 г. президент Джордж Буш вручил им Президентскую медаль свободы.

Джеффри Экхауз, бизнес-директор по развитию регистрации доменов компании Register.com Inc.,





Регистрация доменов



Аукцион доменов



Почта



Хостинг



Паркинг доменов

Информационные проекты

IpGeoBase.ru

география российских IP-адресов

Info.nic.ru

энциклопедия о доменах

Site.nic.ru

энциклопедия сайтостроения

Stat.nic.ru

статистика регистрации и делегирования доменов .RU и .SU

находит Винта Серфа очень хорошо осведомленным в любой области, в которой тот работает. Коллеги отмечают в нем гармоничное сочетание прекрасного чувства юмора, пронизательности и технических знаний. «Винтона Серфа отличает способность выслушивать собеседника и срабатывать с людьми любого ранга — от глав государств до студентов университета», — заявил президент ICANN Пол Туми.

ICANN ОБНОВИТ КАДРЫ

В феврале 2008 г. ICANN объявила о начале отбора претендентов на замещение вакантных должностей. Кандидаты, прошедшие конкурс, займут свои посты по решению ежегодного общего собрания ICANN в ноябре 2008 г. Процедура подбора кандидатов, способных помочь корпорации ICANN координировать техническую сферу и область общей политики, занимается независимый Номинационный комитет NomCom. В этом году комитет организует выборы на замещение следующих должностей:

- член совета директоров (2 места, сроком на три года);
- член совета организации по поддержке общих имен, GNSO (1 место сроком на два года);
- член совета организации по поддержке национальных доменов, ccNSO (1 место, сроком на три года);
- член расширенного консультативного комитета по делам индивидуальных пользователей, ALAC (по Европе и Северной Америке, 2 места, сроком на два года).

Выбирая должность, следует учитывать ее особенности. Так, директора ICANN как члены совета отвечают за реализацию полномочий ICANN, за контроль над использованием ее собственности и ведением бизнеса корпорации. Совет GNSO — орган, ответственный за разработку политики и рекомендаций для Совета директоров ICANN в отношении общих доменов верхнего уровня (generic Top-Level Domains — gTLDs). Совет ccNSO разрабатывает глобальную политику развития национальных доменов верхнего уровня (country code Top-Level Domains — ccTLD). Основная функция ALAC заключается в разработке и предоставлении рекомендаций по организации деятельности ICANN в

сфере интересов индивидуальных пользователей Интернета.

Заявления на представленные должности необходимо направить в Номинационный комитет ICANN до 15 апреля 2008 г. Прошедшие отбор кандидаты (по решению ежегодного общего собрания ICANN) смогут приступить к своим обязанностям в ноябре 2008 г. Каждый из них получит не только уникальную возможность сотрудничества с квалифицированными коллегами со всего света, но и шанс найти решение вопросов, связанных с будущим Интернета, обеспечением стабильности и безопасности его ресурсов, а также поддержкой, функционированием и развитием сети.

ХРОНИКА КИБЕРСКВОТТИНГА СКВОЗЬ ПРИЗМУ ВОИС

База данных Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС), содержащая детальную информацию относительно тысяч дел, рассмотренных ее Центром по арбитражу и посредничеству, доступна в Интернете по адресу <http://arbiter.wipo.int/domains/search/>.

Арбитражно-посреднический центр ВОИС признан ведущей организацией по урегулированию споров, возникающих в связи с регистрацией и использованием доменных имен в Интернете. Решение по всем спорам принимается независимыми членами жюри, назначаемыми ВОИС. Организация имеет постоянно расширяющийся список, насчитывающий сейчас 260 членов жюри из 43 стран мира, которые отбираются по принципу беспристрастности, здравого суждения и значительного опыта в области законодательства по товарным знакам, электронной торговле и сети Интернет. Прозрачность их роли повышается за счет публикации Центром всех решений жюри по адресу: <http://arbiter.wipo.int/domains/cases/all.html>.

База предназначена для того, чтобы обеспечить быстрый и простой доступ к информации по рассмотренным в ВОИС случаям урегулирования доменных споров. Она может быть полезной пользователям для подготовки исков и документов при рассмотрении очередных споров, а экспертам — при вынесении решений.

База данных оборудована мощными средствами поиска, которые позволяют пользователям отби-

рать и получать доступ к информации о рассмотренных ВОИС случаях киберсквоттинга. Многоязычные средства поиска на английском, французском и испанском языках предоставляют широкие возможности для отбора требуемой информации, в частности:

- Пользователи могут получить доступ к краткому изложению деталей рассмотренного дела (номер дела, название домена, участвующие стороны, статус дела), используя команду «View Case Particulars» (просмотр подробностей дела).

- Пользователи могут также выбрать команду «Search WIPO Cases by Domain Name» (поиск по названию домена рассмотренных ВОИС дел) для получения информации о случаях, касающихся конкретных названий доменов.

- Команда «Full Text Search on WIPO Panel Decisions» (Поиск полного текста решений группы экспертов ВОИС) дает возможность провести поиск текстов всех решений, принятых ВОИС.

- Средства поиска также обеспечивают доступ по ключевым словам к индексу перечня решений, принятых группой экспертов ВОИС в рамках UDRP (единой политики урегулирования споров). Этот индекс реализует две поисковые функции: «Search by Domain Name Categories» (поиск по категориям названия домена, например, развлечения, средства массовой информации или средства электросвязи) и «Legal Index» (Юридический индекс), который позволяет провести широкий поиск решений по существенным и процедурным правовым вопросам (например, тайпсквоттинг, свободная речь, реверсивное пиратство в отношении названия домена). Также имеется возможность объединить эти две поисковые функции.

Как сообщается на официальном сайте ВОИС, UDRP, применяемая в основном к доменам общего пользования, была одобрена в 1999 г. Международной корпорацией ICANN, распределяющей адресное пространство сети Интернет. UDRP представляет собой единую и обязательную систему административного урегулирования споров для рассмотрения случаев регистрации с недобросовестными намерениями. Используя эту систему, назначаемые Центром ВОИС по арбитражу и посредничеству группы, состоящие из одного или трех экспертов, применяют четкие, быстрые



и недорогие процедуры для рассмотрения исков и искоренения случаев явного злоупотребления правами владельца товарных знаков. Служба по урегулированию доменных споров была создана в Центре ВОИС специально для административного урегулирования споров, связанных с доменными именами, и она оснащена средствами электронного документирования дел и хорошо разработанной системой административного управления, что обеспечивает оперативное обновление базы данных рассмотренных экспертами дел.

АНТИКИБЕРСКВОТТЕРЫ, ОБЪЕДИНЯЙТЕСЬ!

В 2007 г. ряд крупных мировых компаний, включая «Yahoo!», «Coca-Cola», «Hilton» и «Dell», объединились для создания новой организации с рабочим названием Coalition Against Domain Name Abuse (CADNA), целью которой является борьба со злоупотреблением доменными именами. Усилия направлены на противостояние брендовому киберсквоттингу – вполне самостоятельному бизнесу в Интернете, когда пользователи стараются зарегистрировать домены, чьи имена созвучны со знаменитыми брендами.

Домены, созвучные с раскрученными брендами, регистрируются с разными целями. Одни размещают на сайтах рекламу, другие организуют фишинговые ловушки, третьи продают домены, казалось бы, законным владельцам брендов, если решение суда оказывается не в пользу правообладателя товарного знака. CADNA собирается вести борьбу на международном уровне, добиваясь законодательного увеличения ответственности киберсквоттеров, наносящих ущерб владельцам товарных знаков.

Вторичный рынок доменов

ОГЛАВЛЕНИЕ РАЗДЕЛА:

ВМЕСТО ПРЕДИСЛОВИЯ.....	19
ВТОРИЧНЫЙ РЫНОК ДОМЕННЫХ ИМЕН ОБЩЕГО НАЗНАЧЕНИЯ (GTLD): О ЧЕМ ИДЕТ РЕЧЬ И КАКОВ ЕГО ОБОРОТ.....	20
ПРОДАЖА ПРАВ НА УПРАВЛЕНИЯ ДОМЕНАМИ.....	20
ЖИЗНЬ ПОСЛЕ СМЕРТИ.....	21
ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ДОМЕНА И ВТОРИЧНЫЙ РЫНОК.....	22
ВТОРИЧНЫЙ РЫНОК ДОМЕНОВ: ИСТОРИЯ ВОПРОСА.....	23
ТЕСТИРОВАНИЕ ДОМЕНОВ.....	24
ВТОРИЧНЫЙ РЫНОК ДОМЕННЫХ ИМЕН: ЗОНА .RU.....	25
СЕКТОР «PRIVATE SALE».....	26
ДОМЕННЫЕ АУКЦИОНЫ.....	27
РЕГИСТРАЦИЯ ОСВОБОЖДАЮЩИХСЯ ДОМЕНОВ.....	27
ПАРКОВКА ДОМЕННЫХ ИМЕН.....	29

ИСТОЧНИКИ:

1. Pew Internet & American Life Project. (http://www.pewinternet.org/PPF/r/45/press_release.asp)
 2. The Nielsen Company (http://www.nielsen-netratings.com/press.jsp?section=newsletter_em_filter&nav=2)
 3. THE SECONDARY MARKET FOR DOMAIN NAMES. Working Party on Telecommunication and Information Services Policies, 12-Apr-2006, DSTI/ICCP/TISP(2005)9/FINAL
 4. Changes in the expiry process. Rob Hall. ICANN Tutorial. Lisboa. 25 march 2007.
 5. Secondary Domain Market Study, SEDO. 2007
 6. The Domain Name Industry Breaif. Volume 4 – Issue 6 – December 2007, Verysign
 7. The Domain Name Industry Breaif. Volume 4 – Issue 3 – June 2007, Verysign
 8. Life Cycle of a Typical gTLD Domain Name. ICANN (<http://www.icann.org/registrars/gtld-lifecycle.htm>)
 9. Frank Schilling. The Closing Window: A Historical Analysis of Domain Tasting. CircleID. 20-Dec-2006 (http://www.circleid.com/posts/historical_analysis_domain_tasting/)
-

Вторичный рынок – состояние и перспективы развития

ВМЕСТО ПРЕДИСЛОВИЯ

Система доменных имен была придумана для того, чтобы можно было легко и удобно записывать адреса электронной почты Интернета. В дальнейшем доменное имя было с успехом использовано для идентификации сайтов в рамках Всемирной Паутины (World Wide Web). Фактически, система доменных имен является ядром системы навигации в современном Интернете.

В конечном итоге, у пользователя есть только три способа получить доступ к информационному ресурсу Сети:

- прямой набор доменного имени в адресной строке браузера;
- переход на страницы сайта по гипертекстовой ссылке со страниц другого сайта, почтового или иного сообщения, каталога;
- переход на страницы сайта с результатов поиска в поисковых машинах.

Во всех этих случаях активно используется доменное имя. Можно справедливости ради упомянуть IP-адрес информационного ресурса, но, во-первых, на одном адресе может быть расположено множество совершенно разных сайтов, во-вторых, запомнить IP-адреса всех необходимых ресурсов могут далеко не все люди, т.е. это просто неудобно.

Из всех вышеперечисленных способов навигации наиважнейшим является информационный поиск. Согласно данным Pew Internet & American Life Project [1], даже в 2002 г. в США 85% пользователей Интернета уже как минимум один раз в день посылали запросы поисковым системам. В декабре 2007 г. американцы, согласно данным

The Nielsen Company [2], использовали преимущественно сайты Google (первое место) и Yahoo! (второе). Только в декабре 2007 г. сайты Google ответили на 4 млрд запросов. Любопытно, что в рейтинге наиболее популярных сайтов, к которым обращались с мобильных устройств, лидируют те же компании. Только первое место занимает не Google, а Yahoo!

Важность поисковой навигации породила оптимизацию сайтов под поисковые системы. Суть оптимизации – выведение страниц сайта на первую или первые страницы результатов поиска, т.е. присвоение системой индексирования поисковой машины «правильного» ранга страницам сайта, чтобы при ранжировании результатов поиска они попали в начало отображаемого списка.

Несмотря на разнообразие алгоритмов ранжирования, все они тем или иным образом учитывают ссылки с других сайтов на страницы индексируемого поисковой машиной сайта. Больше всего ссылок приходится на первые страницы сайтов, которые обычно совпадают с доменным именем второго уровня, например test.ru. Следует отметить, что индексирование сайта, как правило, начинается тоже с первой страницы. Фактически это означает, что наиболее важными рангами страниц являются ранги домашних страниц, адреса которых совпадают с доменными именами.

Все множество поисковых рангов принято называть индексами популярности. Индексы популярности домашних страниц сайтов являются индексами популярности доменных имен. Поисковая оптимизация заставляет регистрировать большое количество доменных имен для организации ссылок на продвигаемые ресурсы.

Вторичный рынок доменов

Домены не живут вечно. Часть из них освобождается и становится доступной для повторной регистрации. У доменов может быть история в виде индексов популярности. Этой историей можно воспользоваться. Следовательно, имеет смысл регистрировать освобождающиеся домены.

Вторым по важности способом навигации, с точки зрения динамики развития доменных зон, является прямой ввод доменных имен в поле адреса браузера. Чем длиннее доменное имя, тем больше вероятность ошибиться. Любая ошибка лишает сайт потенциального посетителя. В борьбе за этих посетителей также необходима регистрация дополнительных доменных имен, имен с ошибками.

Все, о чем говорилось до сих пор, было связано с регистрацией свободных доменов. Однако это не означает, что в борьбе за посетителей нельзя использовать чужие, уже зарегистрированные доменные имена. Администратор домена может переуступить свое право на управление доменом другому лицу или организации, безвозмездно или за соответствующее вознаграждение.

Договориться о передаче домена можно и приватно. Но когда договариваются абсолютно незнакомые люди, а цель сделки — материальная выгода, сторонам необходимы гарантии. Для реализации такой возможности в Интернете существуют специальные сервисы: направленная передача имени и аукционы доменных имен, которые предоставляются уважаемыми компаниями, гарантирующими факт совершения сделки.

Регистрация доменов для целей оптимизации, регистрация освобождающихся доменов — это легкий тюнинг по сравнению с главным фактором развития доменных зон — рекламой в Интернете. Рекламные бюджеты, направленные на продвижение сайтов, а вместе с ними товаров и услуг, заставляют в конечном итоге регистрировать все больше доменов, как в доменных зонах общего назначения, так и в национальных доменных зонах. Именно они позволили реализоваться новому направлению доменного бизнеса — монетизации доменного имени.

ВТОРИЧНЫЙ РЫНОК ДОМЕННЫХ ИМЕН ОБЩЕГО НАЗНАЧЕНИЯ (gTLD): О ЧЕМ ИДЕТ РЕЧЬ И КАКОВ ЕГО ОБОРОТ

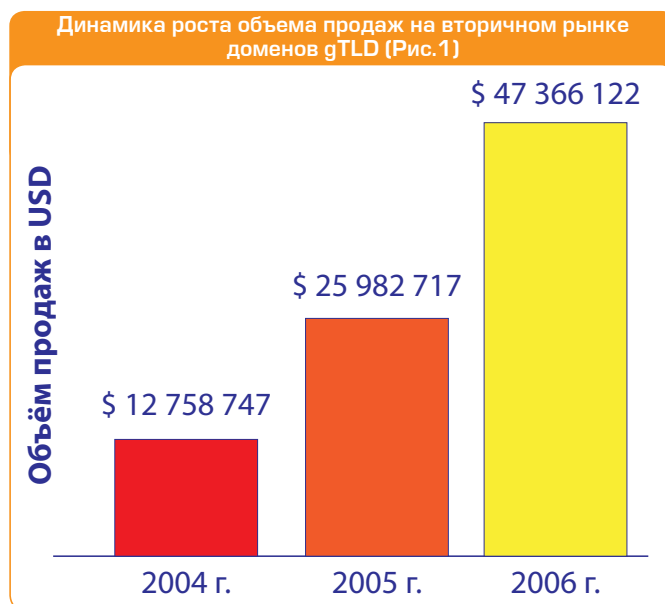
Вторичный рынок доменных имен включает в себя освобождающиеся доменные имена, которые в силу различных причин удаляются из реестра доменных имен, а также домены, выставленные их администраторами на продажу [3]. Действующими лицами на этом рынке являются регистраторы, брокеры, покупатели имен, продавцы имен, спекулянты и агрегаторы.

Основными сервисами вторичного рынка доменных имен являются: направленная передача, аукционы, отложенные регистрации и парковки доменов.

В последнее время вопросы, связанные с регулированием вторичного рынка доменов, находятся в центре внимания ICANN. Некоторые эксперты [4] считают, что вторичный рынок доменов с точки зрения доходности бизнеса в настоящий момент становится более привлекательным, чем рынок первичных регистраций.

ПРОДАЖА ПРАВ НА УПРАВЛЕНИЯ ДОМЕНАМИ

Раз речь зашла о рынке, то необходимо оценить его объем. На конференции ICANN 25 марта 2007 г. в Лиссабоне приводилась статистика динамики развития вторичного рынка доменов с 2004 по 2006 гг. включительно [5]. Так, количество продаж доменов стоимостью более \$10 000 линейно выросло с 304 в 2004 г. до 963 в 2006 г.



В то же время, объем продаж рос экспоненциально (рис.1): с \$13 млн до \$47 млн.

Тенденции развития вторичного рынка в 2007 г. можно оценить по статистике одного из крупнейших игроков вторичного рынка доменных имен, компании SEDO [6] (рис.2). Прирост объема продаж в 2007 г. относительно 2006 г. составил 60%. Это означает, что объем рынка стремительно растет. Следует отметить, что SEDO является лидером вторичного рынка доменов как по количеству сделок, так и по их суммарной стоимости.

Домены продаются не только на торговых пло-

регистрировано 148 млн доменных имен [7]. На национальные домены (ccTLD) из этого объема приходилось 54,6 млн. Остальное – это домены общего назначения (gTLD). Основной вклад в объем gTLD вносят зоны .COM и .NET.

Согласно данным компании VerySign [8], регулярно продлевается более 70% всех освобождающихся доменов в .COM и .NET. За последние три года этот показатель колебался в пределах интервала 74%-77%. В декабре 2007 г. общий объем доменов в .COM и .NET достиг 77 млн.

Половина из освобождающихся доменов [4] представляет коммерческий интерес, а следовательно, может быть зарегистрирована новым администратором. Именно с этими доменами связано новое направление развития вторичного рынка доменных имен – монетизация доменного имени на сервисах парковки доменов.

Согласно статистике VerySign [8], за последние три года ежеквартально на парковку выставляется 12-14% всех вновь зарегистрированных доменов. Общий объем доменов на сервисах парковки составляет примерно 11% от общего количества доменов в .COM и .NET.

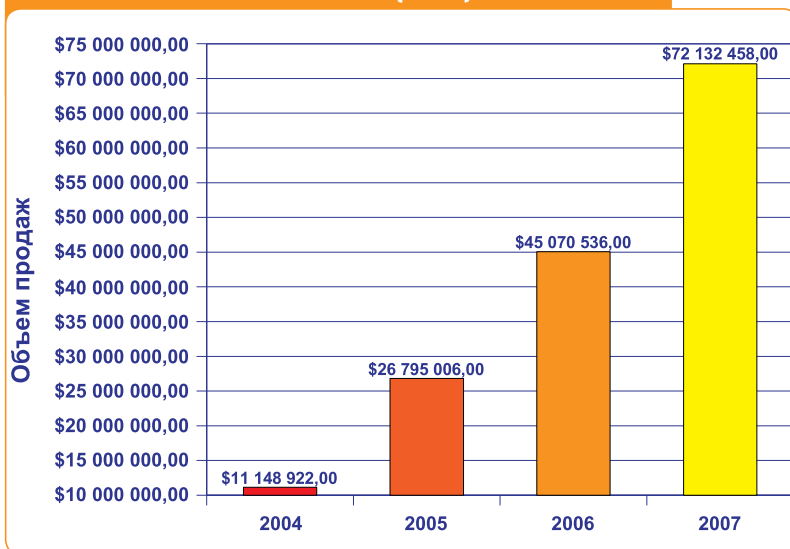
Процент припаркованных доменов достаточно стабилен на протяжении последних трех лет. Монетизация до-

менного имени на парковке происходит за счет коммерческой рекламы, которая автоматически размещается на страницах, связанных с доменом. Администратор домена получает часть выручки за переходы с этих страниц на рекламируемые ресурсы.

Соответственно, чем больше бюджет интернет-рекламы, тем больше средств доходит и до владельцев припаркованных доменов.

В 2005 г., по оценкам ICANN, рынок интернет-рекламы в США составлял на конец года \$18,8 млрд (по другим оценкам – \$12,5 млрд). На долю паркинга в то же время приходилось \$400 млн. Таким образом, парковке доставалось от 2% до 3,2%. На конец 2007 г., по данным eMarketer.com, объем интернет-рекламы в США составил \$21 млрд, а оборот услуг паркинга, согласно данным WSJ, должен был вырасти до \$1 млрд.

Динамика роста продаж доменов через SEDO в 2004–2007 гг. (Рис.2)



щадках, но и в частном порядке (private sale). Оборот этого сектора сравним с оборотом крупнейшей площадки – SEDO¹.

Следует отметить, что мы рассмотрели только один из сегментов вторичного рынка – передачу прав на управление доменом либо через направленную передачу, либо через аукцион.

ЖИЗНЬ ПОСЛЕ СМЕРТИ

Существует, однако, еще один сегмент рынка – освобождающиеся домены, которые используются для поисковой оптимизации или прямой монетизации доменного имени на сервисах парковки доменов. Объем этого сегмента напрямую зависит от объема рынка интернет-рекламы.

К концу декабря 2007 г. всего в мире было за-

¹ – Domainsbot.com.

Вторичный рынок доменов

Таким образом, парковка при распределении рекламных бюджетов получает в 2007 г. примерно 5% рынка интернет-рекламы, т.е., доля парковки в общем объеме интернет-рекламы выросла практически в два раза.

Следует отметить, что российские администраторы доменов являются активными участниками этого рынка. Например, из 3-х млн доменов, размещенных на парковке SEDO, более 100 000 – это домены зоны .RU, управляемые российскими администраторами.

ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ДОМЕНА И ВТОРИЧНЫЙ РЫНОК

Когда мы говорим о вторичном рынке и отдельных его сегментах, всегда нужно конкретизировать, о каких доменах идет речь. Возможность появления домена на вторичном рынке обусловлена жизненным циклом домена с момента его первичной регистрации и до момента удаления домена из реестра. Но и после удаления домен сохраняет какое-то время некоторые свои потребительские качества, т.е. у доменов возможна «жизнь после смерти».

Обычно развитие различных тенденций на доменном рынке сравнивают с развитием зон .COM и .NET. Поэтому мы рассмотрим и сравним только два варианта жизненного цикла доменов: gTLD и домен RU.

Согласно представлению ICANN [9], жизненный цикл доменов .COM и .NET можно представить в виде диаграммы (рис. 3).

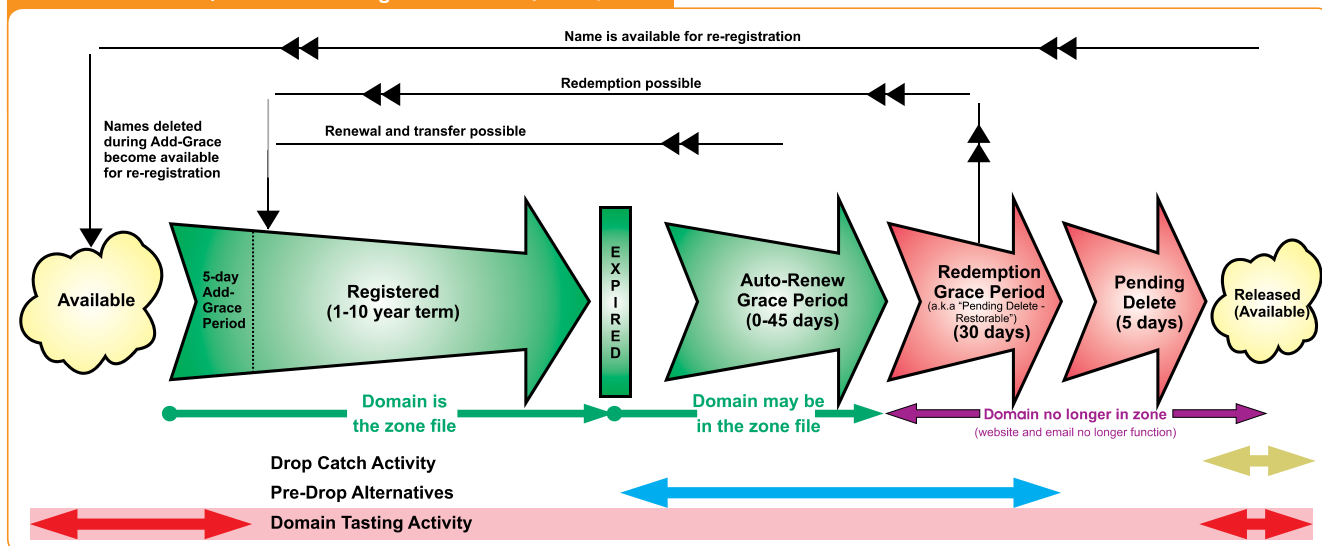
Рассмотрим эту диаграмму применительно к вторичному рынку доменных имен.

«Add Grace Period» – это, как правило, первые 5 дней после регистрации домена. На этот срок администратор домена фактически получает кредит от регистратора. Если администратор не оплатит регистрацию, то домен удаляется из реестра. Довольно часто этот период используется для тестирования домена на предмет наличия на нем type-in трафика, т.е. для так называемой тестовой регистрации. Администратор может бесплатно прокачивать домены с целью выявления тех из них, которые в последующем можно будет окупить, например, за счет сервиса парковки доменов.

«Registered» – это период, который может длиться от 1 года до 10 лет (определяется реестром). В течение первых 60 дней после регистрации нельзя передавать права управления доменом, т.е. нельзя получить выгоду от продажи этих прав. По истечении этого срока домен уже можно передать другому лицу либо через аукцион, либо непосредственно договорившись.

«Auto-Renew Grace Period» – в течение этого периода администратор домена может вернуть себе управление доменом по стандартной цене продления. Любопытно, что домен может оставаться в зоне, т.е. делегирование с домена не снимается. В регламентах не указано, что домен должен быть связан в этот период с информационным ресурсом «старого» администратора домена. Это позволяет регистратору тестировать домен и предложить его на сервисе отложенной регистрации (backorder).

Жизненный цикл типичного gTLD-имени (Рис.3)



В этот период домен может быть также выставлен на сервис парковки.

«Redemption Grace Period» – это период, когда с домена уже снято делегирование, т.е. записи соответствия между именем и IP-адресами, и прочими сервисами, которые могли быть связаны с доменом, удаляются из файла описания зоны. Администратор еще может вернуть себе домен, если заплатит штраф, сумму, существенно превышающую стоимость продления регистрации. Домен может быть предложен на сервисе отложенной регистрации и одновременно выставлен на парковку.

В настоящее время существует «разделение труда» между компаниями, которые предоставляют сервисы вторичного рынка (рис.4).

Sedo, Afternic, BuyDomains, Moniker – это крупнейшие аукционные площадки. Именно на них и совершается большинство сделок по купле-продаже прав на управление доменами. SnapNames, Pool – старейшие «захватчики» освобождающихся доменных имен. GoDaddy – крупнейший регистратор доменов в gTLD. Между всеми этими компаниями, как и между их клиентами, идет жесткая конкурентная борьба за домены.

ВТОРИЧНЫЙ РЫНОК ДОМЕНОВ: ИСТОРИЯ ВОПРОСА

Предтечей вторичного рынка доменов являются единичные частные сделки по продаже прав на управление доменами. Такие сделки дают толчок развитию киберсквоттинга – регистрации домен-

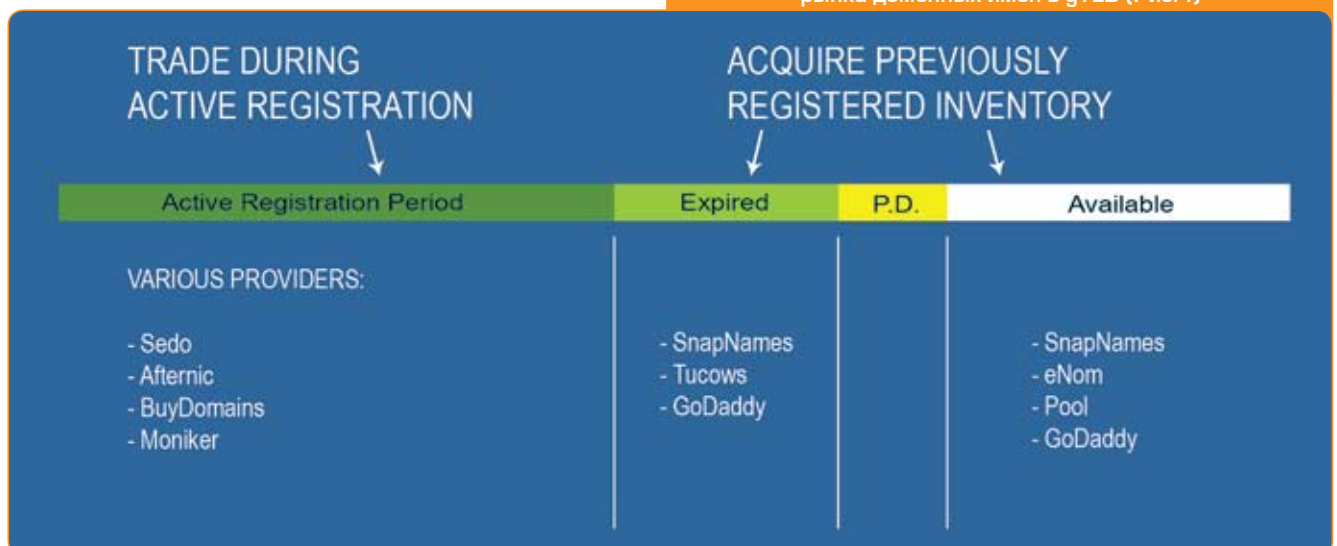
ных имен с целью перепродажи. Киберсквоттеры появились с того самого момента, как в 1995 г. регистрация доменов gTLD стала платной. Появление вторичного рынка доменных имен после платной регистрации было только вопросом времени. Продажи и кражи имен начались практически сразу.

В 1995 г. Стивен Майкл Коэн украл у Гарри Кремена домен sex.com. Тяжба вокруг домена тянулась до 2001 г., после чего домен был возвращен прежнему владельцу. В 2006 г. домен был продан за \$12 млн компании Escot, которая сдала домен в аренду Хью Хефнеру, владельцу Playboy. В итоге на этом домене смогли заработать все: и первоначальный владелец, и вор, и новые владельцы домена.

Sex.com далеко не единственный домен, который оказался в обороте после коммерциализации регистрации доменных имен. В 1996 г. CNET покупает имя tv.com за \$15 000. В следующем 1997 г. за \$150 000 продано имя business.com. Средняя цена сделок от года к году постоянно росла.

К 1998 г. стало понятно, что регистрация доменов – это рынок с большим оборотом. В его регулирование вмешалось американское государство. Осенью 1998 г. была учреждена ICANN, и ей были переданы права по управлению пространством доменных имен. К этому времени объем сделок на вторичном рынке составлял сотни миллионов долларов.

Распределение бизнеса компаний-участников вторичного рынка доменных имен в gTLD (Рис.4)



Вторичный рынок доменов

К 1999 году начинают появляться сервисы вторичного рынка. Так, в 1999 г. был учрежден лидер вторичного рынка доменных имен — компания SEDO (sedo.com). В конце того же года была основана Moniker, которая стала предлагать услуги аукциона доменных имен. Толчком для основания этой компании стала продажа ее владельцами двух имен в частном порядке (Wallstreet.com и Autos.com).

Однако настоящим рождением вторичный рынок доменов обязан «схлопыванию» в 2001-2002 гг. «интернет-пузыря». Именно в этот момент на вторичном рынке появились миллионы освобождающихся доменов, которые при помощи сервисов

Крупнейшие сделки на вторичном рынке доменных имен за последние 3 года:

2007 г. — porn.com (\$9,5 млн),
computer.com (\$2,1 млн),
seniors.com (\$1,8 млн),
tandberg.com (\$1,5 млн).
2006 г. — diamond.com (\$7,5 млн),
vodka.com (\$3млн).
2005 г. — vip.com (\$1,4 млн).

вторичного рынка можно было протестировать и выставить на продажу.

В 2002 г. был учрежден третий крупнейший участник вторичного рынка — компания Afternic.com (DomainBuySell.com). В настоящее время именно эти три компании — SEDO, Afternic и Moniker — обеспечивают львиную долю оборотов на вторичном рынке доменов gTLD и ccTLD. В том же году был учрежден и крупнейший доменный паркинг DomainSponsor.

Текущее состояние вторичного рынка доменных имен характеризуется ежегодными миллионными сделками на основных торговых площадках, наличием двух профессиональных конференций доменных инвесторов (T.R.A.F.F.I.C. — с 2005 г., Domainfest — с 2006 г.), а также — специализированным изданием DNJournal.com (издается с 2003 г.).

ТЕСТИРОВАНИЕ ДОМЕНОВ

Тестирование доменов (Domain Tasting) берет свое начало с учреждения группой предприимчивых администраторов доменов в 2001-2002 гг. двух регистраторов: IRegistry.com (в настоящее время — Spirit Telecom) и DotRegistrar.com. Эти регистраторы должны были осуществлять массовые регистрации доменов с целью обнаружения доменов с достаточным для окупаемости type-in трафиком.

Сама возможность тестирования доменов с type-in трафиком появилась благодаря двум факторам: «схлопыванию интернет-пузыря» и введением ICANN пятидневного бесплатного периода после регистрации.

Из-за «схлопывания интернет-пузыря» обанкротились многие интернет-компании. Домены удалялись из реестра миллионами, а трафик на сайты этих доменов сохранялся. Однако при условии внесения платы за регистрацию каждого домена проверка этих доменов не представлялась возможной: никакой бюджет не смог бы покрыть такие расходы. Бесплатная регистрация на пять дней позволяла решить эту проблему.

Если домен показывал наличие type-in трафика на нем, то он немедленно выставлялся на сервисы монетизации Overture.com (в настоящее время принадлежат Yahoo!) или AppliedSemantics.com (принадлежит Google и известен как AdSense для доменов). Фактически, домены немедленно попадали на сервисы парковки доменов.

Реестры, в частности VeriSign, были прекрасно осведомлены о такой деятельности регистраторов, однако до поры до времени закрывали на это глаза. На падающем рынке любая активность считалась оправданной. К 2002 г. тестовая регистрация стала чрезмерной нагрузкой для реестров, и «окно возможностей» закрылось. VeriSign ввело технические ограничения на количество соединений с реестром, а также пригрозила регистраторам судебными разбирательствами.

Ситуация изменилась в 2004 г., когда поднялась вторая волна тестирования доменов. VeriSign в который раз изменила технические условия генерации зон gTLD, что позволило получать практически мгновенный «слепок» изменений реестра. Регистраторы снова получили техническую воз-

возможность для тестирования. К этому же времени объем рынка поисковой рекламы вырос в несколько раз относительно 2001 г., что снизило стоимость «входного билета» на рынок монетизации доменного имени: требования по объему type-in трафика на домене были существенно снижены. Кроме того, тестирование доменов оказалось выгодным и для реестров. «Монетизируемые» домены автоматически продлевались. Это вызвало бурный рост реестров в 2005-2006 гг., а вместе с ним и рост их доходов.

В конце 2006 г. возобновилась борьба против практики тестирования доменных имен. Мультибрендовые компании обнаруживают, что они теряют профильный трафик. Многие домены, которые его приносят, уже зарегистрированы и размещены на парковках.

В 2006 г. из 35 млн тестовых регистраций было оплачено только 2 млн. В 2007 г. 55 млн доменов были оплачены, а оставлены в реестре только 3,5 млн. В том же году проблеме тестирования была посвящена специальная дискуссия

в рамках конференции ICANN. Согласно данным ICANN, на 10 активных тестеров (регистраторов) приходится до 95% всех неоплаченных доменов.

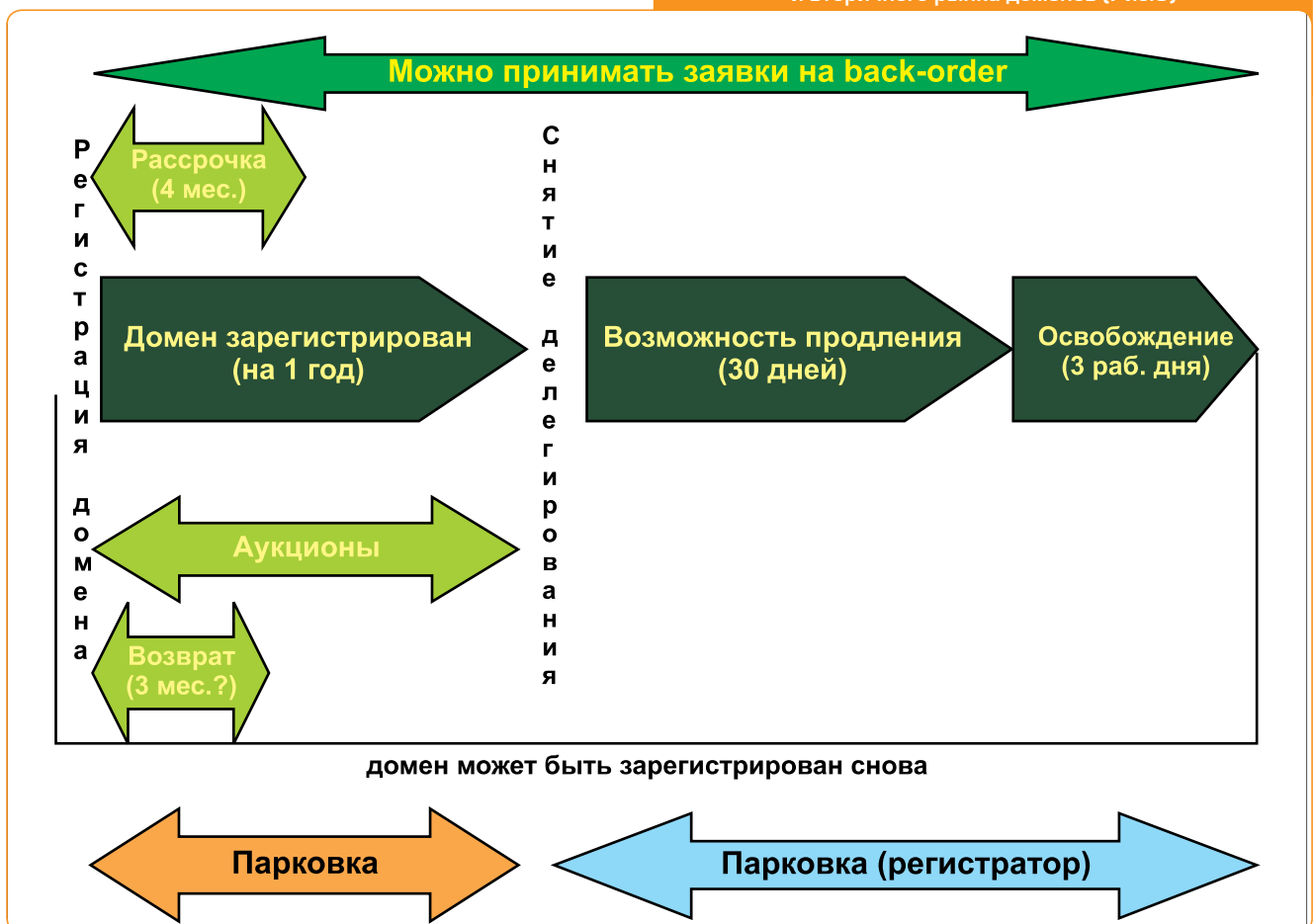
В январе 2008 г. ICANN предложило закрыть бесплатное пятидневное окно Add Grace Period и взимать \$0,25 за любую регистрацию домена внутри этого периода. По мнению администрации и экспертов ICANN, это позволит снизить масштабы практики тестирования доменов.

ВТОРИЧНЫЙ РЫНОК ДОМЕННЫХ ИМЕН: ЗОНА .RU

Вторичный рынок доменных имен в зоне .RU в целом повторяет тенденции развития вторичного рынка доменов gTLD, но имеет свои принципиальные отличия от него. Во-первых, жизненный цикл домена в зоне .RU существенным образом отличается от жизненного цикла домена в зоне .COM или .NET (рис.5).

В зоне .RU не предусмотрен «Add Grace Period», следовательно невозможен доменный skiting – скай-

Жизненный цикл домена в зоне .RU и сервисы первичного и вторичного рынка доменов (Рис.5)



Вторичный рынок доменов

тинг (постоянное продление без оплаты) и доменный tasting – тейстинг (тестирование). Теоретически, тестирование возможно при использовании услуги «рассрочка платежа», которую оказывают некоторые регистраторы, однако стоимость этой услуги лишает тестирование всякого смысла. Фактически, в зоне .RU уже реализованы условия, которые предлагает ICANN для решения проблемы скайтинга и тейстинга. Отсутствие тестирования доменов в зоне .RU подтверждает эффективность такого подхода при проведении соответствующей ценовой политики.

Домены в зоне .RU можно регистрировать только на 1 год. В настоящее время рассматривается возможность регистрации на больший период, но окончательного решения пока не принято.

В зоне .RU есть аналог «Auto Renew Grace period», когда возможно продление по цене продления. Периода, аналогичного «Redemption Grace Period», нет, однако отдельные регистраторы предоставляют похожие возможности в рамках периода стандартной регистрации домена, т.е. домен можно вернуть по цене, превышающей стоимость продления.

В настоящее время все сервисы вторичного рынка доменных имен в зоне .RU разработаны для периода длительностью 1 год («домен зарегистрирован»). Исключением является прием заявок на отложенную регистрацию доменного имени («back-order»), т.е. на регистрацию освобождающегося доменного имени. Теоретически, возможен парковочный период регистратора, однако пока ни один регистратор этим не воспользовался.

СЕКТОР «PRIVATE SALE»

Сегмент «private sale» в домене RU появился вслед за появлением коммерческих сервисов в Рунете. В свою очередь, эти сервисы появились как следствие развития зоны .COM. Экспоненциальный рост в .COM начался в 1995 г. после введения платы за регистрацию доменов. В 1997-1999 гг. интернет-бум докатился до Рунета. Так, например, в конце 1999 г. ИГ «Русские фонды» купила «Рамблер». Инвесторы решили, что и здесь, в Рунете, можно что-то заработать. На тот момент в зоне было зарегистрировано 18 000 до-

менных имен. При этом инвесторы стали не только покупать готовые проекты, но и регистрировать доменные имена впрок под проекты или под варианты написания.

Так, например, студия Артемия Лебедева (дизайн и разработка сайтов) к настоящему времени управляет 178-ю доменами, согласно статистике whois.ripn.net. Первый из них был зарегистрирован в 1996 г., а последний – в ноябре 2007 г. Основное количество регистраций приходится на 2000 г. (79 доменных имен). Всего же на студию Артемия Лебедева за все время регистрации доменов в зоне .RU было зарегистрировано 215 имен. Причем почти половина этих имен – 119 – были зарегистрированы до 1 января 2002 г.

Кроме инвесторов, на коммерческих сервисах решили заработать и киберсквоттеры. Тем более, что с 1 февраля 2000 г. была снижена стоимость регистрации доменного имени в зоне .RU. Это привело к первым массовым регистрациям доменных имен и активизации киберсквоттеров. Так, например, 15 августа 2000 г. стало известно, что администратор домена «Арбитражсудправо» (зарегистрировавший в конце 1999 г. 1 300 доменов) переуступил право администрирования домена gosbank.ru АКБ Росбанк. Достоверных данных о сумме сделки не сообщалось, но, по данным газеты «Коммерсант», она составила «около \$20 тысяч».

Другой пример массовой регистрации: в 2002 г. компанией «Интернет-бюро Well» за 2 месяца было зарегистрировано 5 000 доменных имен. Однако эта затея не была столь успешной, как продажа gosbank.ru. Через год регистрация была продлена только у 500 доменов. Стоит заметить, что запретительная стоимость регистрации в зоне .SU (\$100 за регистрацию на 1 год) позволила на долгое время остановить сквоттинг доменов в этой зоне.

К 1999 г. относятся и первые доменные споры (mosfilm.ru и kodak.ru), которые показали всю сложность и длительность такого сорта разбирательств. Стало понятно, что стоимость доменного имени – это не стоимость услуги по его регистрации. Доменные имена могли стоить достаточно большие деньги. Продавцам и покупателям нужен был инструмент для совершения легальных

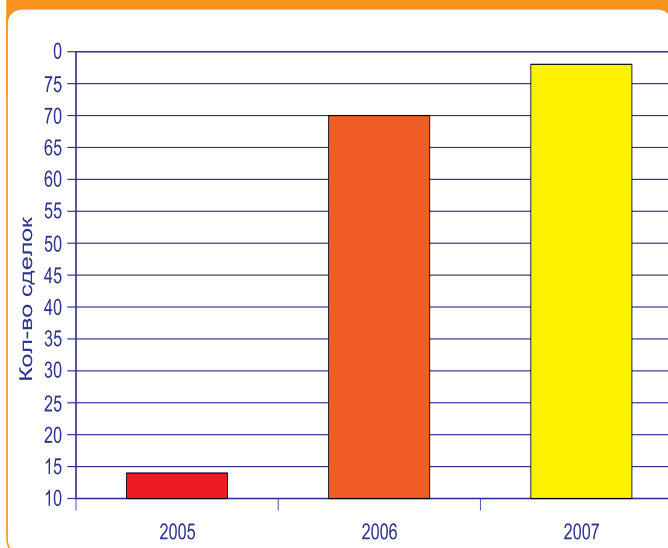
сделок по купле-продаже прав на управление доменами. Однако прошло еще 5 лет, прежде чем RU-CENTER в июле 2005 г. начал предоставлять услугу «Направленная передача доменов»

Оценить современное состояние сектора «private sale» довольно сложно. Не о всех сдел-

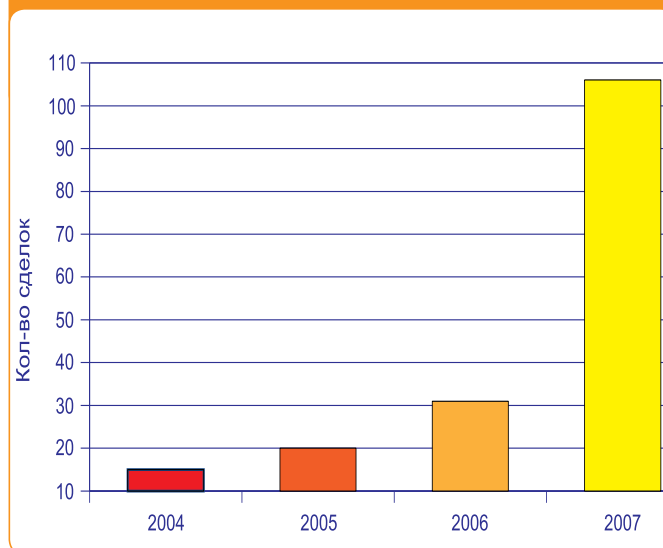
прав на управление доменами: справедливое определение цены домена и надежность сделок в сегменте «private sale».

Следует отметить, что несмотря на очевидную заинтересованность участников вторичного рынка доменных имен, запуск аукциона не был отмечен

Динамика сделок при передаче управления доменом в частном порядке (Рис.6)



Динамика количества сделок на аукционе доменных имен RU-CENTER (Рис.7)



ках их участники готовы сообщать. Однако есть абсолютно точные данные по количеству сделок, в качестве гаранта которых выступала компания RU-CENTER (услуга «направленная передача доменного имени», рис.6)

В 2005 – 2006 гг. объем сделок в денежном выражении вырос на 385%. За последующий период такого драматического роста не наблюдалось: объем сделок в 2007 г. по отношению к 2006 г. увеличился на 21,33%. При этом средняя цена сделки увеличивается ежегодно на 0,09%. По данным на 1 января 2007 г. она подобралась к отметке \$3 тыс.

ДОМЕННЫЕ АУКЦИОНЫ

Исторически первым сервисом вторичного рынка доменных имен стал аукцион доменных имен компании RU-CENTER. Аукцион был запущен 29 апреля 2004 г. для прямых клиентов RU-CENTER, а 12 августа 2004 г. такую возможность получили и клиенты партнеров RU-CENTER. Запуск аукциона доменов позволял решить две проблемы, которые обозначились на стихийном рынке купли-продажи

большим количеством сделок. В 2006 г. количество сделок, совершенных в частном порядке, превышало количество сделок на аукционе доменных имен (рис.7).

Прорыв состоялся в 2007 г. Количество сделок впервые превысило сотню. Средняя цена сделки на аукционе доменных имен примерно в два раза ниже, чем при направленной передаче доменного имени, но имеет точно такую же тенденцию роста. Во многом рост количества сделок и объема продаж на аукционе доменных имен был вызван запуском услуги отложенной регистрации доменного имени, которую принято также называть «аукцион освобождающихся доменов».

РЕГИСТРАЦИЯ ОСВОБОЖДАЮЩИХСЯ ДОМЕНОВ

В случае регистрации освобождающегося домена мы имеем дело, с формальной точки зрения, с регистрацией нового домена. Однако, как показала практика, домен, в отличие от сайта, не исчезает бесследно после того, как его исключили из реестра. Информация о домене остается, например, в индексах поисковых систем в виде адресов

Вторичный рынок доменов

страниц сайтов, которые раньше размещались на домене.

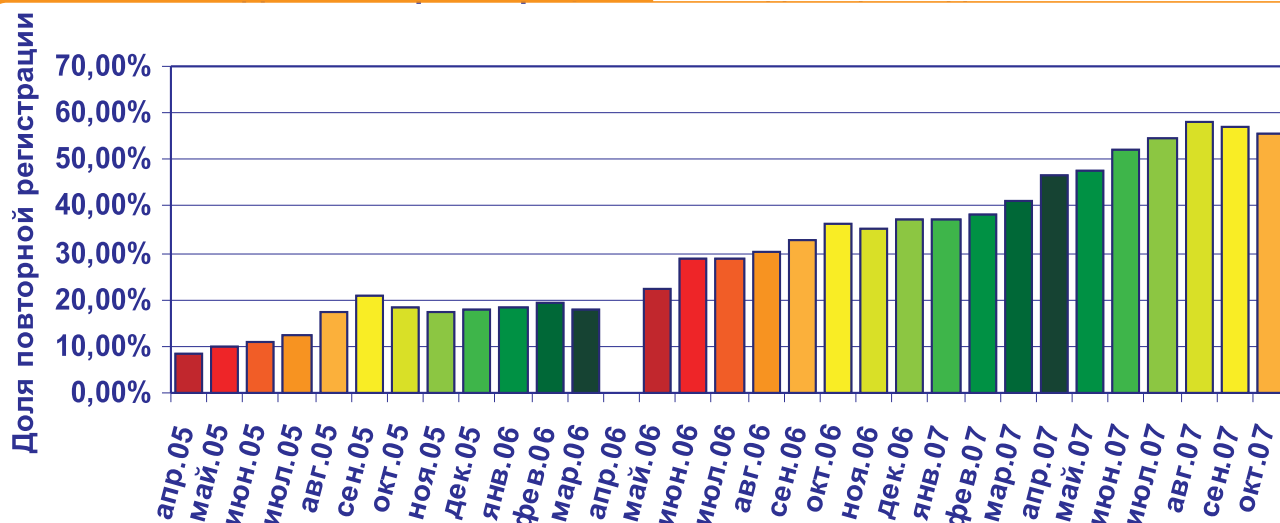
Учитывая, что поисковые системы приводят на сайт до 80% всех новых посетителей, использование освобожденных доменов «с историей» становится оправданным с точки зрения поисковой оптимизации.

бождения, по сравнению с регистрацией в течение года после освобождения, постепенно растет (рис.9).

За период с мая по октябрь 2006 г. доля регистрации освобождающихся доменов в день регистрации относительно общего числа зарегистрированных в течение года после освобождения доменов выросла с 40% до 60%.

В связи с этим встает вопрос о том, что считать

Динамика регистрации освобождающихся доменов в день освобождения (Рис.8)



На рис. 8 наглядно продемонстрировано, как росла заинтересованность администраторов доменов в регистрации освобождающихся доменов. Если в апреле 2005 г. в день освобождения регистрировалось только 8% освобождающихся доменов, то в настоящее время их регистрируется около 55%.

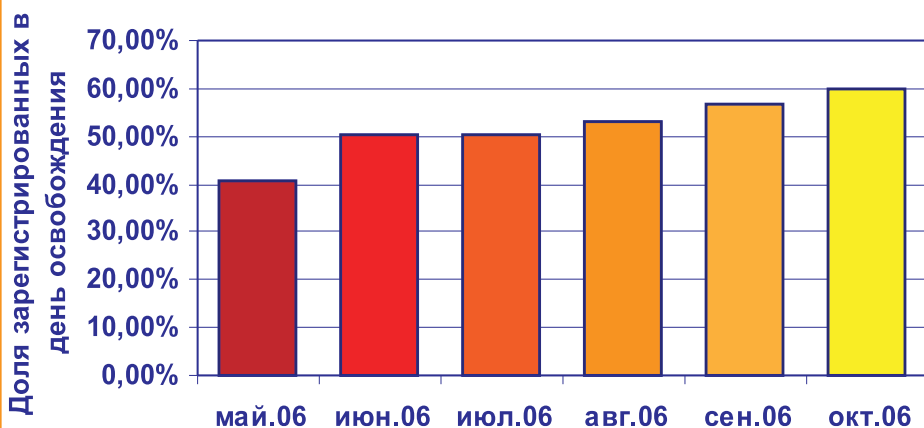
При этом доля регистрации доменов в день осво-

регистрацией освободившегося домена. Когда домены утрачивают свою «историю» и могут считаться «новыми»? Общая тенденция заключается в том, что в день освобождения регистрируют все большую долю от освобождающихся доменов. В августе 2007 г. эта доля достигла значения в 58%. Если сравнивать эту цифру с долей всех зарегистрированных доменов, которые освободились в октябре 2006 г. (60%), то они очень близки. Если сравнивать темпы роста регистраций доменов в день

их освобождения с темпами роста регистраций в течение года после освобождения, то первый фактор опережает второй на 10% (рис.10).

Существенную роль в регистрации освобождающихся доменов играют сервисы вторичного рынка. В первую очередь – услуга отложенной регистрации. Благодаря наличию этой услуги, в компании RU-CENTER регистрируется

Доля регистрации освобождающихся доменов в день освобождения (Рис.9)



от 10% до 15% всех освобождающихся доменов. Причем около половины регистраций осуществляется на конкурсной основе, как результат аукциона. Однако стоит ли всерьез рассматривать освобождающиеся домены в качестве

фактора роста зоны .RU, а также в качестве существенного фактора на вторичном рынке доменов? Каково количество таких доменов?

В среднем за год продлевается около 81% доменных имен. Таким образом, не продлевается (т.е. освобождается) 19% доменных имен или примерно 190 тыс. за год.

Следует заметить, что, по сравнению с gTLD, в зоне .RU освобождается сравнительно мало имен. Согласно данным, представленным в марте 2007 г. на семинаре ICANN, посвященном вторичному рынку доменов, не продлевается около 30% зарегистрированных доменных имен. При этом около 50% этих доменов представляют коммерческий интерес. Проекция этих данных на зону .RU заставляет говорить о нескольких моментах. Во-первых, у нас еще низка доля первичных массовых регистраций. Именно она увеличивает долю освобождающихся доменов. Во-вторых, наши освобождающиеся домены ценнее. Из-за более низкого процента массовых регистраций в зоне .RU меньше «мусора». В-третьих, потенциал роста доли регистраций освобождающихся доменов близок к насыщению: 60% возвратов в реестр – это уже довольно много. На динамику рынка освобождающихся доменов можно взглянуть более детально, если разбить продления по

регистраторам (рис.10).

Наиболее стабильной и согласующейся с тенденциями развития зоны является статистика продления доменов, поддерживаемых компанией RU-CENTER. Это определяется качеством услуги регистрации и набором услуг вторичного рынка, которых просто нет у других регистраторов.

ПАРКОВКА ДОМЕННЫХ ИМЕН

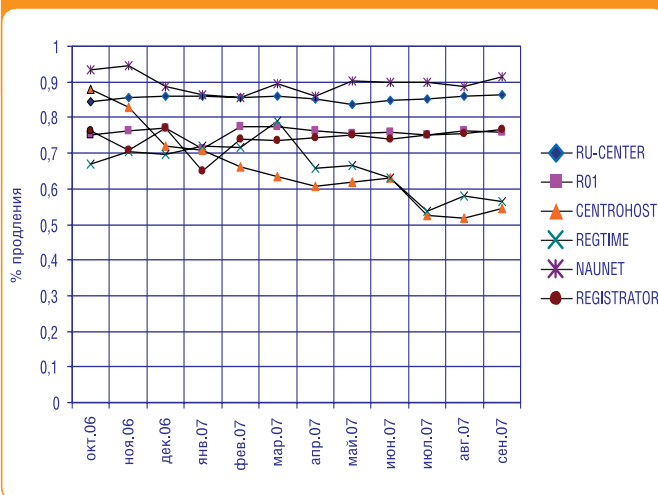
Парковку доменных имен следует отличать от парковки сайтов. В случае парковки домена администратор доменного имени предоставляет имя своего домена для идентификации страниц с размещенной на них рекламой. При этом никакой другой информации на странице больше не размещается.

Реклама может быть как коммерческой, так и социальной. В первом случае она приносит доход парковке и администратору домена, во втором случае – нет. Компания, предоставляющая сервис парковки, заключает соглашения с рекламодателями на условиях платы за переход с припаркованных страниц (Pay Per Click). Доход делится между администратором домена и владельцем сервиса парковки.

По оценке журнала Forbes, в 2005 г. оборот паркинга в доменах общего пользования (gTLDs), главным образом зоны .COM, составил \$400 млн. По прогнозам Susquehanna Financial Group, в 2007 г. оборот парковок должен достичь \$1 млрд.

Как правило, паркуют домены так называемые домейнеры, т.е. администраторы большого

Продление регистрации доменов в зоне .RU (Рис.10)



Ранговые распределения администраторов доменов в зоне .RU за период 2003 – 2007 гг. (Рис.11)



Вторичный рынок доменов

количества доменных имен. Очень часто их еще называют сквоттерами, хотя доменер, или доменный инвестор, и сквоттер — это не одно и то же.

Наглядным показателем развития доменерства является ранговое распределение администраторов доменов по числу доменных имен, находящихся под управлением одного администратора (рис.11). Следует заметить, что ранговое распределение 2007 г. построено без учета администратора с максимальным числом доменов (40 549). Если включить в гистограмму этого администратора, то ранговые распределения предыдущих лет станут неразличимыми. Понятно, что все эти домены должны по крайней мере окупаться. Наиболее логичным выглядит размещение доменов на серверах парковки. Насколько справедливо это предположение, можно определить по спискам авторитативных серверов доменов, которые пред-

ставлены на сайте stat.nic.ru (таблица 1).

Большинство доменов, поддерживаемых серверами poishi.com, размещено на сервисе парковки. На сервисе парковки SEDO припаркованы многие домены, поддерживаемые серверами ve.nu и ns2.den.ru. Другой сервер парковки, ns1.parked.ru, занимает 20-ю строчку. В общей сложности, только на этих серверах размещено более 150 тыс. доменных имен, т.е. более 15% всех доменных имен зоны .RU.

В связи с поисковой оптимизацией в 2005 г. стали массово регистрировать два типа доменов: освобождающиеся домены с «историей» и домены, совпадающие с наиболее типичными ошибками при наборе существующих доменных имен (тайпсквоттинг). Тайпсквоттинг дал новый импульс первичной регистрации доменных имен, а регистрация освобождающихся доменов заставила развиваться сервисы вторичного рынка доменных имен.

Статистика размещения доменов на серверах зоны .RU (Табл. 1)

N	Сервер	Домены (шт.)	Принял	Отдал	Владельцы
1	ns1.poishi.com	89883	—	—	43
2	ns2.poishi.com	89883	—	—	43
3	ns1.masterhost.ru	77914	5	8	26451
4	ns2.masterhost.ru	77837	5	8	26428
5	ns.masterhost.ru	77355	5	8	26206
6	ns2.hc.ru	69201	5	4	26921
7	ns1.hc.ru	69111	5	4	26899
8	ns4.nic.ru	35196	7	6	22231
9	ve.nu	31847	—	—	72
10	ns2.den.ru	27727	—	—	63
11	ns3.nic.ru	27087	7	6	18272
12	ns8.nic.ru	26125	7	6	17246
13	ns2.valuehost.ru	25674	1	1	15040
14	ns1.valuehost.ru	25632	1	1	15035
15	ns1.spaceweb.ru	24392	1	4	14947
16	ns2.spaceweb.ru	24392	1	4	14948
17	ns3.valuehost.ru	24214	1	—	14204
18	ns2.agava.net.ru	23725	1	3	17595
19	ns1.agava.net.ru	23696	1	3	17595
20	ns2.parked.ru	18475	1	55	944

Домейнеры: кто они?

В последние годы в Интернете сформировалось новое сообщество людей – «домейнеры», или «доменные инвесторы». Так же, как и киберсквоттеры, они зарабатывают на регистрации доменных имен, но делают это «не нарушая приличий». Как правило, они регистрируют звучные домены либо для последующей перепродажи, либо для размещения на них рекламных сайтов. Бизнес домейнеров часто называют домейнингом.

Доменных инвесторов интересуют, прежде всего, доменные имена, которые могут прийти на ум простому пользователю Интернета. Домейнеров нельзя путать с киберсквоттерами: в отличие от последних, они не регистрируют имен, схожих с товарными знаками, а потому не выходят за рамки правового поля.

С развитием Интернета свободных запоминающихся доменов становится все меньше, и, следовательно, стоимость «красивых» имен на вторичном рынке неизбежно растет. Таким образом, доменный бизнес становится все более прибыльным, а сами домейнеры превращаются в интернет-сообщество, оказывающее существенное влияние на развитие доменной индустрии.

На Западе такое сообщество существует уже длительное время. Оно обладает развитой системой внутренних связей, целостной культурой и проявляет свою активность не только во Всемирной Паутине, но и за ее пределами. В частности, сегодня в мире выпускается несколько изданий (например, *The Domainer's Magazine*), посвященных домейнингу. Домейнеры общаются не только на тематических интернет-ресурсах, но и на специализированных мероприятиях, ряд из которых имеет статус международных и проводится при поддержке крупных спонсоров.

Большие деньги на торговле доменами можно заработать в популярных доменных зонах, где уже зарегистрировано большое количество имен. Именно в таких доменах верхнего уровня активность доменных инвесторов наиболее высока. В первую оче-



редь домейнеров интересует зона .COM, в которой попадают доменные имена стоимостью в несколько миллионов долларов.

Вместе с тем, доменные инвесторы действуют и на просторах многих национальных доменных зон. Эта тенденция не обошла стороной и Россию. В зоне .RU сегодня зарегистрировано уже более миллиона доменов, а потому действительно звучных имен, которые доступны для первичной регистрации, почти не осталось. Учитывая темпы развития российского национального домена, в скором времени их не будет вовсе.

В этих условиях в России не могло не начать формироваться собственное сообщество домейнеров. Конечно, по уровню развития оно пока отстает от своего западного аналога, однако отечественные доменные инвесторы уже начинают проявлять себя как сплоченная группа людей. В частности, они общаются на специализированных интернет-форумах, количество которых в Рунете с каждым годом увеличивается.

Несколько лет назад российские домейнеры впервые встретились в офлайне, организовав Первую московскую конференцию домейнеров. Сегодня это мероприятие проводится регулярно, и у него уже появились первые спонсоры.

Одним словом, доменные инвесторы в России во всем хотят походить на своих зарубежных коллег. Можно утверждать, что при нынешних темпах развития отечественной доменной индустрии в дальнейшем это сходство будет только возрастать.



Домены общего пользования

Все домены верхнего уровня можно условно разделить на две большие части.

Первая - домены общего пользования (generic TLD или gTLD) и, вторая, - национальные двухбуквенные домены (country code TLD или ccTLD). К доменам общего пользования относятся домены COM, NET, ORG, INFO, BIZ и др. К ним же относят домены ограниченного пользования, регистрация в которых проводится на основе фактической принадлежности организации к тому или иному виду.

ШИРОКИЙ ПЕРВЫЙ УРОВЕНЬ

Домены верхнего уровня общего пользования (Generic TLDs – gTLDs) созданы для всего интернет-сообщества. Первоначально существовало всего восемь gTLD: COM, NET, ORG, INT, EDU, GOV, MIL и ARPA (домен ARPA создавался на время, необходимое для внедрения системы доменных имен, но оказался совсем не временным явлением, в нем и сейчас «живут» обратные зоны). В 1984 г., при утверждении перечня доменов, в документах было записано, что такого количества «будет достаточно, и появление новых доменов маловероятно». Однако рост Интернета превзошел ожидания, в связи с чем потребность мирового интернет-сообщества в доменах верхнего уровня увеличилась. В 2001 г. было принято решение о введении еще семи новых gTLD: INFO, BIZ, NAME, COOP, MUSEUM, AERO и PRO. В настоящее время указанные домены функционируют в полном объеме.

В апреле 2004 г. ICANN объявила о начале консультаций, в ходе которых любой желающий мог высказать свои возражения или комментарии по поводу создания новых доменных зон. Большое число предложений поступило на рассмотрение группы

RU-CENTER

за общение профессионалов



RU-CENTER традиционно принимает активное участие в организации ключевых для развития российской интернет-отрасли конференций, выступая в качестве со-организатора, партнера и официального регистратора мероприятий.

В рамках конференций RU-CENTER рассказывает о состоянии доменного рынка и о текущих тенденциях в его развитии, а также о новых интернет-технологиях. RU-CENTER сегодня - ведущий российский поставщик статистической и аналитической информации и ньюсмейкер доменного рынка.

При участии и поддержке RU-CENTER проходят такие крупные отраслевые мероприятия, как Российский Интернет-Форум (РИФ), Российские Интернет-Технологии (РИТ), Всероссийский форум хостинг-провайдеров «Хостобзор», конференции: «Электронная торговля», «Интернет-СМИ» (i-СМИ), «Интернет-сообщества» (i-Community) и многие другие.



Домены общего пользования

независимых экспертов, а заявки на создание и администрирование новых gTLDs, предназначенных для отдельных видов деятельности, подали 10 организаций, каждая из которых внесла по \$45 тыс. за подачу заявки. Интересно, что предложение по созданию домена TEL поступило одновременно от двух компаний: американской Pulver. Com и английской Telname Limited London. Обе эти компании выразили желание стать администратором нового домена. ICANN отдала предпочтение английской корпорации.

В 2005 г. 10 новых sTLD получили одобрение ICANN. К их числу относятся следующие специальные спонсируемые домены ограниченного пользования (Sponsored Top-Level Domains, sTLDs): TRAVEL, JOBS, CAT, ASIA, MOBI, TEL. В большинстве из них уже идет регистрация доменных имен.

ДОМЕНЫ ШИРОКОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Все домены верхнего уровня можно условно разделить на две большие части. Первая — домены общего пользования (generic TLD или gTLD) и, вторая, — национальные двухбуквенные домены (country code TLD или ccTLD). К доменам общего пользования относятся домены COM, NET, ORG, INFO, BIZ, MUSEUM, NAME, AERO, COOP и PRO. К ним же относят домены ограниченного пользования, регистрация в которых проводится на основе фактической принадлежности организации к тому или иному виду. Это домены INT, выделенные для международных организаций, EDU — для высших учебных заведений США, GOV — для правительственных организаций США и MIL — для военных ведомств США.

РОСТ БЕЗ ОСОБЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ

При этом корпорация не собирается заранее ограничивать число будущих зон. Изначально инициатива увеличения числа доменов первого уровня исходила от самой ICANN, которая таким образом пытается удовлетворить потребности пользователей Интернета и оптимизировать работу с сетью.

Для того чтобы оптимизировать внедрение новых gTLD, корпорация решила разработать четкие правила, регламентирующие этот процесс. Работа над ними началась в 2005 г. и проходит при активном участии интернет-общественности.

В сентябре 2007 г. подразделение ICANN GNSO, отвечающее за поддержку доменов общего пользования, разработало проект специального документа, в котором регламентированы правовые, технические, экономические и прочие аспекты, связанные с внедрением новых доменов верхнего уровня. Проект уже представлен в Совет директоров ICANN и запланирован к рассмотрению в начале 2008 г. Вся информация, касающаяся процесса разработки правил создания новых доменных зон, находится по адресу <http://www.icann.org/topics/new-gtld-program.htm>.

COM, NET, ORG — СТАРОЖИЛЫ ИНТЕРНЕТА

Домены COM, NET, ORG — первые общие домены верхнего уровня, появившиеся в 1984 г. согласно решению ICANN.

Изначально домен COM предназначался для коммерческих организаций, домен ORG — для некоммерческих организаций, и домен NET — для всех, кто связан с развитием сетей и телекоммуникационных технологий. Однако со временем регистрация доменов в этих зонах стала совершенно свободной, и сейчас зарегистрировать домен в них может любой желающий.

Домены общего пользования COM и NET администрирует компания VeriSign, а доменом ORG с начала 2003 г. управляет некоммерческая организация PIR.

INT, EDU, GOV, MIL — ДОСТУП ОГРАНИЧЕН

Домены INT, EDU, GOV, MIL также появились в 1984 г. и сразу стали «специальными» или, как их еще называют, «ограниченного использования».

Домен INT создан исключительно для регистрации доменных имен международными организациями. Решение о регистрации доменов в этой зоне принимается международной организацией IANA при условии соблюдения регистрантом целого ряда требований. Этот домен единственный из первых специальных, в котором могут зарегистрировать доменное имя иностранные (по отношению к США) организации.

Домен EDU содержит свыше 5 тыс. имен, и так же, как домены GOV и MIL, находится под контролем американского правительства. Преимущественное право зарегистрировать имя в домене EDU имеют образовательные учреждения США. Регистрация проводится на бесплатной осно-

ве. До недавнего времени и управление, и техническую поддержку домена EDU осуществляла компания VeriSign. Теперь же за этой компанией осталась лишь техническая поддержка, а политику домена определяет некоммерческая ассоциация Educause, представляющая интересы более 1 800 университетов, колледжей и других высших учебных заведений США.

Домен GOV создан исключительно для федеральных государственных учреждений США, и регистрацией доменных имен в этом домене занимается Правительственный сетевой информационный центр (Government-Wide Registration Service).

Домен MIL находится под контролем американского правительства, в частности, Департамента Госбезопасности США. Специалисты именно этого Департамента ведут базу доменных имен домена MIL, предназначенного только для военных организаций и учреждений, отвечающих за безопасность страны.

INFO – ПРОСТОР ДЛЯ ИНФОРМАЦИИ

Домен INFO – один из новых общих доменов верхнего уровня, которые в 2001 г. были добавлены по решению ICANN к существующему перечню gTLDs. Домен INFO рассчитан на всех, кто желает разместить информацию о себе, своем предприятии, товаре или услуге в сети Интернет. «Информация» (от английского information) – повсеместно признанный термин, легко переводимый на различные национальные языки мира.

Согласно данным, опубликованным компанией Afilias LLC, которой поручено поддерживать реестр зоны .INFO, спустя три месяца после начала регистрации доменов в этой зоне было зарегистрировано около 60 тыс. доменных имен, большую часть из которых зарегистрировали европейцы. Такую популярность INFO на европейском рынке представители Afilias объясняют тем, что слово INFO интуитивно понятно людям, разговаривающим практически на любом языке. Немного цифр: из уже зарегистрированных адресов на долю Европы приходится 52%, Северной Америки – 40%. По странам: США – 39%, Германия – 20%, Швеция – 7%, Великобритания – 6%. В 2007 г. в зоне INFO насчитывалось около 5 млн доменов.



BIZ – ЭТО ПРОСТО БИЗНЕС

Домен BIZ (от английского слова «business» – бизнес, дело, коммерческая деятельность) – один из новых общих доменов верхнего уровня, предназначен для коммерческих организаций, предприятий и корпораций, каким-либо образом представляющим себя в Интернете. До сих пор в том значении, в каком должен выступить домен BIZ, использовался и продолжает использоваться домен COM. Широкий интерес, проявленный в ходе предварительной регистрации доменов второго уровня в зоне .BIZ, показал, что корпоративные пользователи действительно заинтересованы в сайтах этой зоны, видят в них дополнительную возможность для распространения информации о своей деятельности среди клиентов и партнеров по бизнесу. В зоне .BIZ насчитывается более 1,7 млн доменов.



Домены общего пользования

MUSEUM – ХРАНИТЕЛИ ПАМЯТИ

17 октября 2001 г. ICANN подписала договор с Ассоциацией управления доменом MUSEUM (Museum Domain Management Association, сокращенно MuseDoma) об управлении общим доменом верхнего уровня MUSEUM. Из семи принятых ICANN в ноябре 2000 г. доменов верхнего уровня три являются специальными: MUSEUM, AERO и PRO. Домен MUSEUM первым из них заработал в международной системе доменных имен. Этот специальный домен предназначен для музеев, а также организаций различных форм собственности, имеющих отношение к музейному делу. Кроме того, зарегистрировать домен могут частные лица, профессионально связанные с этой сферой деятельности.

Порядок регистрации в домене MUSEUM несколько отличается от порядка регистрации в других доменах верхнего уровня. Ассоциация управления доменом MUSEUM заявила о достаточно жесткой политике, поддерживаемой в отношении этого домена: право каждого претендента зарегистрировать домен в зоне .MUSEUM рассматривается индивидуально. Домены можно зарегистрировать через уполномоченные Ассоциацией MuseDoma и аккредитованные ICANN организации.

MuseDoma надеется использовать доменные имена второго уровня специализированного домена для создания онлайн-каталога музеев по типу, географическому расположению и специализации. Так, отечественные музеи уже сейчас могут зарегистрировать себе домен третьего уровня в доменах moscow.museum и russia.museum.

NAME – КАТАЛОГ ФАМИЛИЙ

Домен NAME предназначен для всех, кто хотел бы зарегистрировать в Интернет свое имя и фамилию в качестве доменного имени. Администратором доменной зоны является аккредитованная ICANN английская компания Global Name Registry Limited.

Global Name Registry с 14 января 2004 г. приступила к регистрации доменов второго уровня в зоне .NAME. Примечательно, что первые домен-



ные имена в этой зоне появились еще в январе 2002 г., однако изначально в домене NAME предлагались для регистрации домены только третьего уровня. Так, адрес для физического лица выглядел следующим образом: имя.фамилия.name. А уже с 14 января 2004 г. стало возможным зарегистрировать домен второго уровня вида имя.name.

Домен NAME предназначен исключительно для частных лиц, а не для компаний. В Global Name Registry намерены сделать домен NAME «стандартом для личных доменов».

СООР – ЗОНА КООПЕРАТОРОВ

Домен СООР предназначен для кооперативов, то есть, для добровольных объединений людей, созданных с целью ведения хозяйственной деятельности. Компания DotCooperation LLC, управляющая доменом СООР, определила, что зарегистрировать домен второго уровня в зоне СООР могут:

- члены Национальной ассоциации совместного бизнеса (НСБА);
- члены Международного союза кооператоров;





- организации, относящиеся к кооперативным, согласно местным законам;
- ассоциации кооперативов;
- организации, которые управляются кооперативами;

- объекты, обслуживающие кооперативы;
- не более 5 000 физических лиц, получивших патент и, по мнению Правления DCLLC, полезных для кооперативного движения в мире.

AERO – АВИАЦИОННЫЙ ИНТЕРНЕТ

AERO – один из семи новых доменов верхнего уровня, утвержденных ICANN 16 ноября 2000 г. Администрирование этой доменной зоны, предназначенной к использованию в основном в индустрии авиаперевозок, поручено международной телекоммуникационной группе Société Internationale de Télécommunications Aéronautiques (SITA).

SITA как администратор домена AERO разработала политику для данной доменной зоны, которая предусматривает поэтапную предварительную регистрацию доменов по различным группам доменов третьего уровня в доменах второго уровня. На сегодняшний день самым администратором домена зарезервировано около 500 доменных имен второго уровня, группирующих и обозначающих общие понятия аэроиндустрии.

Зарегистрировать домен в зоне .AERO могут организации и физические лица, так или иначе связанные с аэроиндустрией:



Домены общего пользования

- предприятия космической промышленности;
- государственные и частные авиалинии;
- аэропорты и аэродромы;
- предприятия воздушных грузовых перевозок;
- предприятия материально-технического обеспечения воздушных компаний;
- системные службы воздушного движения;
- экипажи самолетов;
- союзы воздушного транспорта;
- клубы авиации (аэроклубы) и их члены;
- консультанты авиации;
- образовательные учреждения и информационные структуры авиации;
- ассоциации авиационной промышленности и другие представительские организации;
- страховые ассоциации авиации;
- законодательные ассоциации авиации;
- средства массовой информации авиации;
- гражданские структуры управления авиации;
- системы резервирования и продажи авиабилетов;
- правительственные агентства, ответственные за обеспечение работы авиации, оказание помощи авиапредприятиям и метеобюро.

18 марта 2002 г. началась предварительная регистрация доменных имен в новой зоне .AERO: до сентября регистрировались доменные имена, созвучные с товарными знаками и наименованиями компаний, затем открылась регистрация в 88 доменах второго уровня, разбитых на три группы:

- авиакомпании;
- правительственные и управляющие организации;

- физические лица, профессионально относящиеся к авиаиндустрии.

Такое структурирование позволяет облегчить пользователям поиск web-страниц различных авиапредприятий. Например, нынешний сайт аэропорта «Шереметьево» находится по адресу www.sheremetyevo-airport.ru, в то время как многим пользователям Интернета логичным представляется адрес sheremetyevo.ru, занятый компанией-грузоперевозчиком. Между тем, аэропорты могут зарегистрировать домены в зоне .AERO, соответствующие их международному коду и удобные для поиска в сети: например, svo.aero – сайт аэропорта «Шереметьево».

PRO – СЕРТИФИЦИРОВАННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЫ

Регистратурой домена PRO является компания RegistryPro. В домене PRO созданы домены второго уровня med.pro, law.pro и т.д., регистрировать доменные имена в которых могут лицензированные и аккредитованные специалисты соответствующей сферы (например, врачи, адвокаты).

RegistryPro постоянно расширяет список профессий, для которых создан собственный поддомен. Также в новом доменном пространстве появятся поддомены, связанные с географическим месторасположением. Создатели домена PRO надеются, что более 35 млн лицензированных специалистов – адвокатов, врачей, бухгалтеров – обеспечат скорое наполнение зоны .PRO в странах с высоким уровнем развития Интернет.

Например, квалифицированный врач может зарегистрировать домен JamesRClarke.med.pro, что позволит пользователям во всем мире понять, что он имеет законное право оказывать медицинские услуги. Кроме того, новая доменная зона доступна профессиональным компаниям и ассоциациям, которые могут зарегистрировать в домене PRO доменные имена, созвучные с названиями компаний или их товарными знаками.

В апреле 2003 г. началась приоритетная регистрация доменных имен второго уровня в



домене PRO для владельцев интеллектуальной собственности — товарных знаков, а осенью 2003 г. в домене PRO началась открытая регистрация доменных имен.

TRAVEL – WEB ДЛЯ ПУТЕШЕСТВЕННИКОВ

Домен TRAVEL был утвержден корпорацией ICANN в апреле 2005 г. с подачи Нью-Йоркской торговой группы The Travel Partnership Corp.

Зона .TRAVEL предназначена для турагентств, туроператоров, авиакомпаний, гостиничных сетей и всех, кто имеет отношение к индустрии путешествий, экскурсий, отдыха. Новый домен призван объединить в Интернете всю туристическую индустрию в едином доменном пространстве. Отраслевые домены смогут получить только организации, документально подтвердившие причастность к сфере туризма, что может служить пользователям гарантией того, что компания, к которой они обращаются, действительно обладает полномочиями на туристическую деятельность.

Вместе с тем официальный регистратор нового домена, нью-йоркская фирма Tralliance, подразделение интернет-холдинга Theglobe.com, заранее оговаривает, что не будет заниматься криминальными расследованиями в случае неадекватного поведения кого-либо из владельцев доменов. Отмечается, что домен не предназначен для чьих-либо личных сайтов о путешествиях.

В октябре 2005 г. в домене TRAVEL открылась регистрация доменных имен. Во избежание киберсквоттинга в первую очередь рассматривались заявки от владельцев зарегистрированных товарных знаков. Впоследствии доменная зона была полностью открыта, но за два прошедших года в ней зарегистрировано всего 25 тыс. доменных имен, что ставит домен на «грань выживания». Отчасти столь плачевное состояние домена TRAVEL объясняется стро-

гостью правил регистрации и тем, что домены в этой зоне стоят дорого, а сам домен состоит минимум из 6 символов.

JOBS – ВСЕ РАДИ РАБОТЫ

Эта специализированная доменная зона с именами вида companyname.jobs предназначена для размещения информации о вакансиях в компании. Сайты в домене JOBS непосредственно предоставляют соискателям нужные сведения о возможной карьере в какой-то конкретной компании и облегчают процесс поиска работы. В свою очередь работодатели могут разместить в Интернете максимально подробную информацию о требованиях к соискателям, сократив тем самым время, требуемое на подбор персонала.



Домены общего пользования

CAT – НЕ КОШКИ, А КАТАЛОНЦЫ

16 сентября 2005 г. корпорация ICANN одобрила создание домена CAT, предназначенного для представителей каталонского лингвистического и культурного сообщества. Для управления новым доменом была создана некоммерческая организация Fundació puntCAT.

С февраля 2006 г. возможность регистрировать домены в зоне .CAT получили владельцы товарных знаков, а с апреля того же года стартовала открытая регистрация имен. В ноябре 2007 г. каталонская зона преодолела отметку в 25 тыс. зарегистрированных доменов.

Имена в зоне .CAT доступны для физических и юридических лиц, которые:

- уже имеют интернет-ресурс на каталонском языке;
- обладают специальным кодом (ENS);
- планируют создать интернет-ресурс, направленный на популяризацию каталонской культуры;
- имеют письменные рекомендации от трех физических лиц, зарегистрировавших домен в зоне .CAT, или одного юридического.

Для регистрации имени достаточно выполнения одного из вышеперечисленных требований. Регистрация осуществляется через аккредитованных регистраторов, которые вправе самостоятельно устанавливать ее стоимость.

Помимо латинских букв и арабских цифр, в домене допускается использование 11 специальных символов, существующих в каталонском языке. При этом общее количество символов в имени должно варьироваться от 3 до 63.

TEL – ВСЕ КОНТАКТЫ ПОД РУКОЙ

Домен TEL станет «зоной хранения» контактной информации, управлять которой смогут сами пользователи. Владельцы доменов будут самостоятельно определять, какую контактную информацию размещать в своем домене, это могут быть телефонные номера, адреса веб-сайтов и электронной почты, а также номера в службах мгновенного обмена сообщениями, таких как ICQ или Windows Messenger.

Telnic, лондонская коммуникационная компания, управляющая доменом верхнего уровня TEL, выбра-



ла компанию Neustar в качестве администратора домена TEL. В Telnic считают, что Neustar использует инновационную технологию, которая позволит организациям и пользователям успешно управлять информацией в режиме реального времени в системе DNS.

TEL – ЭТО НЕ ТЕЛЕФОННЫЙ НОМЕР

Следует отметить, что впервые домен TEL был предложен популяризатором VoIP Джефом Палвером еще в октябре 2000 г. Идея Палвера заключалась в простом переводе и без того уникальных номеров телефонов в интернет-адреса. Однако заявка была отклонена в 2004 г.

Первоначально предполагалось, что программа по открытию домена TEL будет представлена в первом квартале 2008 г., а период приоритетной регистрации имен стартует уже в мае. Однако на конференции ICANN, состоявшейся в феврале 2008 г. в Нью-Дели, представители Telnic объявили о том, что начало

периода приоритетной регистрации откладывается и теперь намечено на октябрь 2008 г. Период продлится 60 дней, и по его завершению начнется период Landrush, когда домены будут регистрироваться по цене, превышающей ту, которая будет установлена после окончательного открытия новой доменной зоны. По предварительным прогнозам, открытие состоится в первом квартале 2009 г.

MOBI – МОБИЛЬНОЕ РАЗДОЛЬЕ

Решение о введении нового спонсируемого домена верхнего уровня MOBI было принято на конференции ICANN в Люксембурге летом 2005 г. Под давлением со стороны производителей мобильных телефонов, а также компании Microsoft, корпорация ICANN одобрила в первый день работы Люксембургской конференции создание нового домена верхнего уровня. Новая зона .MOBI предназначена для сайтов и сервисов, ориентированных на работу с мобильными телефонами и беспроводными устройствами.



Первоначально появление зоны .MOBI было намечено на первую половину 2006 г. Сайты, которые планируется размещать в домене MOBI, должны поддерживать технологию WAP или аналогичную ей, то есть обладать специфическими для работы с мобильными телефонами атрибутами – возможностью работы на маленьком экране, преимущественно текстовым содержанием и высокой скоростью загрузки.

Спонсором новой доменной зоны выступил консорциум Mobi JV, объединивший в себе компании Microsoft, Ericsson, Nokia, Samsung, T-Mobile, Vodafone,

PDF И MP3?

В скором времени могут появиться домены PDF и MP3

Корпорация ICANN не исключает возможности появления доменов верхнего уровня, совпадающих с популярными файловыми расширениями. Изначально предполагалось, что введение таких зон (например, .EXE, .DOC, .JPG и .MP3) внесет некую путаницу в стройную структуру системы доменных имен. Но в результате ICANN все же заключила, что данные аббревиатуры слишком популярны, чтобы запрещать появление их доменных аналогов. Тем более что подобные домены не смогут «смутить» веб-браузеры, которые способны «понять», что вписанное в строку доменное имя – адрес того или иного сайта, а не название файла.

Заявки на создание зон, совпадающих по названию с расширением популярных файлов, начнут приниматься сразу после того, как ICANN утвердит процедуру внедрения новых доменов верхнего уровня.

Домены общего пользования

МОВИЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТОЛИЦЕ ФИНЛЯНДИИ

Хельсинки стал первым городом, где в тестовом режиме на сайтах в зоне .MOBI стали размещать информацию для туристов. DotMobi, администратор домена, ввела специальные «городские домены»: она зарезервировала 650 имен, совпадающих с названиями городов.

«В настоящее время в домене MOBI зарегистрировано свыше 570 тыс. доменных имен, под которыми расположены многие тысячи ресурсов, и пользователи понимают, какую свободу и выгоду дает им домен MOBI, ведь сайт всегда с ними — где бы они ни находились», — отмечает Нейл Эдвардс, исполнительный директор Mobile Top Level Domain.

Сайт города Хельсинки запущен недавно созданной компанией Greater Helsinki Promotion с целью популяризации города и привлечения иностранных вложений и инвестиций. «Мы используем домен Helsinki.mobi в качестве удобного туристического ресурса, а также как своеобразную платформу для креативного мобильного бизнеса для наших граждан», — считает Исмо Рантала, представитель компании Greater Helsinki Promotion.

Telefonica Movilies, Hutchinson 3, а также Ассоциацию GSM.

Открытая регистрация в домене MOBI началась в октябре 2006 г., а в мае 2007 г. в ней уже насчитывалось свыше 500 тыс. доменных имен. Владельцами доменных имен в этой зоне уже стали граждане 104-х стран мира.

В число уже существующих сайтов в «мобильном» домене входит сайт SAS (Скандинавские Авиалинии), позволяющий посетителям с помощью мобильного телефона узнать информацию о полетах, посмотреть расписание и зарегистрироваться на рейс; сайт Travelosa.mobi, номинированный на получение 2007 Webby Award; сайты BMW.mobi, Ferrari.mobi и Rolls-Royce.mobi. Широко известны новостные и развлекательные сайты крупнейших на этом рынке компаний: ESPN.mobi, Maxim.mobi, FoxNews.mobi, BusinessWeek.mobi и CNNMoney.mobi. Музыканты также не обходят вниманием мобильный Интернет: в зоне .MOBI зарегистрировали именные домены китайская певица Wei Wei (Weiwei.mobi), индийская Vayu (Vayu.mobi) и Tila Tequila (Misstila.mobi).

Сайтами в домене MOBI обзавелись сотовые операторы Telecom Italia и Vivatel. В этой зоне представлены и социальные сети (Volo.mobi,



Cerkle.mobi), есть сайты для заказа такси в США, Великобритании и Канаде (Cabbies.mobi), сайт для любителей кино (Screenings.mobi), предлагающий афиши кинотеатров вышеупомянутых стран, и даже портал VoteScotland.mobi, позволяющий проголосовать со своего мобильного телефона.

ASIA – ПЕРВЫЙ «РЕГИОНАЛЬНЫЙ»

Решение о создании доменной зоны для Азиатско-Тихоокеанского региона было принято корпорацией ICANN в октябре 2006 г. Администратором зоны .ASIA стала некоммерческая организация DotAsia, которая разработала правила и порядок регистрации имен в новом домене.

9 октября 2007 г. в зоне .ASIA стартовал первый этап приоритетной регистрации доменных имен, в ходе которого она стала доступна владельцам использующихся товарных знаков, которые были зарегистрированы до 16 марта 2006 г. За время, которое длился первый этап, было получено более 15 тыс. заявок от желающих получить доменное имя. Новая зона оказалась настолько популярной, что за право обладания некоторыми доменами возникла конкуренция: на 622 имени было подано более одной заявки.

13 ноября 2007 г. начался второй период приоритетной регистрации: она стала доступна всем юридическим лицам – резидентам Азиатско-Тихоокеанского региона. Также доменное имя в зоне .ASIA смогли получить обладатели товарных знаков, зарегистрированных до 6 декабря 2006 г. Первоначально завершить второй этап приоритетной регистрации планировалось 15 января 2008 г., однако ажиотаж вокруг доменных имен в новой зоне оказался настолько велик, что этап был продлен до 31 января.

Физические лица могут регистрировать имена в домене ASIA с 20 февраля 2008 г. Вплоть до 12 марта регистрация имен будет доступна всем резидентам Азиатско-Тихоокеанского региона, однако ее стоимость будет в 5-6 раз дороже, чем после окончательного открытия новой зоны, которое намечено на 26 марта 2008 г.

Ожидается, что в домене ASIA будет до 256 поддоменов второго уровня, образованных по географическому признаку (JP.ASIA – для Японии, CN.ASIA – для Китая и т.п.). В DotAsia говорят, что они готовы делегировать права на регистрацию доменных имен в новом домене другим регистраторам, главное, чтобы они были азиатскими.

Российские эксперты считают, что в нашей стране возможностью зарегистрировать имя в новой доменной зоне заинтересуются прежде всего крупные корпорации, имеющие выход на азиатский рынок.





Домен COM исчерпал четырехбуквенные имена

Домен COM исчерпал доменные имена вида LLLL.com, где L – любая буква латинского алфавита. Данное событие можно назвать как радостным, так и печальным: в то время, как желающие иметь лаконичный web-адрес остались за бортом, многочисленные киберсквоттеры, вовремя успевшие зарегистрировать «четырёхбуквенники», подсчитывают возможные доходы от дальнейшей их перепродажи. Тот факт, что свободных четырехбуквенных доменов в зоне COM уже не осталось, автоматически означает увеличение их стоимости на вторичном рынке.

Еще в начале октября 2007 г. в домене COM насчитывалось около 12,5 тыс. свободных четырехбуквенных доменов. К концу октября их осталось около 2,5 тыс., а в начале ноября они и вовсе закончились. Стоит отметить, что четырех-

буквенные домены, обозначающие осмысленные слова или известные названия, аббревиатуры или сокращения, исчерпали себя гораздо раньше. Последние имена из четырех букв, зарегистрированные в зоне COM, представляли собой откровенную бессмыслицу: xvqg.com, vxkq.com, qvxc.com, xvqg.com, vxqf.com. Однако даже такое нелепое сочетание букв ценится доменерами довольно высоко.

Интересный факт: домен COM появился в 1985 г., а первые четырехбуквенные домены (ccur.com и quad.com) были зарегистрированы 11 декабря 1986 г. (эти два домена входят в сотню самых старых доменов зоны COM). Для того чтобы в одной из старейших и популярнейшей доменной зоне полностью закончились свободные четырехбуквенные домены, понадобилось 22 года.

Конкурс WebHiTech

С ростом объема представленной в Веб информации все большее значение приобретают строгие стандарты представления данных. Следование стандартам делает контент более доступным для использования на различных программных платформах и для автоматической обработки интернет-сервисами различного назначения: например, поисковыми машинами, агрегаторами новостей, автоматическими переводчиками.

С целью популяризации веб-стандартов, при поддержке RU-CENTER в 2008 году проводится первый в Рунете профессиональный технологический конкурс WebHiTech, призванный выделить удобные, доступные, эффективные и технически совершенные веб-сайты, соответствующие современным веб-стандартам и созданные с использованием новейших технологий.

Конкурс призван посылить участвовать в улучшении потребительских качеств Веб, поэтому в рамках конкурса, проводится прежде всего оценка технологий стороны клиента. Имеются в виду актуальные рекомендации Консорциума W3C: спецификации расширяемого языка разметки гипертекста XHTML 1.0 Strict и XHTML 1.1, каскадных листов стилей CSS2 и руководящие указания по обеспечению доступности веб-контента WCAG 1.0.

Автор концепции конкурса и председатель его оргкомитета Артемий Ломов считает, что «конкурс позволит обратить внимание веб-разработчиков на незаслуженно игнорируемые консервативной частью сообщества перспективные веб-технологии, современные отраслевые стандарты и правила «хорошего тона», позволяющие улучшить потребительские качества и повысить эффективность разработки сайтов».

Претендовать на победу в конкурсе могут общедоступные веб-сайты, ориентированные на русскоговорящую аудиторию. Победителей определяет жюри конкурса, в состав которого входят известные веб-технологи, проектировщики пользовательских интерфейсов, дизайнеры, технические журналисты и специалисты по управлению веб-проектами.

Конкурс проводится в трёх номинациях:

- **лучшее дизайнерское решение**
- **лучшие потребительские качества**
- **лучшее использование технологий**

Прием работ на конкурс осуществляется по принципу свободного выдвижения с последующим утверждением номинантов оргкомитетом. Иными словами, окончательное решение о выдвижении того или иного проекта на конкурс принимает оргкомитет, который рассматривает поступающие заявки. Участие в конкурсе бесплатное.

Все подробности о конкурсе, включая Правила и список членов жюри и оргкомитета, представлены на официальном сайте:

webhitech.ru

Домены общего пользования

ОБЩИЕ ДОМЕНЫ ВЕРХНЕГО УРОВНЯ (gTLDs)	
ДОМЕН	НАЗНАЧЕНИЕ
Домены общего пользования	
COM	Commercial (для коммерческих организаций)
NET	Networks (Интернет, телекоммуникационные сети)
ORG	Organizations (некоммерческие организации либо организации, не попадающие в другие категории)
INFO	Information (открытый для всех домен)
BIZ	Business Organizations (для организаций)
NAME	Personal (для частных лиц)
Специальные домены общего пользования	
AERO	Air-transport industry (воздушно-транспортная индустрия)
COOP	Cooperatives (кооперативы)
MUSEUM	Museums (музеи)
PRO	Accountants, lawyers, and physicians – professionals (для специалистов – бухгалтеров, юристов и врачей)
Домены ограниченного пользования	
INT	International Organizations (международные организации)
EDU	Educational (образовательные проекты)
GOV	US Government (правительство США)
MIL	US Dept of Defense (Департамент безопасности США)
Специальные спонсируемые домены ограниченного пользования (Sponsored Top-Level Domains, sTLDs)	
TRAVEL	Турагентства, авиакомпании, отели и все, кто имеет отношение к индустрии путешествий и отдыха
JOBS	Сайты, устанавливающие связь работодателей с наемными работниками
CAT	Лингвистическое и культурное сообщество испанской Каталонии
TEL	Сервисы хранения и управления персональными и корпоративными контактными данными
MOBI	Сайты и сервисы, ориентированные на работу с мобильными телефонами и беспроводными устройствами
ASIA	Сайты и сервисы, ориентированные на население Азиатско-Тихоокеанского региона

Специальные доменные зоны для банков?



Группа европейских банков и провайдеров, а также компании, занимающиеся безопасностью, обратились в ICANN с предложением создать специальные доменные зоны, которые смогут использовать только банки и финансовые организации.

Создание доменов SAFE (безопасность) или SURE (уверенность) стало бы для пользователей гарантией подлинности сайта банка. Посетители сайта были бы уверены, что они не на очередной фишерской подделке, созданной с целью кражи данных, сообщил tua.info.

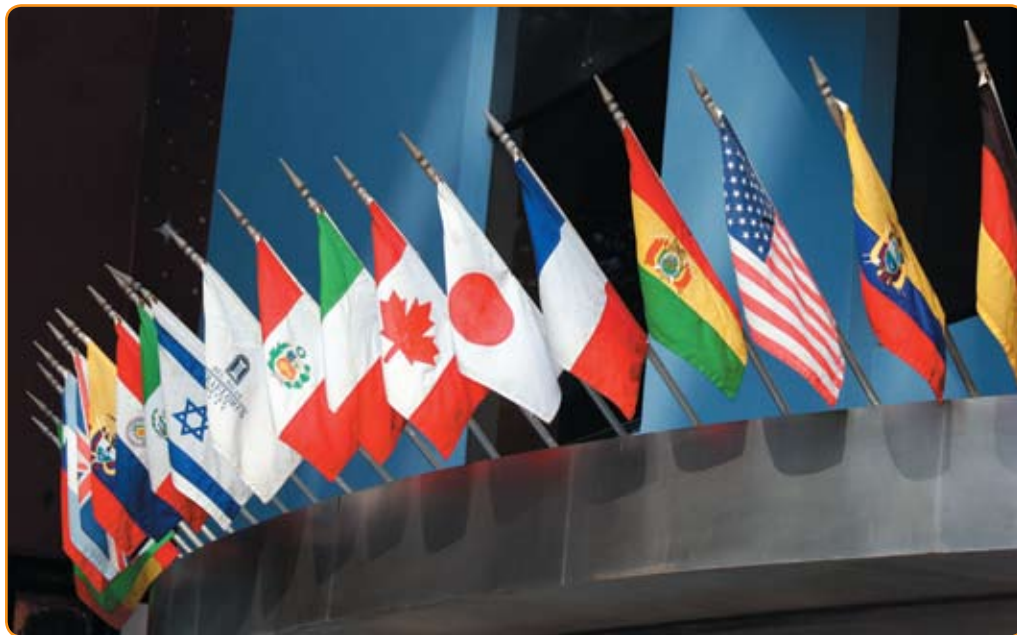
В 2007 г. фишеры устроили акцию против Райффайзенбанка. Они рассылали пользователям послания с просьбой посетить указанный сайт банка и обновить свои данные. Просьба мотивировалась модернизацией системы безопасности банка. На открывшейся по ссылке страничке сайта требовалось, в частности, ввести личные идентификаци-

онные данные, позволяющие удаленно управлять своим банковским счетом.

Ссылка вела на совершенно посторонний сайт, который внешне похож на страницу входа в систему онлайн-банкинга Raiffeisen Connect, через которую можно отслеживать состояние счетов и проводить с ними операции. Если ввести логин и пароль на лже-сайте, то эти данные немедленно станут известны мошенникам (как сообщает газета «Ведомости»).

Можно было бы также создать доменную зону .BANK, регистрировать домены в которой разрешили бы только официальным банкам после предоставления регистратору всех лицензий и уставных документов.

В ICANN пока воздерживаются от комментариев по этому поводу.



Национальные домены

Существует 250 национальных доменов – по числу двухбуквенных кодов стран и территорий в соответствии с международным стандартом ISO 3166-1 (RU – для России, DE – для Германии, UK – для Великобритании и т.д.). Полномочия по управлению национальными доменами передаются организацией IANA (Internet Assigned Numbers Authority) по согласованию с интернет-сообществами стран.

Национальные домены в зависимости от наличия ограничений при регистрации делятся на открытые и закрытые. Наиболее активно развиваются именно открытые домены. Российский домен также является открытым; осенью 2007 г. в домене RU зарегистрирован миллионный домен. Таким образом, домен RU входит в число наиболее динамично развивающихся национальных доменов, демонстрируя высокие темпы роста.

По данным администратора национального домена Германии компании DENIC, доменов второго уровня в зоне .DE – без малого 12 млн. Домен Германии является самым популярным среди национальных

доменов и вторым по популярности среди всех доменов верхнего уровня, уступая лишь домену COM, в реестре которого насчитывается около 75 млн делегированных доменов. Следом идет Великобритания с доменом UK, который объединяет более 5 млн доменов, правда, третьего уровня, распределенных по шести доменным зонам второго уровня.

Помимо открытых национальных доменов в некоторых странах существуют так называемые условно открытые домены, в которых действуют ограничения при регистрации доменов второго уровня, например, устанавливается максимальное число доменов на одно лицо, либо предъявляется требование к пользователю доменного имени быть резидентом страны регистрации домена. Кстати,

в Италии, где ограничения для юридических лиц были сняты, количество регистраций за один год возросло втрое.

РЕГИСТРАТОРОВ ИССЛЕДУЮТ

В 2005 г. Советом европейских национальных регистратур доменов верхнего уровня (CENTR) было проведено исследование регистратур (администраторов национальных доменов), входящих в CENTR.

По своему юридическому статусу все крупные регистратуры и большинство средних регистратур (18 из 27) являются частными компаниями, среди них 9 являются фондами, 3 ассоциациями, а одна – кооперативом.

Из 9 оставшихся (средних) регистратур 7 являются подразделениями научных институтов и университетов, занимающихся вопросами развития научных сетей (к ним относятся регистратуры Хорватии, Латвии, Литвы, Польши, Ирана, Румынии, Словении).

Регистратуры Испании и Финляндии контролируются государственными органами. Среди «маленьких» регистратур 2 из 8 относятся к государственным структурам: регистратура Ватикана и Афганистана. Остальные являются либо подразделениями академических сетей, либо частными компаниями.

Во многих странах (в том числе и в России) регистрацией доменных имен занимаются специально созданные компании-регистраторы, а администраторы доменов разрабатывают правила регистрации, обеспечивают деятельность регистраторов и технического центра, обслуживающего реестр домена.

Восемь регистратур регистрируют домены самостоятельно напрямую: Кипр, Хорватия, Израиль, Исландия, Латвия, Люксембург, Мальта и Ватикан, таким образом, в этих странах регистрация проводится только через администратора национального домена.

При выработке правил регистрации доменных имен большинство регистратур консультируются с местным интернет-сообществом. Во многих из них есть консультационные и наблюдательные комитеты (как правило, избираемые на определенный срок), которые разрабатывают правила, либо ока-

зывают влияние на их разработку. В такие комитеты входят представители операторов, правительства, патентных ведомств, бизнес-сообщества, независимые юристы.

90% национальных регистратур в мире работают на основе заявительного порядка (регистрация домена на первого обратившегося) без каких-либо ограничений. В Чили поступившую заявку на домен выставляют на сервер на 30 дней, при поступлении заявки на тот же домен от другого лица вопрос рассматривается арбитром.

ДОМЕН EU – ОБЪЕДИНЕНИЕ ЕВРОПЫ

В декабре 2005 г. началась предварительная регистрация доменов в общеввропейском домене EU. В это время доменные имена в зоне .EU регистрировали обладатели приоритетных прав (владельцы зарегистрированных товарных знаков, фирменных наименований, государственные, общественные и территориальные организации и т.д.).

По окончании периода предварительной регистрации (7 февраля 2006 г.) началась свободная регистрация, однако далеко не все европейские страны имеют доступ к домену EU. По регламенту ЕС получить домен в зоне .EU могут только предприятия и организации, зарегистрированные или имеющие свои представительства на территории ЕС, и все граждане стран-участниц Европейского союза. Так, наряду с Россией, Швейцария, Исландия, Лихтенштейн и Норвегия будут лишены возможности регистрировать доменные имена в домене EU, поскольку не входят в состав ЕС.



Национальные домены



В ряде стран существуют ограничения по регистрации доменных имен. Например, не допускается регистрация нерезидентами в Канаде, Венгрии, Словении, Финляндии, Кипре, Нидерландах, Ватикане, Исландии, Норвегии. Кроме того, не допускается регистрация доменов частными лицами в Словении и Венгрии. А ограничения по количеству доменов, регистрируемых на одно лицо, существуют в Израиле, Норвегии, Кипре, Словении, Венгрии.

В белорусском домене BY ранее было разрешено регистрировать домены только юридическим лицам, с 2000 г. возможность приобрести домен в зоне .BY получили и физические лица. Распределением доменов занимается Государственный центр безопасности информации при Президенте Республики Беларусь.

ПИРАТЫ ДОМЕННОГО МОРЯ

В национальных доменах пока не разработано какой-либо единой политики предотвращения киберсквоттинга («доменного пиратства»). Внебюджетных процедур разрешения споров, как прави-



ло, не имеется (за исключением Великобритании и Израиля). В Португалии существует консультационный комитет, издающий консультативные заключения, которыми могут воспользоваться стороны. При возникновении спора практически все регистратуры «замораживают» доменное имя до разрешения спора судом.

Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС) разработала политику разрешения споров по доменным именам UDRP, однако пока ее применяет только 51 регистратура. В остальных национальных доменах (в том числе и российском) правилами UDRP не пользуются, в основном из-за имеющихся противоречий с законодательством стран.

КИТАЙСКИЙ РОСТ

Закрытые национальные домены (Китай, Швеция, Ирландия), как правило, развиваются медленно. Однако в 2005 г. Китай занял первое место по числу регистраций в Азии: в конце декабря 2005 г. число зарегистрированных доменных имен в китайском национальном домене достигло 1,09 млн. В 2007 г. число зарегистрированных в зоне .CN доменов превысило 6,7 млн. Бурный рост связан со значительной либерализацией правил регистрации и предоставлением иностранцам возможности зарегистрировать доменное имя в домене Поднебесной. Кроме того, популярность домена CN – во многом результат государственной поддержки и снижения цен на регистрацию.

Цены на услуги по регистрации доменных имен очень сильно отличаются друг от друга в разных странах. Как правило, это связано с формой собственности регистрирующего органа, с количеством регистрируемых доменов, с общей маркетинговой политикой и, в частности, с участием в регистрационном процессе провайдеров услуг интернет (ISP).

ДЖЕНТЛЬМЕНСКИЙ НАБОР В ДОМЕНЕ UK

В Великобритании регистрациями в домене UK первоначально ведал Комитет по именам, созданный несколькими крупными провайдерами, с 1996 г. – некоммерческая организация Nominet UK, в которой более 2 000 участников. Все решения принимает управляющий совет компании. На ежегодных общих собраниях члены Nominet UK

избирают исполнительных директоров управляющего совета и членов консультационного совета по политике, который готовит рекомендации для управляющего совета, а также принимают участие в дискуссиях на сервере или в списках рассылки Nominet. Различные министерства и ведомства находятся в постоянном контакте с Nominet, признавая систему доменных имен существенной составляющей коммерческой инфраструктуры страны.

В то же время каких-либо специальных документов, которые формально определяли бы отношения государства и конкретной компании, нет. Следует отметить особенность регистрации в домене UK: она производится только в доменах второго уровня – CO.UK (для коммерческих организаций; крупнейший по числу доменов третьего уровня поддомен), ORG.UK (для общественных и некоммерческих организаций), NET.UK (для телекоммуникационных компаний), LTD.UK и PLC.UK (для организаций с соответствующими организационно-правовыми формами), SCH.UK (для образовательных учреждений) или ME.UK (для персональных страничек).

Основная доля регистраций производится через регистраторов – членов Nominet UK. Регистраторы

взаимодействуют с этой организацией путем обмена сообщениями по электронной почте (с использованием средств защиты информации). Клиенты получают сертификат Nominet о регистрации доменного имени. Цена доменов для членов Nominet UK – 5 английских фунтов, что существенно ниже, чем для пользователей.

Nominet в качестве посредника участвует в разрешении споров своих клиентов по доменным именам. Услуги эти платные. Если согласие сторон достигнуто, оно оформляется в виде документа, если же нет, то стороны самостоятельно обращаются в суд. Существует также процедура «замораживания» домена в случае получения извещения о начале судебного процесса, в результате которого запрещается передача домена до окончания разбирательства. (Кстати, в российском домене есть аналогичная процедура.)

ЛИБЕРАЛЬНЫЕ НИДЕРЛАНДЫ

По состоянию на февраль 2008 года – 2 779 847 доменных имен. 19 декабря 2002 в зоне NL был зарегистрирован миллионный домен. С февраля 1996 г. администратор домена – некоммерческий фонд SIDN. Регистрация доменного имени возможна



РАЗВИВАЮЩИЙСЯ РЫНОК

Рынок доменов динамично растет и в странах, не являющихся мировыми лидерами интернет-индустрии. Так, администратор национального домена Мексики (MX) недавно сообщил, что за последние два года число регистраций в зоне .MX возросло вдвое. В апреле этого года домен MX преодолел рубеж в 200 тыс. зарегистрированных имен.

Впечатляет и Вьетнам — за первую половину 2007 г. доля регистраций во вьетнамском национальном домене VN возросла на 143% по сравнению с тем же периодом прошлого года. Компания VNNIC, администратор зоны .VN, связывает подобный успех с процессом вхождения страны в ВТО.



Скромные пока результаты демонстрируют домены стран СНГ. Так, в национальном домене Узбекистана (UZ) в начале 2008 г.

насчитывалось 6 тыс. доменных имен. В Азербайджане в феврале 2008 г. также было зарегистрировано 6 000-е доменное имя. Сумму всех имен составляют 5 002 домена второго уровня в зоне .AZ и около 1 000 имен третьего уровня, из них: «пальма первенства» принадлежит COM.AZ с показателем в 443 домена; последние в списке доменные зоны NAME.AZ и PRO.AZ — в каждой из них пока зарегистрировано лишь по одному имени. При этом стоимость регистрации доменов второго уровня для резидентов составляет 23 доллара США, а регистрация доменов третьего уровня производится бесплатно. Интересен и тот факт, что, несмотря на внушительное для этой страны количество зарегистрированных доменных имен, число работающих азербайджанских сайтов не превышает и нескольких сотен.

Особняком стоит Украина. В главном коммерческом поддомене Украины COM.UA в феврале 2008 г. было зарегистрировано 100 000-е имя. За последние полгода количество доменных имен в COM.UA увеличилось на 20 000. Это на 25% больше, чем за первые 7 лет существования домена. Постоянный рост популярности домена прослеживается с 2002 г., когда были введены «Правила домена COM.UA», позволившие создать сервисы, отвечающие мировым требованиям. Сегодня COM.UA — первый из украинских доменов, преодолевший стотысячный рубеж, продолжает сохранять лидерство среди доменов Украины. Основную часть владельцев (65%) в этой зоне составляют юридические лица.

В 2008 г. число доменов второго и третьего уровней в украинском домене UA достигло отметки 540 000. Из них около 320 000 — домены .UA (домены второго уровня в домене UA разрешено регистрировать только владельцам товарных знаков), более 163 000 — домены третьего уровня. По сравнению с началом 2007 г. число доменных имен увеличилось более чем на 100 000 (на 39%).

только через участников фонда, которыми могут стать любые организации, зарегистрированные и находящиеся на территории Европейского союза.

Правила регистрации доменных имен достаточно либеральны, однако в отношении пользователя имеются ограничения: он может находиться только на территории Нидерландов, а также физическое лицо может зарегистрировать только одно доменное имя. Если это правило каким-то образом нарушается, SIDN немедленно аннулирует все регистрации доменных имен, кроме первого.

ГЕРМАНИЯ — БЕССПОРНЫЙ ЛИДЕР

Немецкий домен DE — лидер на рынке национальных доменов (11 млн доменов второго уровня). Лидирующее положение ФРГ на рынке национальных доменов во многом обусловлено высокой активностью ее граждан в сети Интернет. Весной этого года, по данным Фонда общественного мнения (ФОМ), Германия занимала первое место в Европе по количеству пользователей Интернета (44 млн пользователей). Это почти половина населения страны (83 млн человек на 2006 г.).

Согласно исследованию, проведенному сетевым ресурсом DW-WORLD.DE в прошлом году, лидером по числу зарегистрированных доменов является Берлин. А по количеству личных сайтов на душу населения лидируют Дюссельдорф, Гамбург и Мюнхен.

Развитие немецкой доменной индустрии подталкивают и достаточно либеральные правила регистрации в домене DE. Регистрация доступна всем желающим и происходит по принципу «первому обратившемуся» («first come – first served»). Правда, иностранным гражданам и организациям для регистрации доменного имени необходимо иметь представителя, являющегося резидентом Германии.

Немаловажным для развития национального домена Германии является и то, что в стране хорошо развит вторичный рынок доменных имен. Его активно поддерживает компания-лидер в этой области – Sedo.

В немецком домене помимо латинских букв и цифр допускается использование умляутов, что также существенно расширяет аудиторию потенциальных регистрантов.

ОСОБЕННОСТИ НАЦИОНАЛЬНЫХ БУКВ

Существует целый ряд национальных доменов, которые позиционируются на рынке не как национальные, а скорее исходя из ассоциативного восприятия двухбуквенного кода. К таким доменам относятся: TV (Тувалу), который позиционируется как домен для телевизионных компаний; TM (Туркменистан), в котором предлагались домены для владельцев товарных знаков; аналогичная ситуация складывалась с доменом MD (Молдова), который позиционировался, в основном, как домен для медицинских учреждений, а Филиппины активно продвигают свой домен PH как телефонный справочник.

ТЕХНОЛОГИЯ ОГРАНИЧЕНИЯ

Кроме административных, существует ряд технических ограничений, которые практически одинаковы во всех

национальных доменах. Так, разрешается регистрация доменов длиной до 63-х символов (в некоторых странах – до 127), при этом количество символов в доменном имени должно быть больше или равно трем (некоторые регистратуры допускают регистрацию 2-х символьных доменов), доменное имя не может начинаться с дефиса. Некоторые регистратуры не допускают регистрацию доменов, состоящих только из цифр.

Общие тенденции в развитии национальных доменов таковы: во-первых, переход национальных доменов из академических сетей в объединения операторов (провайдеров), а также участие в разработке правил регистрации интернет-общественности страны: профессиональных участников рынка, потребителей, общественных (иногда правительственных) организаций; во-вторых, усиление внимания к административным процедурам, разработка коммерческих схем участия операторов в регистрации доменных имен; в-третьих, постепенный переход к открытым правилам регистрации доменов, снятие ограничений.





Национальный домен на продажу

Сегодня большинство государств мира развивают национальные домены самостоятельно. Однако существует ряд стран, которые извлекают прибыль из домена путем его передачи частным лицам и организациям. Например, именно таким образом свой домен островное государство Токелау.

МАЛЕНЬКИЙ ОСТРОВ В ДОМЕННОМ БАССЕЙНЕ

Токелау — это три атолла, находящиеся под управлением Новой Зеландии. На островах проживает около полутора тысяч жителей. В последние годы экономика островов растет исключительно благодаря бизнесу по регистрации доменов в зоне .TK. До недавнего времени страна жила исключительно на дотации Новой Зеландии, получая небольшой доход от туризма, народных промыслов и почтовых марок.

Ситуация изменилась, когда в 2001 г. появился голландский бизнесмен Йоост Цурбиер, придумавший модель прибыльного использования национального домена TK. Схема, предложенная

Цурбиером, выглядит так: домен регистрируется бесплатно, но при этом его пользователь соглашается получать рекламу, на которой зарабатывают компания Цурбиера и острова Токелау.

В настоящее время в домене TK зарегистрировано более 1,6 млн имен, и каждый день их количество увеличивается примерно на 10 тыс. Новый бизнес увеличил ВВП страны на 10%, а жители массово обзавелись персональными компьютерами и получили доступ в Интернет.

До прихода Цурбиера на островах было всего 12 компьютеров. Сейчас их более 200 – то есть примерно один на семь жителей. И хотя соединение на островах осуществляется через спутник и не превышает 384 килобит в секунду, доступ в Интернет открыл островитянам массу новых возможностей, особенно учитывая, что он для жителей Токелау бесплатный.

Руководители местного самоуправления каждого из трех островов периодически устраивают телеконференции, чтобы обсуждать насущные проблемы. Врачи местной больницы при помощи сети получают консультации у своих зарубежных коллег. В планах – совместный проект с Южно-Тихоокеанским университетом. Местные власти считают, что отсутствие качественного образования – одна из главных проблем островов и причина массовой эмиграции.

ОБЩЕДОСТУПНАЯ АФРИКА

Другой случай передачи национального домена в частные руки недавно произошел в Африке. Островное государство Гвинея-Бисау продала право распоряжения зоной .GW американской компании IT & Media. В заявлении нового администратора сказано, что домен GW в ближайшее время будет открыт для регистрации по всему миру. В качестве самого большого преимущества зоны Гвинея-Бисау в IT & Media называют большое количество свободных красивых имен. Компания намерена установить расценки на имена в зоне .GW на уровне стоимости доменов в зонах .COM и .NET. Для популяризации зоны .GW компания IT & Media предложила всем некоммерческим организациям бесплатную регистрацию имен в этом домене сроком на два года. Эксперты уже предска-

зывают серьезное увеличение числа регистраций в домене Гвинея-Бисау.

НОВЫЙ ДОМЕН MICROSOFT

А вот государство Монсеррат никому не продавало свой домен. Принадлежащая ему зона .MS активно развивается под управлением компании AdamsNames. Доменные имена под собственные проекты в домене MS уже зарегистрировали Yahoo!, Sun Microsystems, Motorola, Mercedes-Benz, BMW и другие известные компании. В мае к их списку присоединилась Microsoft. Корпорация планирует использовать национальный домен Монсеррата в качестве площадки под свои будущие интернет-проекты. Одним из первых в новую зону переберется проект Popfly.

СХВАТКА В СТИЛЕ НИУ

Далеко не все государства готовы добровольно расстаться со своим национальным доменом. В апреле 2007 года за доменную зону .NU разразилась настоящая война между правительством островного государства Ниуэ и американским бизнесменом Уильямом Семичем.

Домен NU был зарегистрирован бизнесменом из США еще тогда, когда ни о каком Интернете на острове Ниуэ и не помышляли. Более того, сам американец Уильям Семич не предполагал, какой великий коммерческий потенциал заключен в этом домене. Однако со временем стало ясно, что доменное имя, в переводе со шведского означающее «сейчас», способно приносить миллионные прибыли. Именно в Швеции доменные имена в зоне .NU стали особенно популярны.

Правительство острова Ниуэ обратилось с жалобой в международные инстанции. Для небольшого островного государства управление доменом NU могло бы принести ощутимую пользу.

Известно, что американский бизнесмен предложил Ниуэ бесплатное подключение государства к Интернету, но власти это не устраивает: стоимость такого подключения составляет лишь малую часть прибыли, получаемой в результате продаж доменных имен в зоне .NU. В настоящее время ICANN не видит оснований передавать права на управление доменом ниуэйской стороне.

Кто будет администрировать домен США

Не секрет, что успех той или иной доменной зоны во многом зависит от ее администратора. Поэтому власти большинства государств мира весьма серьезно подходят к выбору компании, которая будет администрировать национальный домен.



В октябре этого года процедура смены администратора ожидает зону .US (США). В настоящее время американским национальным доменом управляет компания NeuStar. Контракт с ней был заключен в 2001 г. На тот момент доменная зона насчитывала всего 17 тыс. доменов второго уровня. Сегодня их количество возросло до 1,3 млн, но это число не может сравниться с лидерами доменного рынка – Германией, Китаем и Великобританией.

В США национальный домен US совсем не популярен. Американцы предпочитают регистрировать имена для своих сайтов в доменах общего пользования, таких как COM, NET и ORG (О доменах общего пользования читайте на стр. 32).

Компания NeuStar заявила, что будет отстаивать

свое право на управление доменом US и не уступит его без борьбы. Она намерена продлить контракт и верит в то, что качество гораздо важнее количества. Согласно заявлению NeuStar, компания продемонстрировала способность управлять доменом US «с высоким уровнем безопасности, стабильности, технической поддержки и соответствия правилам».

Однако у NeuStar весьма серьезные конкуренты. Две хорошо известные в доменной индустрии компании – GoDaddy и Afilias – хотят получить право администрирования национального домена США и сделать его более популярным, чем сегодня. Кроме того, о желании напрямую контролировать домен US недавно заявило Правительство США.

ДОМЕННЫЙ ТЕЛЕГРАФ

Миллион имен – уже не редкость

Все большее количество национальных доменных зон преодолевает планку в миллион регистраций. В 2007 г. миллионное имя было зарегистрировано в российском, итальянском, швейцарском и австралийском доменах. А 11 января 2008 г. к этому списку присоединилась и французская зона .FR.

Стоит отметить, что домен FR мог преодолеть отметку в один миллион регистраций гораздо раньше. Однако этого не произошло по причине жестких требований, предъявляемых к лицам, желающим получить доменное имя во французской зоне. В частности, до 2004 г. домены могли регистрировать только юридические лица. Более того, даже им была доступна лишь регистрация имен, совпадающим с их товарным знаком. С 2004 г. получить имя в зоне FR могут все резиденты Франции. Нерезиденты страны до сих пор не имеют возможности регистрации имен, что существенно замедляет темпы развития французского домена.

Миллион \$ за букву «S»

В феврале 2008 г. домен Cruises.co.uk был продан за 560 тыс. фунтов стерлингов, став самым дорогим именем в истории британской доменной зоны. В долларовом эквиваленте стоимость домена превысила \$1 млн.

Примечательно, что новым владельцем имени стала компания, которой уже принадлежит домен Cruise.co.uk. Ее руководство пояснило, что новое доменное имя было приобретено для создания социальной сети, тогда как старый домен будет по-прежнему использоваться как адрес бизнес-ресурса. «Круизы – одно из наиболее быстроразвивающихся направлений индустрии туризма, а наш сайт – лидер рынка, – обосновал дорогую покупку Симус Конлон, управляющий Cruise.co.uk. – В этом году мы планируем укрепить свои позиции. В запросах Google первым следует слово “cruises”, а “cruise” – вторым. А мы хотим во всем быть первыми».

Украина демонстрирует рост

По итогам 2007 г. домен UA вырос на 39%. Общее число зарегистрированных имен в нем составило более 335 тыс. Еще около 163 тыс. доменов третьего уровня зарегистрировано в ряде публичных поддоменов. Наибольшее число доменных имен (более 100 тыс.) зарегистрировано в поддомене COM.UA. При этом самая высокая динамика прироста наблюдается в поддомене ORG.UA, который по итогам 2007 г. вырос почти в 2,5 раза, достигнув отметки в 53 тыс. регистраций.

За эстонские домены придется платить

До сих пор эстонский домен EE оставался одним из немногих, регистрация имен в котором была бесплатной. При этом владельцами доменов в зоне .EE могли быть только граждане Эстонии, а также организации и учреждения, зарегистрированные в этой стране. Одна организация могла претендовать только на одно доменное имя.

В начале 2008 г. руководство компании EENet, администратора домена EE, сообщило о планах по изменению порядка регистрации имен в нем.

Одним из нововведений должна стать плата за регистрацию и перерегистрацию доменов. Планируется, что стоимость доменного имени в зоне .EE составит 10 евро в год. Новые домены будут регистрироваться через интернет-провайдеров, которые смогут самостоятельно определять, взимать ли с клиентов плату за регистрацию имени или производить ее бесплатно в качестве бонуса, предоставляемого при заказе других услуг.

Югославский домен исчезнет из списка национальных доменов верхнего уровня

Дискуссия относительно возможности существования югославской национальной доменной зоны в качестве домена, объединяющего всю территорию бывшей федерации, завершилась в сентябре 2007 г. Именно тогда корпорация ICANN приняла окончательное решение о ликвидации домена YU. Все зарегистрированные в нем имена должны быть постепенно перенесены в зоны .RS (Сербия) и .ME (Черногория). По предварительным оценкам этот процесс должен занять 2-3 года. Все это время югославский домен продолжит действовать. Стоит отметить, что регистрация имен в зонах .RS и .ME пока не производится. Открытие этих доменов намечено на 2008 год.

Крупный западный регистратор доменов GoDaddy и компания Afiliis Global Registry Services были выбраны правительством Черногории для управления национальным доменом этого государства ME. Для развития домена ME компании создали совместное предприятие doMEп, которое будет осуществлять как функции администратора домена, так и функции его технического центра.

По условиям соглашения, каждая компания будет отвечать за свою часть функций, например, GoDaddy направит всю свою мощь на маркетинговые усилия, необходимые для «раскрутки» домена, а Afiliis предоставит свою техническую базу. В Черногории отмечают, что после передачи прав по управлению национальным доменом компании doMEп, государство продолжит получать процент с каждой регистрации. Вместе с тем, ряд экспертов уже высказали опасения, что столь гибкие правила и отсутствие каких бы то ни было систем защиты от мошенников могут сделать из домена ME настоящее пристанище порно- и фишинг-сайтов.

Португальский домен станет открытым

Сегодня в национальном домене Португалии PT доменные имена могут регистрировать только граждане этого государства и организации из Португалии. Однако администратор домена счел нужным повысить популярность этой зоны за счет снятия этих ограничений. Открытие домена для регистрации без ограничений запланировано на май 2008 г.

Норвежский домен NO откроется для частных лиц

Администратор норвежского национального домена NO, компания Norid, собирается расширить список потенциальных владельцев доменов в этой зоне. Согласно действующим правилам, частные лица могут зарегистрировать только домены третьего уровня в публичном поддомене PRIV.NO. Домены же второго уровня доступны только организациям, да и то в количестве не более 20 имен на одно юридическое лицо.

В настоящее время Norid анализирует возможные последствия допуска физических лиц к регистрации доменов второго уровня в зоне .NO. В частности, регистратуру волнует, как соотносить существование «частных» доменов с законами о защите персональных данных, правах потребителя и т.д. Кроме того, необходимо проанализировать, насколько частные лица заинтересованы в регистрации доменов второго уровня.

Впрочем, подобные переходы не так давно совершили другие крупные европейские страны, например, Испания и Франция. Так что Норвегии есть с кем посоветоваться, тем более, что Norid планирует ввести новые правила не раньше, чем к концу 2008 г. Стоит отметить, что на протяжении этого времени регистрация имен в зоне PRIV.NO осуществляться не будет.

На сегодняшний день в зоне .NO зарегистрировано более 367 тыс. доменов.



В далеком 1990-м в недрах Курчатовского института зародился российский Интернет: физиками и программистами была создана первая в СССР публичная компьютерная сеть «Релком», открывшая научному сообществу доступ к мировым информационным ресурсам.

Домен SU: история Рунета

Осенью того же года был проведен уникальный сеанс связи с Финляндией по международному телефону, и таким образом российский сегмент сети соединился с глобальной Сетью.

Почему именно с Финляндией? Случайность. К Олимпийским играм 1980 г. в Москве построили Международную станцию М-9. Таким образом, во время Олимпиады у нас, как и во всем мире, был автоматический код набора западных стран (не через оператора). После Олимпиады все коды закрыли, кроме одного — кода Финляндии, чем и воспользовались сотрудники «Релкома».

Домен SU появился в 1990 г. Формально он был зарегистрирован Советской

ассоциацией пользователей UNIX (SUUG), это позволило задействовать ресурсы и техническую поддержку Европейской ассоциации пользователей – оператора сети EUnet. После развала СССР клиентская база росла по большей части за счет бизнес-структур.

В 1992 г. был создан Российский НИИ развития общественных сетей (РосНИИРОС), перед которым ставилась задача непосредственно участвовать в создании научно-образовательных сетей в России. Одним из первых проектов института стало администрирование домена SU, оно заключалось в поддержке технической базы и в организации регистрации доменных имен.

Когда перестал существовать СССР, всем стало ясно, что надо переходить в домен RU. Возникла проблема – кто и как будет администрировать этот домен. Желающих было несколько, образовалась конкуренция. Переговоры длились почти три года. СССР распался в 1991 г., а домен RU был зарегистрирован только в 1994. В результате было решено передать функции администрирования домена RU все тому же РосНИИРОС, организации некоммерческой и независимой.

К моменту появления домена RU в апреле 1994 г. в зоне .SU насчитывалось несколько тысяч хостов. РосНИИРОС прекратил регистрацию доменов второго уровня, однако саму зону было решено сохранить в течение неопределенного времени.

В аналогичной ситуации в Чехословакии при разделе страны и образовании двух новых национальных доменов зону .CS удалось очистить очень быстро, после чего она была ликвидирована. Однако .SU не только не захотела умирать, но продолжала самопроизвольно расти за счет доменов третьего уровня. К 1998 г. число хостов достигло 30 тыс., в дальнейшем снизилось почти на треть, что, однако, не позволяло говорить о самопроизвольном исчезновении зоны, а к середине 2001 г. численность доменов стабилизировалась на уровне 25 тыс.

В 2001 г. Фондом развития Интернет, которому частично были переданы полномочия по администрированию домена, была предпринята попытка возобновить регистрацию доменных имен в домене SU. Попытка пришлось на период всплеска киберсквоттинга, когда за мало-мальски осмыс-



ленными доменными именами в зоне .RU шла настоящая охота. Именно этим объяснялась очень высокая стоимость регистрации доменов в .SU: в течение октября 2001 г. она устанавливалась равной \$15 000, в течение ноября – \$5 000, в последующие 3 месяца – \$1 000, а начиная с 1 марта 2002 г. – \$100. Фонд надеялся высокими ценами отпугнуть захватчиков доменов и позволить законным владельцам беспрепятственно, хотя и недешево, получить свои имена.

В январе 2002 г. регистрация была вновь приостановлена по просьбе Министерства связи РФ – в связи с недостатками правовых аспектов. На этот же период приходится и единственная в своем роде попытка принудительного закрытия доменной зоны. В ICANN было направлено обращение Открытого форума российских сервис-провайдеров, в котором администраторы зоны .SU обвинялись в попытке



заявить на домен права собственности и вести хозяйственную деятельность. В письме содержалось предложение окончательно определить статус домена как «предназначенного к ликвидации» и определить ее сроки.

В ответ Фонд развития Интернет развернул кампанию общественного обсуждения целесообразности сохранения зоны .SU. Определяющим фактором предлагалось считать мнение локального интернет-сообщества. Для изучения последнего фонд провел серию онлайн-опросов и установил, что более половины высказавшихся поддерживают идею ее сохранения и развития, а число оппонентов не превышает 25%. В качестве одного из аргументов упоминались «значительные технические проблемы закрытия зоны», связанные с наличием в ней большого числа DNS-серверов, которые, в частности, использовались для поддержки доменов в других зонах.

В результате, 15 декабря 2002 г. регистрация доменных имен в домене SU была возобновлена, сначала только для владельцев товарных знаков. Весной 2003 г. порядок приоритетной регистрации был несколько упрощен, а кроме того, продлены ее сроки. 21 июня 2003 г. было объявлено о завершении приоритетной регистрации. Наконец, 27 июня 2003 г. с 0:00 по московскому времени началась открытая регистрация доменов второго уровня в зоне .SU.

В первый день свободной регистрации, 27 июня 2003 г., компания RU-CENTER, официальный регистратор доменов в домене SU, столкнулась с ажиотажным спросом на доменные имена в зоне. За два дня в домене SU было зарегистрировано в 10 раз больше доменных имен, чем за весь полугодовой период приоритетной регистрации. Затем спрос на имена в домене SU, который позиционировался как ориентированный на страны СНГ и Балтии аналог многонационального общеевропейского домена EU, стабилизировался.

В настоящее время работают три аккредитованных регистратора доменных имен в зоне .SU. Каждый регистратор имеет свои партнерские соглашения с множеством компаний. Сам Фонд развития Интернет не имеет никаких отношений с партнерами регистраторов. Есть также один «исторический регистратор», который не предоставляет услугу

регистрации, но обслуживает исторические домены бесплатно. Это РосНИИРОС – администратор домена верхнего уровня SU.

В настоящий момент пользователи доменной зоны .SU имеют возможность свободного выбора в развитии информационных ресурсов. Следуя рекомендациям IAB, можно быть уверенным, что существование домена верхнего уровня SU гарантировано на много лет.

С 3 декабря 2007 г. в соответствии с решением Фонда развития Интернет стоимость регистрации домена второго уровня в зоне .SU снижена в пять раз: с 3 000 до 600 рублей. Такой шаг привел к взрывному росту числа регистраций доменов в этой зоне. Около 8 тыс. доменов второго уровня в домене SU было зарегистрировано уже в первые часы после снижения цен. Если еще утром 3 декабря в зоне SU насчитывалось около 11 тыс. доменов, то к вечеру того же дня их количество приблизилось к 19 тыс., а спустя еще сутки – к 20,5 тыс. Число доменов в зоне .SU продолжает расти, хотя уже и не такими стремительными темпами, как в первый день после пятикратного снижения стоимости.

В настоящее время число доменов .SU приближается к 50 тыс.



Премия Рунета – 2007

27 ноября в Москве на территории Театрально-культурного центра им. В. Мейерхольтда состоялась IV Церемония вручения Национальной премии за вклад в развитие российского сегмента сети Интернет «Премия Рунета – 2007».

Открыл торжественную церемонию руководитель Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям Михаил Сеславинский. Глава Роспечати сообщил, что в 2007 г. церемония вручения премии проходит в совершенно новом формате, навеянном 13-летним днем рождения Рунета. Организаторы не смогли обойти стороной «мистическую» цифру 13: на сцене велась нешуточная «борьба добра со злом», «мэйнстрима» и «нового поколения» — как на уровне диалога ведущих (один из них представлял официальную часть церемонии, другой — неофициальную), так и на уровне лауреатов.

В ходе церемонии были объявлены победители в шести основных и двух специальных номинациях. В каждой номинации были определены три равноправных лауреата. В этом году на соискание Премии Рунета – 2007 в номинации «Технологии и инновации» был выдвинут и стал победителем проект компании RU-CENTER auction.nic.ru — первый российский аукцион доменных имен, предоставляющий пользователям цивилизованные сервисы вторичного рынка доменов.

Премия Рунета является общенациональной наградой в области высоких технологий и интернета, поощряющей выдающиеся заслуги компаний-лидеров в области информационных технологий и электронных коммуникаций, государственных и общественных организаций, бизнес-структур, а также отдельных деятелей, внесших значительный вклад в развитие российского сегмента сети Интернет.





Многоязычные домены приходят на смену ЛАТИНСКИМ

Традиционно доменные имена в Интернете пишутся латинскими буквами. Так сложилось исторически, ведь систему доменных имен придумали в США, где английский язык государственный. Однако многие пользователи Сети говорят о том, что им было бы гораздо удобнее набирать адрес сайта в браузере на своем родном языке. Их интересы старается учесть корпорация ICANN, которая управляет адресным пространством Интернета. Именно с подачи ICANN в конце XX века появилось понятие «многоязычные доменные имена», в английском языке оно звучит как Internationalized Domain Names (IDN).

Многоязычные доменные имена — это имена, представленные символами национальных алфавитов. Необходимость в написании доменов на родном языке особенно остро возникла в странах азиатского и тихоокеанского регионов, где проживает около двух третей всего населения планеты. На появление IDN оказала влияние иероглифическая система письма, принципиально отличающаяся от европейских систем письменности. Население стран, имеющих иероглифическую письменность, испытывает серьезные трудности с использованием букв английского алфавита при «транслитерации».

Интернациональность глобального информационного пространства диктует появление нелатинских интернет-адресов, написанных китайскими иероглифами, арабской вязью, кириллицей и т.д. В России появление русскоязычных доменных имен значительно облегчит жизнь тем пользователям Интернета, которые не владеют английским языком и не знают правила транслитерации. Например, домохозяйке не придется набирать английское *cooking*, чтобы найти рецепт — достаточно будет ввести в адресную строку слово «кулинария».

Помимо решения проблемы языкового барьера использование русскоязычных доменов поможет избежать разночтений в наборе сложных, неоднозначных для латинской транскрипции слов. Написание домена по-русски сильно облегчит, скажем, процесс диктовки адреса по телефону. Не надо будет долго и нудно называть далекому от английского языка клиенту на том конце провода буквы:

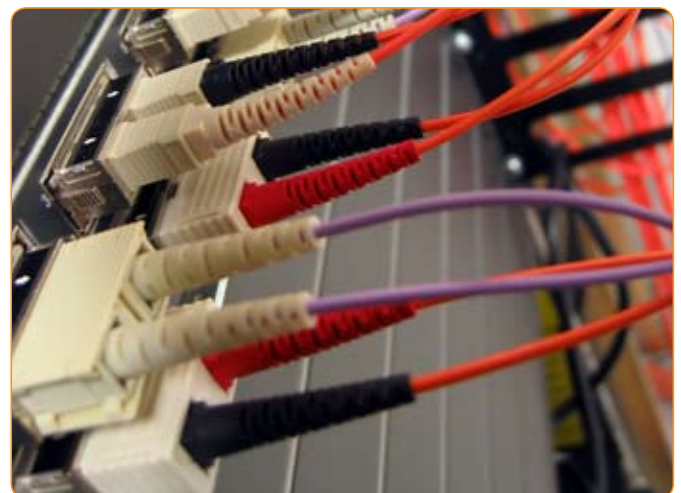


«Эн, эй, эс, эйч..., — уточняя: Да, да, “эс” — как доллар». Окажется достаточным просто сказать: «НашаКомпания.рф».

ТЕХНОЛОГИИ МНОГОЯЗЫЧИЯ

Поддержка многоязычных доменов требует введения ряда новых технологий. Дело в том, что «классическая» система DNS работает только с латиницей, а реализация «многоязычия» возможна как бы поверх действующих протоколов работы DNS (см. врезку). Соответствующие технологии стороны сервера были разработаны рабочей группой IETF IDN и корпорацией ICANN и уже успешно прошли лабораторные испытания.

Вторую часть требуемых технологий составляют технологии стороны клиента, т.е., проще говоря, поддержка системы преобразования многоязычных доменов в браузерах. Так, браузер Internet Explorer 7.0 компании Microsoft полностью поддерживает национальные алфавитные символы в адресах сайтов. Также другие распространенные современные браузеры, например, Mozilla Firefox, поддерживают работу с многоязычными доменами.



Многоязычные домены

ЗАРЕГИСТРИРУЙТЕ МЕНЯ НА РОДНОМ ЯЗЫКЕ

В 2003 г. RU-CENTER выступил соорганизатором конференции «Русскоязычные домены в Интернете». Итогом конференции стал запуск процесса по внедрению в систему доменных имен кириллицы.

ПРЕОБРАЗОВАНИЕ ИМЕН

Для того чтобы сохранить работоспособность существующей системы доменных имен, адреса, содержащие национальные алфавитные символы, необходимо перекодировать в общую для всей системы адресации форму. Из всего многообразия компьютерных представлений национальных алфавитов в 2003 г. рабочая группа IETF IDN выбрала универсальную кодировку UTF-8, из которой доменные имена будут определенным образом преобразовываться в последовательности ASCII-символов. Такое решение позволяет добиться независимости от операционных систем, используемых на стороне клиента, и при этом соответствует требованиям уже существующей системы DNS. Важно заметить, что появление «интернациональных» доменных имен никак не отменяет существующих протоколов работы DNS: внутри нее все так и останется в символах ASCII, многоязычность же как бы добавляется «сверху».

Для того чтобы набранное с использованием символов национального алфавита доменное имя превратилось в последовательность ASCII-символов, допустимых для обозначения адресов внутри действующей системы DNS, на компьютере клиента должно быть установлено специальное программное обеспечение, реализующее такое преобразование. Более того, дополнительное программное обеспечение потребуется, к примеру, регистраторам доменов — для того, чтобы корректно преобразовывать содержимое заявок, поступающих от клиентов.

Стандарт этих преобразований, предложенный рабочей группой IETF IDN, описывает, какие национальные символы из таблиц UTF-8 допускаются в имена доменов, как эти символы перекодируются в ASCII и как операционные системы (и другие приложения) должны обрабатывать домены из «интернационального пространства».

До начала 2007 г. в России рассматривалась возможность введения русскоязычных доменных имен в национальной зоне .RU, Координационный центр домена RU (КЦ) принял решение не вводить домены на русском языке в зоне .RU. В СМИ тут же появились заголовки: «Русскоязычных доменов опять не будет», «Русскоязычным доменам сказали решительное НЕТ!» и даже «В Рунете запретили русский язык».

На решение КЦ повлияло заседание комитета регистраторов Координационного центра, которое состоялось в марте 2007 г. Большинство регистраторов тогда высказались против запуска русскоязычных доменов в домене RU, предложив дождаться появления домена РФ. Их призыву и последовало правление Координационного центра.

ГРАФИЧЕСКИ ПОХОЖИЕ ДОМЕНЫ СЫГРАЛИ С ДОМЕНОМ RU ЗЛУЮ ШУТКУ

Утвержденные КЦ и опубликованные в декабре 2006 г. правила регистрации русскоязычных доменов в национальном домене RU имели открытую дату вступления в силу. Несмотря на это, публикация правил привела к фактическому началу регистрации кириллических доменных имен. Толчком для активности доменеров стал теперь уже знаменитый пункт 4.4. Правил о графически похожих доменах. Суть его заключается в том, что администратором (владельцем) графически похожих доменов — латинского и русскоязычного — не могут быть разные лица.

Появление этого пункта было продиктовано желанием администратора домена RU обезопасить пользователей от явления фишинга — возможности появления фальшивых двойников уже существующих сайтов либо почтовых ящиков. В начале февраля в правила, так и не вступившие в действие, были внесены дополнения, в частности, уточнена таблица графически похожих букв кириллицы и латиницы.

В день объявления изменений в таблице графически похожих букв наблюдался новый всплеск регистрации графически похожих доменов. Первая волна таких регистраций прокатилась в декабре 2006 г., когда впервые был опубликован текст правил регистрации русскоязычных доменов. Цель



таких регистраций была одна: пока русскоязычные домены еще не доступны, можно зарегистрировать имя, написанное латиницей, чтобы затем претендовать на «графически похожий» кириллический вариант.

Было зарегистрировано свыше двух тысяч графически похожих доменов, причем большая часть зарегистрирована как раз за декабрь 2006 – февраль 2007 гг.

Многие из тех, кто вложил деньги в графически похожие домены, явно поспешили: в свете принятого КЦ решения большинство зарегистрированных ими доменов не имеют ценности. Обиженные киберсквоттеры обсуждают сложившуюся ситуацию на форумах. Пожалуй, это первый случай в доменной индустрии, когда находчивые домейнеры ошиблись в своих расчетах.



ВМЕСТО RU – РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ

Домен RU, в плане поддержки кириллицы, уступил место домену РФ, который должен появиться в 2008 г. и взять на себя русскоязычные доменные имена. Кстати, многие пользователи до сих пор не понимают, что русскоязычные домены будут в зоне, написанной русскими буквами: некоторые СМИ пишут, что это будет зона .RF, а не .РФ.

ДЖЕНТЛЬМЕНЫ УДАЧИ ЗОНЫ RU

На волне интереса к «интернациональности» системы адресации, воспользовавшись медлительностью в принятии решений «официальным» Интернетом, некоторые «джентльмены удачи» уже успели построить альтернативные русскоязычные домены первого уровня (РУ, КОМ, НЕТ, ОРГ), поддерживая их своими силами через специальные плагины к браузерам и «дополнительную» систему DNS. Выдача адресов в подобных оазисах «независимости» вряд ли может рассматриваться как деятельность, помогающая развитию многоязычной системы адресации.

ДОМЕНЫ – ПО-ЯКУТСКИ?

Система IDN подразумевает последующее расширение. Уже сейчас активно обсуждается возможность включения в систему многоязычных доменов алфавитов языков малых народов России (например, татарского, якутского, бурятского), но для этого нужно активное участие представителей этих народов и государственная поддержка на региональном и федеральном уровнях.

Русскоязычные домены: хронология событий

24.03.2001 г.

На сайте info.nic.ru RU-CENTER открыл раздел «Многоязычные домены», посвященный вопросам регистрации доменных имен на национальных языках, анализу разрабатываемых технологий использования, перспективам развития многоязычных доменных имен, исследованию возможности применения различных технологий регистрации доменных имен, содержащих кириллические символы, в домене RU.

13.11.2003 г.

Корпорация VeriSign при участии РосНИИРОС и RU-CENTER провела в Москве конференцию «Русскоязычные домены в Интернете».

10.12.2003 г.

По запросу RU-CENTER в Координационном центре национального домена сети Интернет создана рабочая группа, которая должна была оценить целесообразность введения русскоязычных доменов в домене RU, зафиксировать основные проблемы и предложить пути их решения.

29.12.2003 г.

Рабочая группа завершила работу, основным результатом которой явилось заключение о целесообразности введения регистрации доменных имен второго уровня с символами кириллицы в домене RU.

21.01.2004 г.

Координационный центр начал разрабатывать план работ по подготовке и открытию регистрации доменных имен второго уровня в домене RU, содержащих символы кириллицы, с учетом рекомендаций рабочей группы.

15.04.2004 г.

Координационный центр принял план подготовительных работ по открытию регистрации русскоязычных доменов в домене RU. Завершение работ запланировано на конец августа 2004 г.

29.06.2004 г.

Опубликован отчет о введении в домене RU доменных имен, содержащих символы кириллицы.

30.05.2005 г.

В Координационном центре национального домена сети Интернет создана рабочая группа, задачей которой является подготовка документов регламентирующих порядок регистрации в домене RU русскоязычных доменов.

12.10.2005 г.

Рабочая группа завершила первый этап своей работы, подготовив документы, которые описывают общие принципы

регистрации в домене RU русскоязычных доменов, порядок введения регистрации в домене RU русскоязычных доменов и порядок приоритетной регистрации.

01.03.2006 г.

Рабочей группе поручено доработать «Общие принципы регистрации в домене RU русскоязычных доменов» так, чтобы правила регистрации позволили решить проблему фишинга. Рабочая группа готовит предложения, позволяющие регистрировать домены на русском языке, имеющие тождественное написание с зарегистрированными доменными именами, содержащими буквы латинского алфавита, на то же самое лицо, которое имеет доменное имя, содержащее буквы латинского алфавита.

Май 2006 г.

Координационный центр принял общие принципы регистрации в домене .RU доменов с символами кириллицы и одобрил предложенный порядок введения регистрации в домене RU кириллических доменов. Действующей рабочей группе было поручено выполнение второго этапа работ, включающего определение структуры и подготовку комплекта документов, адаптацию новых документов к системе действующих документов, формулирование предложений по порядку введения в домене RU регистрации русскоязычных доменных имен.

07.12.2006 г.

Координационный центр утвердил Правила регистрации кириллических доменов в зоне RU. Документ еще не вступил в силу, однако его публикация привела к началу фактической регистрации доменных имен с русскими символами. Это было вызвано тем, что, согласно пункту 4.4. опубликованных Правил, в качестве владельца латинского домена и его русскоязычного аналога могло выступать только одно лицо. Воспользовавшись этим, фишеры и киберсквоттеры стали регистрировать имена, написанные латиницей, чтобы затем претендовать на их «графически похожий» кириллический вариант.

30.03.2007 г.

Большинство членов Комитета регистраторов Координационного центра высказалось против появления русскоязычных доменов в зоне RU. В качестве альтернативы КЦ было предложено ускорить создание домена верхнего уровня РФ.

04.06.2007 г.

Правление Координационного центра домена RU приняло решение о том, что кириллических доменных имен в зоне .RU не будет.

МНОГОЯЗЫЧНОСТЬ РАЗНЫХ СТРАН

В национальном домене SE существует возможность регистрации многоязычных доменных имен (IDN) с буквами алфавитов языков малочисленных коренных народов, проживающих на территории Швеции. 4 июля 2007 г. для владельцев товарных знаков начался период приоритетной регистрации таких доменов. Начиная с 2003 г., в шведском домене SE можно было зарегистрировать доменные имена, включающие 42 буквы шведского алфавита, в том числе å, ä, ö и ü. На сегодняшний день в домене SE насчитывается более 70 тыс. подобных доменных имен. Теперь же с учетом букв алфавитов малых народов число символов в шведских IDN возросло с 42 до 200.

Кстати, Швеция не первая скандинавская страна, где активно развивается направление многоязычных доменов. В финском домене FI разрешена регистрация доменов с символами Sámi (саамского языка, более известного как лопарский язык). Регистрируются домены с диакритическими (надстрочными) знаками и в Дании.

По мнению Анны-Мари Эклунд, представителя администратора национального домена Швеции, представляющей интернет-фонд SE, с каждым годом популярность многоязычных доменных имен будет только расти. «Поскольку мы стремимся сделать домен SE самым желанным доменом для всех, кто решил разделить адресное пространство Швеции, нам важно, что теперь это можно сделать даже на языках малых народов. Мы не ожидаем большого притока новых регистраций, но по-прежнему считаем развертывание системы IDN важным шагом на пути к увеличению разнообразия Интернета в целом», — замечает Анна-Мари Эклунд.

В апреле 2007 г. в Японии была преодолена отметка в 900 тыс. доменных имен. Около 128 тыс. из них — IDN-домены, содержащие иероглифы.

В Индии домены в национальной зоне .IN регистрируются пока только на английском языке. Однако пользователи очень ждут появления доменов с символами алфавитов местных диалектов: хинди, бенгальский, телугу, маратхи, бихартский, тамильский, каннара, урду и др.

Министерство по коммуникациям и информационным технологиям Индии поручило регистриро-



вать домены в зоне IN официальному регистратору National Internet eXchange of India (NIXI). По сообщению представителей правительства Индии, в настоящее время рассматривается возможность запуска доменных имен на местных диалектах. Подобные домены можно будет также зарегистрировать через официального национального регистратора при условии, что содержание самого интернет-ресурса будет на том же диалекте, что и доменное имя.

Департамент информационных технологий (DIT) Индии вместе с Центром по развитию прогрессивной вычислительной техники в настоящее время готовит таблицу с вариантами написания букв и знаков различных индийских диалектов. Цены на новые домены будут установлены только после того, как проект будет запущен.

МНОГОЯЗЫЧНЫЕ ДОМЕНЫ ОБЗАВЕЛИСЬ ТОЛКОВЫМ СЛОВАРЕМ

Появление и развитие новой технологии IDN привело к активному использованию множества специализированных аббревиатур и акронимов, значения которых не всегда понятны пользователям сети.

В помощь пользователям корпорация ICANN опубликовала глоссарий IDN-терминов. Определения терминов, аббревиатур и обозначений, приведенные в словаре, могут свободно использоваться любым желающим. ICANN планирует постоянно дополнять IDN-глоссарий значениями новых слов из области технологии IDN. Опубликованные в новом глоссарии значения и объяснения многих из таких сокращений облегчат понимание основ технологии создания и использования многоязычных доменов.

Кто вредит владельцам доменов

Привлекательность чужих доменных имен давно оценили интернет-мошенники. Они научились делать на них деньги. Тем, кто стал жертвой такого мошенничества, порой очень тяжело добиться справедливости. Какие опасности подстерегают владельцев доменных имен?

КИБЕРСКВОТТИНГ

Киберсквоттеры — это люди, которые регистрируют домен с целью последующего извлечения прибыли, причем их основная цель — не создать бизнес или интернет-представительство существующей компании, а заработать деньги хитростью. Например, известная иностранная компания объявляет, что она собирается выйти на российский рынок. Киберсквоттер тут же регистрирует домен с названием этой компании, но в российской зоне .RU. Когда представители организации решат зарегистрировать домен для компании, окажется, что желаемое имя занято. Им придется либо выбрать другое доменное имя (а киберсквоттер может заблаговременно зарегистрировать все возможные подходящие имена), либо попытаться договориться с нынешним владельцем домена. Имя, приобретенное, например, за 20 долларов, мошенник может оценить в несколько тысяч евро.

Бывают и другие случаи, когда конкурирующая компания регистрирует имя, похожее на домен конкурентов. Пользователь, неправильно набравший доменное имя, попадает на этот сайт-подделку и читает, например, что компания, в которую он собирался обратиться — банкрот. Конкуренты также могут сделать редирект с такого сайта на свой, и потенциальный покупатель купит товар не там, где собирался первоначально.

Многие организации осознанно выходят на рынок под именем, похожим на домен крупной

компании. Они рассчитывают на то, что человек, заинтересованный в покупке у конкретной компании, попадет на их сайт и решит совершить покупку здесь. Часто такие компании-двойники даже сайт делают очень похожим на конкурента, чтобы окончательно запутать пользователя.

Даже если ваш домен не имеет к бизнесу никакого отношения, он все равно может стать целью мошенников. Например, ваш недоброжелатель может зарегистрировать домен, аналогичный вашему, но в другой зоне, и когда ваш потенциальный посетитель попадет на тот сайт, он может увидеть что-то вроде «Иванов — дурак» или другие негативные отзывы о вас.

Киберсквоттеры не нарушают закон, но пользуются отсутствием четкого правового статуса доменного имени (в российском законодательстве доменное имя соотнесено только с товарным знаком). В основном киберсквоттеры досаждают владельцам традиционных средств индивидуализации (товарных знаков, фирменных наименова-



ний, наименований мест происхождения товаров и т.д.).

Иногда (если речь идет о владельцах товарных знаков) правообладатели подают на киберсквоттера в суд. Чаще — начинают переговоры с киберсквоттером, результатом которых становится покупка или продажа доменного имени по цене, в десятки, сотни и тысячи раз превышающей стоимость регистрации домена. Такие своеобразные «вложения в бренд» правообладатели вынуждены делать от безысходности.

Не случайно патентные поверенные, профессионально занимающиеся официальной регистрацией и защитой брендов, в пакет услуг для своих клиентов наряду с подачей заявки на регистрацию товарного знака предлагают одновременную регистрацию созвучного доменного имени, причем сразу в нескольких зонах и в различных вариантах написания. Такой шаг поможет избежать неприятности в дальнейшем.

ТАЙПСКВОТТИНГ

Тайпсквоттинг — еще один способ нажиться на доменах. Тайпсквоттинг возможен благодаря следующим факторам:

- вариативности написания того или иного доменного имени (ru-center — rucenter);
- ошибкам в его написании (skoda — shkoda, kommersant — commersant);
- неверному указанию домена верхнего уровня (классическим примером тайпсквоттинга является сайт www.whitehouse.com — истинный сайт «Белого дома» находится по адресу www.whitehouse.gov).

Только в расчете на то, что пользователь при наборе адреса сайта пропустит точку после www, в домене RU зарегистрировано несколько сотен доменов второго уровня. С точки зрения пользователя www.lenta.ru и wwwlenta.ru — это почти одно и то же (ну, подумаешь, ошибся!), а с «компьютерной» точки зрения — это совершенно разные домены (домены второго уровня — lenta и wwwlenta).

Экономический расчет прост: ошибки в наборе популярных доменов будут всегда, а значит, будет и устойчивая посещаемость доменов-двойников, на которых размещена реклама. Реклама на подобных доменах вполне способна не только оку-



СКОЛЬКО КИБЕРСКВОТТЕРОВ В РОССИИ?

Как правило, киберсквоттер сразу регистрирует большое количество доменов, имеющих ценность. При этом он регистрирует домены не на один договор, а на несколько. Часто киберсквоттер регистрирует доменные имена через нескольких регистраторов, причем не только на себя, но и на членов своей семьи. Это не дает возможность узнать реальное число доменов, принадлежащих одному лицу. Официальных данных по числу киберсквоттеров нет. Их и не может быть, так как это явление не определено законодательно. Но есть статистические данные РосНИИРОС, оператора реестра домена RU, которые позволяют косвенно судить о масштабах киберсквоттинга в России.

Около 36,5% (в 2004 г. — 77,3%) владельцев доменов зарегистрировали по одному доменному имени, 12% владельцев — по два, тремя доменами владеют 6,7% администраторов, четырема — 4,7%. В ведении 3,5% владельцев находятся сразу по пять доменных имен, от пяти до десяти доменов — у 7,3%, от одиннадцати до двадцати — у 8,3% владельцев, от двадцати до пятидесяти — у 8,14%, свыше пятидесяти и до ста — у 4,3%.

Если в 2004 г. менее чем у 0,1% владельцев было сосредоточено в одних руках свыше 100 доменов второго уровня, то в 2006 г. таких владельцев насчитывалось уже более 8,1%.

пить затраты мошенников на содержание доменных имен, но и принести серьезный доход, независимо от того, удастся ли их когда-либо продать, или нет.

ХАЙДЖЕКИНГ

Киберсквоттинг, пожалуй, самое безобидное явление в киберпространстве. В последнее время внимание международного интернет-сообщества захвачено другой проблемой — хайджекингом (от англ. hijacking — риск захвата доменных имен). Речь идет о похищениях доменов — преступном присвоении доменных имен, по праву принадлежащих их законным владельцам.

Похищение домена может иметь самые неприятные последствия и нанести серьезный материальный ущерб владельцу домена, вплоть до разрушения бизнеса компании. «Сопутствующий ущерб», как правило, несут клиенты и деловые партнеры владельца украденного домена.

Происшествия, связанные с похищением доменных имен, зачастую являются результатом ошибок при регистрации, несоблюдения правил передачи доменов, пренебрежения элементарными правилами регистрации и использования доменов регистраторами, их партнерами и самими владельцами доменов.

КАТАСТРОФА В ДОМЕНЕ EU

В первую годовщину успех домена EU был омрачен скандалом: десятки тысяч имен перешли во владение киберсквоттеров. Им удалось использовать уязвимость в правилах регистрации, получить статус регистраторов и купить наиболее популярные имена, чтобы потом перепродать их намного дороже. Администратор домена EU консорциум EURid вынужден была приостановить использование 74 тыс. имен. Кроме того, компания подала в суд на 400 регистраторов за нарушение правил контракта.



Были случаи, когда домен похищали с целью инициирования публичного скандала и нанесения урона имиджу и деловой репутации владельца домена, что приводило к потере клиентов и доверия потребителей. Известен ряд случаев кражи доменных имен для осуществления шпионажа за их владельцами.

Громким делом 2005 г. стала потеря крупной интернет-компанией домена Panix.com. Домен был передан новому владельцу с нарушением процедуры подачи документов о передаче домена. В данном случае имела место вина регистратора, не уделившего достаточного внимания формальному соблюдению процедуры передачи домена (принимавший регистратор не получил одобрения от владельца домена). Приведенный пример далеко не единственный. В разное время из-за подделки тех или иных документов своих владельцев несанкционированно меняли сотни доменов (Sex.com, ClubVibes.com, Commercials.com, iFly.com, Hackers.com, Wifi.com, Nike.com, Babayiz.biz, HZ.com, HushMail.com, 2e.com, Ssk.org, Ebay.de).

Похищение доменов случается во многих зонах (в том числе и в зоне .RU), но чаще всего кражи имен происходят в домене COM из-за упрощенной процедуры регистрации и передачи прав на домен.

Как и любые другие воры, похитители доменов выбирают для кражи самые дорогие объекты. Так, домен Sex.com был украден путем передачи поддельного факса и возвращен законному владельцу спустя 7 лет после похищения (правда, законный владелец тут же продал домен за \$12 млн).

В России нередко руководители фирм, доверяя своим сотрудникам, оставляют им чистые листы со своей подписью, заверенные печатью фирмы, на которых впоследствии наносится текст письма о передаче домена.

Нередки случаи возникновения споров по поводу принадлежности домена, связанные с превышением полномочий должностных лиц: оспариваются полномочия лица, подписавшего письмо о передаче домена, когда наемные директора «уводят» домены у владельцев компании. Список уловок похитителей доменов постоянно растет. Кража доменов — явление новое и пока недостаточно изученное, но подобные прецеденты для большинства владельцев доменов становятся полномасштабной катастрофой.

Порой обладатели теряют свои домены из-за собственной халатности, забывая вовремя производить оплату за перерегистрацию на следующий срок. Например, такие известные домены, как Rscit.ru (сайт Российского общественного центра интернет-технологий) и Dni.ru на время оказывались отключенными по причине непродления регистрации, правда, до потерь дело не доходило.

Чаще всего вовремя продлевать регистрацию своих доменов забывают государственные и муниципальные учреждения, в том числе и потому, что своевременно не обновляют контактную информацию в базе Whois, невнимательно относятся к электронным письмам

ФИШЕРЫ ЗАМАХНУЛИСЬ НА «ЯНДЕКС»

Пользователи электронной платежной системы «Яндекс.Деньги» подверглись атаке фишеров. Злоумышленники отправляли пользователям письма от имени администрации службы, в которых говорилось, что счет клиента заблокирован и для его реактивации необходимо пройти по ссылке.

Ссылка вела на ресурс [http://passport.yandex.ru/...](http://passport.yandex.ru/) Адрес сайта похож на домен Yandex.ru, фишеры использовали сочетание букв «cl», похожее на «d».



регистраторов, предупреждающих об окончании срока регистрации доменов.

ФИШИНГ

Есть среди кибер- и тайпсквоттеров и настоящие преступники. Эти сквоттеры не только регистрируют домен, похожий по написанию на домен, например, популярного интернет-магазина, но и клонируют интерфейс и дизайн сайта, благодаря чему вводят пользователя в заблуждение. С помощью этого нехитрого способа легко завладеть паролем и номерами кредитных карточек. Если же посетитель такого сайта захочет что-то купить, то в чужие руки могут попасть его имя, адрес, телефон и любая другая информация. После введения данных на фальшивом сайте пользователь, как правило, получает сообщение об ошибке и предложение посетить сайт позже. Найти мошенников (их еще именуют фишерами) зачастую бывает не так-то просто, поскольку при регистрации доменов они используют чужие или просто вымышленные имена и личные данные.

С целью заманивания пользователей на

фальшивые сайты фишеры регистрируют доменные имена, совпадающие с именами известных компаний, в которых, например, часть латинских букв заменена на буквы национальных алфавитов (или символ «!» на цифру «1»).

Специалисты из компании MarkMonitor объясняют рост фишинга тем, что фишеры стали размещать тысячи URL на одном домене для того, чтобы обойти системы блокировки браузеров Firefox2 и Internet Explorer7. Такую тактику фишеры впервые применили в октябре 2006 г. Борьбаться с фишингом специалисты планируют с помощью криптографических систем подтверждения подлинности сайта, к которому обращается пользователь.



ПАМЯТКА

«КАК ЗАЩИТИТЬ СВОЕ ИМЯ?»

- До тех пор, пока домен не будет документально закреплен за вами, не разглашайте информацию о выбранном доменном имени там, где вас могут подслушать конкуренты или киберсквоттеры.
- Не используйте для проверки занятости домена сомнительные сервисы! Мы рекомендуем пользоваться сервисом WHOIS, размещенным на сервере Технического центра администратора домена RU РосНИИРОС (ripn.net) и аккредитованных регистраторов.
- Не разрешайте регистрировать доменное имя другим людям (представителям интернет-провайдера, веб-студии, своему дизайнеру, программисту, бухгалтеру или просто «хорошему человеку»), домен должен быть зарегистрирован на вас или вашу компанию! Вы или ваша компания должны быть указаны в качестве администратора домена: именно администратору принадлежат права на использование доменного имени.

Обратите внимание, что домен второго уровня имеет вид test.ru, а не, например, www.test.ru. Домен вида www.test.ru является доменом третьего уровня в домене test.ru. Ссылка на домен вида www.test.ru в договоре с провайдером не гарантирует вам регистрацию домена test.ru на ваше имя.

ДОМЕННЫЙ ТЕЛЕГРАФ

GOOGLE ОТСУДИЛА ДОМЕН GMAIL.CO.IN

Компания Google отсудила домен Gmail.co.in. Решение в пользу корпорации принял арбитраж Национальной интернет-комиссии Индии. По словам председателя комиссии А.К. Сина, владелец домена зарегистрировал данное имя для того, чтобы воспользоваться известностью и репутацией компании Google.

Домен был зарегистрирован на территории Китая гражданином КНР Ченом Жаоянгом. Бывший владелец домена, кроме имени в Интернете, зарегистрировал компанию под названием «Gmail LTD» спустя два дня после того, как началось судебное разбирательство.

В заявлении интернет-комиссии говорится, что управление доменным именем будет передано в Индию, после чего домен будет перерегистрирован на индийское представительство Google.

КИБЕРСКВОТТЕРЫ ПРОТИВ АВТОМОБИЛЬНЫХ КОМПАНИЙ

В июне 2007 г. Арбитражный суд Москвы удовлетворил иск компании Skoda Auto Россия в отношении ЗАО «Меганет», наложив запрет на использование товарного знака «Skoda Auto» в доменном имени Skoda-auto.ru.

Компания «Меганет» зарегистрировала домен в июле 2001 г., но контент на сайте под этим доменом размещать не стала. Вместо этого «Меганет» предложила компании Skoda выкупить его, сообщает Avto.ru. В свою очередь, Skoda Auto подала иск о незаконном использовании товарного знака. Переговоры длились два года, после этого полгода проходили судебные разбирательства.

По информации газеты «Ведомости» практически во всех странах название сайта Skoda выглядит как Skoda-auto, и только в России компания была вынуждена с 2004 г. работать под доменным именем Skoda-avto.ru.

«Мы два года пытались убедить “Меганет” уступить нам это доменное имя, но в итоге были вынуждены подать в суд», — рассказал журналисту газеты представитель компании Skoda Тимур Алиев. По его словам, владельцы захваченного имени требовали выкуп в размере, сопоставимом со стоимостью новенькой Fabia (\$13-22 тыс.). «Если бы это был сайт фанатов Skoda, то мы, возможно, не стали бы судиться с его владельцами, а попытались наладить сотрудничество», — продолжает представитель автомобильной компании.

ПОРТАЛ MYIPHONE.COM БЫЛ ВЫНУЖДЕН СМЕНИТЬ ДОМЕН

Крупнейший портал, посвященный iPhone, MYiPhone.com сменил доменное имя на Myitablet.com. На смене на-

звания настоял Стив Джобс, глава компании Apple. Под доменом MYiPhone.com размещался блог «Неофициального общества любителей Apple iPhone». Прежнее название сейчас перенаправляет пользователей на сайт под новым доменом.

Посетители сайта проголосовали за то, чтобы не менять привычное имя сайта, но владельцам пришлось это сделать. По сообщениям Mobime.ru, Стив Джобс в жесткой форме предложил Винсенту Нгайну, организатору портала, незамедлительно сменить домен, а точнее, в обязательном порядке убрать из названия слово «iPhone», поменяв его, например, на «Mydreamphone». В противном случае Стив Джобс грозил владельцу портала судебным преследованием. Создатели проекта пока не комментируют ситуацию.

Apple ревностно относится к своей интеллектуальной собственности. Сменить домены уже пришлось многим сайтам. К примеру, iPodLounge.com превратился в iLounge.com, MacPrices.com стал PCPrices.net, iPodGarage.com получил новое имя iProng.com.

В Рунете слово iPhones встречается, например, в домене iPhones.ru: сайт, находящийся под этим доменом, имеет большую популярность у пользователей.

JOHNSON & JOHNSON ЗАЩИТИЛА СВОЙ БРЕНД

Компания Johnson & Johnson недавно зарегистрировала ряд так называемых «негативных» доменных имен, в частности, Deathbypatch.com и Orthoevrakills.com. На этот шаг компания пошла с целью защитить свою новую продукцию, выпускаемую под маркой Ortho Evra (средство контрацепции, однонедельный гормональный пластырь). Получив контроль над такими «негативными» доменами, компания защитила свои товарные знаки от судебных процессов, желтой прессы и недобросовестных пользователей. Примечательно, что под этими доменными именами нет ресурсов, однако польза от доменов очевидна: в противном случае они могли быть использованы недоброжелателями.

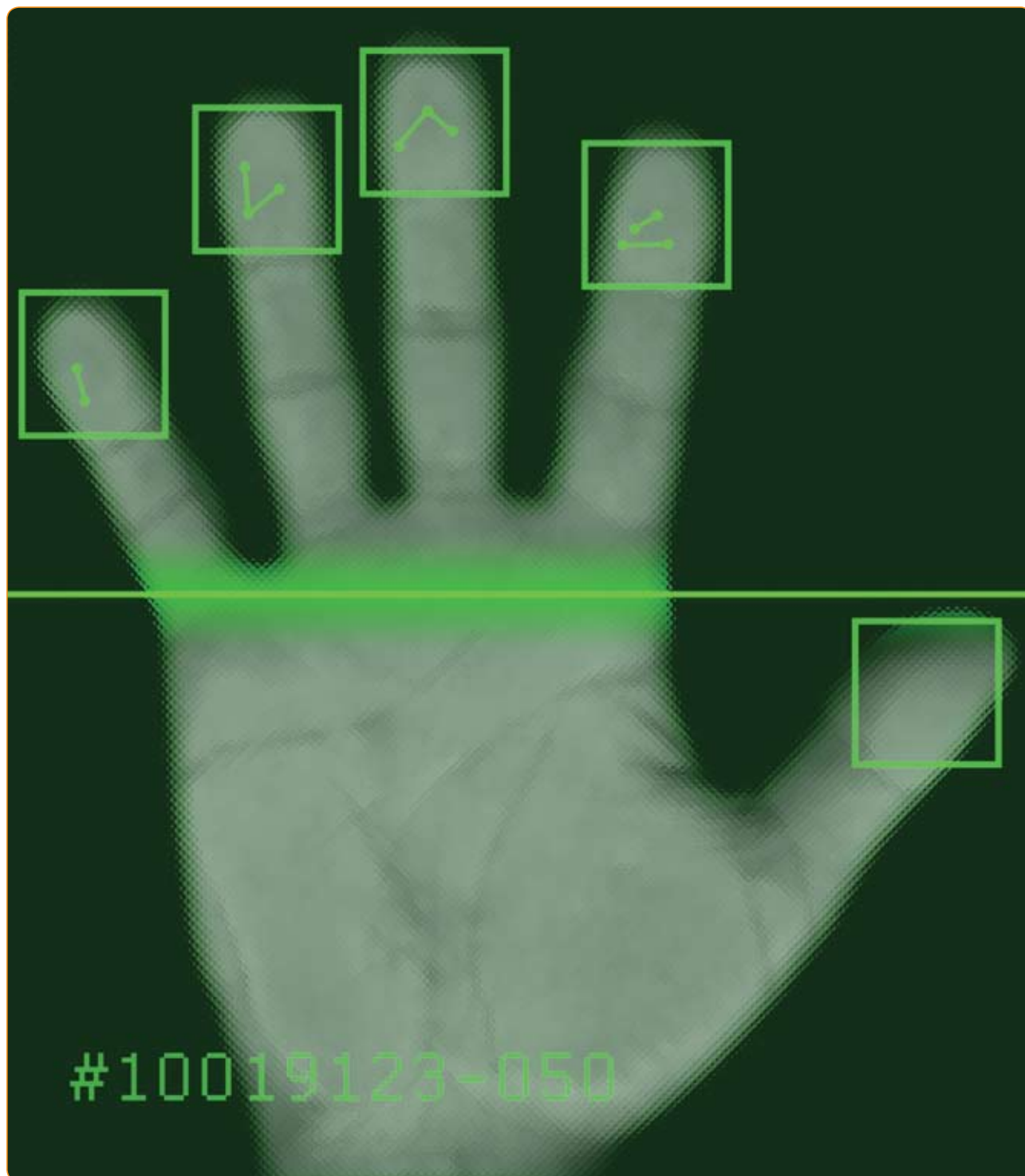
МТС ОСТАЛАСЬ БЕЗ КРАСИВОГО ДОМЕНА

Компании МТС пришлось изменить традициям и выбрать для своего портала на Украине домен третьего уровня, несмотря на то, что в других странах ей принадлежат красивые имена второго уровня (Mts.ru, Mts.by, Mts.uz).

Домен, на который обратила внимание «МТС», — Mts.ua — с 2006 г. принадлежит итальянской группе компаний МТС (MTS Group). В частности, права на домен принадлежат ООО «Мерлони Термосанитари Укр ЛЛС» (Киев), которая производит и продает водонагреватели, котлы, газовые колонки, бойлеры, кондиционеры, а также системы, которые используют солнечную энергию (по сообщениям интернет-проекта HiTech.Expert).

Попытается ли МТС купить домен Mts.ua у нынешнего владельца — неизвестно.

Персональные данные: под защитой закона



К персональным данным относят такие сведения, которые позволяют идентифицировать человека, например, имя, фамилию, дату рождения, место жительства, номер паспорта и другую информацию. Известно, что использование персональных данных может осуществляться злоумышленниками в мошеннических целях. Развитие телекоммуникаций только порождает новые формы мошенничества (примером здесь могут служить аферы с кредитными картами в Интернете). Во всем мире персональные данные пытаются защищать на уровне государства, принимая специальные законы, регулирующие порядок сбора, хранения и использования сведений о гражданах страны. В России закон о защите персональных данных начал действовать в январе 2007 г. Этот закон затрагивает в том числе и некоторые вопросы, связанные с Интернетом и рынком доменных имен.

К 2010 г. сервис Whois в обязательном порядке должен будет предоставить владельцам доменов возможность закрыть сведения о себе. Этот вопрос сейчас обсуждается и в интернет-сообществе, и в международных компаниях, регулирующих деятельность Интернета. Нововведение напрямую связано с законом о защите персональных данных. Дело в том, что Whois-сервис, согласно положениям закона, относится к общедоступным источникам персональных данных и не может разглашать сведения об администраторе домена без его письменного согласия. Так что в механизмы баз данных доменов будут внесены инструменты, позволяющие владельцам доменных имен управлять процессом отображения их персональной информации в результатах запросов Whois. В итоге узнать координаты владельца того или иного домена будет уже не так просто, как сейчас. Конечно, внутри служебной базы данных регистратора доменов персональные данные владельцев останутся, но в публичный доступ они уже без разрешения не попадут. Несмотря на то, что закон требует закрыть персональные данные владельцев доменов только к 2010 г., ведущие регистраторы уже реализовали в сервисе Whois функцию, позволяющую владельцу скрыть сведения о себе.

Дополнительные трудности теперь могут возникнуть и в том случае, если вы задумаете организовать на своем сайте какое-либо анкетирование посетителей, подразумевающее сбор их персональных данных. Например, в анкете на сайте

требуется указать фамилию, имя и отчество, а также адрес проживания. Эти данные относятся к категории персональных. Поэтому web-сайт должен собирать и обрабатывать их в соответствии с законом о персональных данных, а он накладывает серьезные ограничения. Например, при обработке и хранении персональных данных необходимо обеспечивать их защиту. При этом средства защиты должны соответствовать требованиям, которые устанавливает Правительство Российской Федерации. Вряд ли подобные средства будут доступны небольшому сайту, работающему на виртуальном хостинге. Чтобы не иметь проблем с законом, лучше по возможности отказаться от размещения на сайте анкет, подразумевающих указание персональных данных.

Между тем персональные данные необходимы интернет-магазинам для того, чтобы обеспечивать получение платежей и доставку товаров. Соответственно, системы обработки заказов этих магазинов должны быть приведены в соответствие с требованиями закона. Разумеется, защита персональных данных затрагивает онлайн-сервисы, требующие указать «сведения о персоне» при регистрации нового пользователя (например, сайты знакомств).

Отчасти, с трудностями могут столкнуться и системы, показывающие рекламные объявления на сайтах, если демонстрация объявлений привязана к каким-то персональным сведениям посетителей сайтов: дело в том, что подобное использование персональных данных по закону возможно только с письменного согласия того посетителя, которому эти данные соответствуют. Правда, если персональные данные «обезличить» (то есть, сделать так, чтобы по ним больше нельзя было установить персону владельца), то все существенные ограничения на их использование снимаются, что, конечно, неудивительно, ведь после «обезличивания» данные просто перестают быть персональными.

Кроме того, закон требует предоставить лицам, к которым персональные данные относятся, возможность получения информации о том, как данные собираются, обрабатываются и используются. То есть по запросу человека, передавшего свои данные (например, в рамках анкетирования на сайте), владелец сайта по закону должен в обязательном порядке подробно разъяснить весь процесс, в котором эти данные задействованы. Это может оказаться не такой простой задачей, особенно для небольшого web-проекта.

Доменное имя vs товарный знак

Все чаще встречаются рекламные щиты, единственным содержанием которых является доменное имя. Реализуются дорогостоящие интернет-проекты, для которых домен – львиная доля их коммерческого успеха, так как именно с доменом ассоциируются у потребителей те или иные товары, работы или услуги субъекта электронного бизнеса.

Система индивидуализации «виртуального мира» (доменные имена, адреса электронной почты) существует как бы параллельно системе индивидуализации «реального» мира (фирменные наименования и товарные знаки, наименования мест происхождения товаров и т.д.). Постепенно две системы индивидуализации начали вступать в противоречие.

Предметом основной массы судебных разбирательств, затрагивающих отношения в интернет-сфере, стали споры между владельцами товарных знаков, с одной стороны, и владельцами доменов, с другой стороны, за право обладания доменными именами. Такие споры получили название «доменные споры» или «споры о доменах». В конце 90-х годов прошлого века, а именно тогда впервые появились споры о доменах,

С внесением 24 декабря 2002 г. поправок в Закон РФ от 23 сентября 1992 г. № 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» произошли существенные изменения в правоприменительной практике. В новой редакции закона п.4 ст.4, посвященный нарушениям прав правообладателя товарного знака, выглядел так: «Нарушением исключительного права правообладателя (незаконным использованием товарного знака) признается использование без его разрешения в гражданском обороте на территории Российской Федерации товарного знака или сходного с ним до степени смешения обозначения в отношении товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, или однородных товаров, в том числе размещение товарного знака или сходного с ним до степени смешения обозначения... в сети Интернет, в частности в доменном имени и при других способах адресации».

четкие ориентиры решения подобных споров в законодательстве отсутствовали, что приводило к необоснованным судебным решениям и противоречивости правоприменительной практики.

С 1 января 2008 г. вступила в силу четвертая часть Гражданского кодекса РФ (далее – ГК РФ). Действующие ранее законодательные акты в сфере интеллектуальной собственности (в том числе Закон «О товарных знаках...») с этой даты признаны утратившими силу. Четвертая часть ГК направлена на полную кодификацию законодательных норм в сфере интеллектуальной собственности. Она содержит общие положения, относящиеся ко всем результатам интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации, и призвана заменить действующие в настоящее время законодательные акты в данной сфере, которые регулируют традиционные права на объекты интеллектуальной собственности. В документ включены не только традиционные, но и новые правовые институты в сфере интеллектуальной собственности. Одна группа этих институтов касается таких широко используемых на практике объектов охраны, как право на секреты производства (ноу-хау) и право на фирменное наименование, которые до настоящего времени не имеют единого законодательного регулирования.

Заимствованная в ст. 1484 и 1519 ГК РФ норма ст. 4 из Закона о товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров (об использовании товарного знака в сети Интернет, в том числе в доменном имени и при других способах адресации) не претерпела изменений.

Кроме того, в ГК РФ появилась новая норма (пп. 3 п. 9 ст. 1483 ГК РФ), согласно которой не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные промышленному образцу, знаку соответствия, доменному имени, права на которые возникли ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака. Перечисленные в ней обозначения ставятся в один ряд и разделяются лишь по временному приоритету (права на какое обозначение появились раньше). Таким образом, с принятием 4 части ГК РФ произошло законодательное усиление охраны прав владельцев доменов.

RU-CENTER — за социально ответственным бизнесом

Всероссийский масштаб деятельности компании RU-CENTER затрагивает интересы большого числа жителей России. Вот почему одним из важнейших принципов компании является внимательное отношение к интересам всего общества, поддержание социального благополучия людей.

RU-CENTER выступает за развитие отечественной науки и совместно с Союзом развития наукоградов России проводит бессрочную акцию по поддержке порталов Академгородков.

Среди партнеров RU-CENTER в области укрепления и развития русскоязычных интернет-проектов следует отметить Национальный комитет «Интеллектуальные ресурсы России» и радиовещательную компанию «Голос России». По инициативе RU-CENTER в 2006 г. была учреждена спецноминация Премии Рунета «Рунет за пределами RU», позволившая отметить интернет-проекты, которые вносят весомый вклад в сохранение русскоязычного пространства за пределами России. За поддержку русскоязычных ресурсов компания RU-CENTER была удостоена почетного диплома Ассамблеи всемирного форума «Интеллектуальная Россия», который вручил Председатель Совета Федерации Сергей Миронов.

В партнерстве со многими общественными организациями и ассоциациями RU-CENTER реализует и другие социальные программы.





АЛЕКСЕЙ ЛЕСНИКОВ:
**«Наша основная задача –
предоставить всем пользователям равные
возможности при регистрации доменов».**

ИНТЕРВЬЮ С ДИРЕКТОРОМ RU-CENTER

Что, по Вашему мнению, мешает развитию национального домена RU? Как RU-CENTER борется с этими факторами?

Развитие домена RU связано с развитием Интернета в целом. Пропорционально росту числа пользователей сети Интернет в России увеличивается и количество сайтов в российском сегменте Интернета, а значит – растет число доменных имен. Правила регистрации доменных имен в домене RU носят либеральный ха-

рактер. Разрешена регистрация имен физическими лицами, нет запрета на регистрацию доменов нерезидентами. Поэтому основным сдерживающим фактором развития домена я считаю отставание в развитии региональной инфраструктуры доступа в Интернет.

Аудитория интернет-пользователей в России ежегодно увеличивается в полтора раза, в первую очередь – за счет крупнейших городов, далее – за счет регионов. Рост числа зарегистрированных в зоне .RU доменов происходит по той же схеме, что и рост общего числа пользователей Интернета: первое время он наблюдается в крупных городах, а с течением времени происходит децентрализация. Пока проникновение Интернета в регионах слабое, и это главная проблема, препятствующая развитию домена RU.

Из внутриотраслевых проблем основной я бы назвал вопрос взаимодействия всех заинтересованных в развитии домена сторон. В России со стороны государства национальному домену RU была предоставлена возможность саморегулирования, в условиях которого большая ответственность за судьбу домена легла на интернет-общественность, то есть регистратуру, регистраторов, сервис-провайдеров, производителей контента, пользователей. Все вопросы, непосредственно связанные с дальнейшим развитием домена, прорабатываются коллегиально и довольно обстоятельно. К консолидированному мнению не всегда удается прийти с первого раза, поэтому процедуры согласования идут медленно. Это, с одной стороны, недостаток, а с другой, если следовать принципу «наши недостатки – продолжение достоинств», в этом можно найти и позитивные моменты. В результате долгих обсуждений решения получаются взвешенные, тщательно продуманные, что, безусловно, положительно влияет на стабильность развития российского домена.

Какие новые сервисы RU-CENTER планирует запустить в ближайшем будущем?

Даже когда RU-CENTER стал предоставлять услугу хостинга, мы не изменили своего позиционирования: RU-CENTER остается в первую очередь регистратором доменов. Этим и объясняются наши планы по аккредитации в качестве регистратора в таких популярных зонах, как .TV, .CC, .AERO, .ASIA, .JOBS, .MOBI, .PRO, .TRAVEL. В дальнейшем мы планируем начать предоставлять услуги по регистрации доменных имен в национальных доменах стран СНГ.

Какие планы компания строит относительно кириллических доменов? Какое влияние они окажут на развитие Рунета?

RU-CENTER – единственный российский регистратор, который последовательно отстаивал идею появления русскоязычных доменов в зоне RU. Не сложилось. В отдаленной перспективе – регистрация доменов на русском языке в кириллическом домене верхнего уровня РФ.

Русскоязычные домены будут востребованы, особенно, когда в Сети появится множество сервисов для простых обывателей. За повседневными сервисами в Интернет придут массы, которым будет понятна и удобна адресация на родном языке. Очевидно, русскоязычные домены будут востребованы ресурсами, ориентированными на локальное интернет-сообщество. Например, на пользователей, заказывающих при помощи Интернета продукты и лекарства на сайтах соседних с их домом магазинов и аптек. Таким ресурсам не нужны домены на латинице, так как удаленные пользователи для них не представляют никакого интереса.

На сегодняшний день многие даже не подозревают о существовании конкурентов RU-CENTER. Да и расстановка сил на рынке свидетельствует о доминировании Вашей компании. Что позволило достичь такого положения и удерживать его долгое время?

Бизнес регистратора – не просто технологиче-

ский бизнес. Недостаточно один раз вложиться, закупить необходимое оборудование, получить лицензии и аккредитации. Важно сформировать команду, желающую и умеющую встать на защиту интересов пользователя. Команду, обладающую большим опытом регистраторской работы, способную обеспечить высочайшее качество предоставляемых пользователю сервисов. Высокий уровень надежности предоставляемых компанией RU-CENTER услуг был бы недостижим без грамотных специалистов – профессионалов своего дела, без каждодневного труда всего коллектива на протяжении многих лет. В свою очередь компания стремится обеспечить своим сотрудникам стабильность и комфортные условия работы. Именно наш коллектив и опыт наших сотрудников позволили RU-CENTER не только удерживать на протяжении последних лет лидерство среди российских регистраторов доменов, но и войти в тройку лидеров на отечественном рынке хостинга.

Как Вы оцениваете рынок регистрации доменов?

Рынок регистрации доменов в зоне .RU мы оцениваем в \$15 млн в год. Это вовсе не высокооборотный рынок в Интернете, и, видимо, этим объясняется небольшое число (всего 16) аккредитованных в домене RU регистраторов. Многие из них не являются профессионалами в этом сегменте, для них регистрация доменов – сопутствующий основному виду деятельности бизнес. Компаний, для которых регистрация доменов – основной бизнес, в России единицы. RU-CENTER – крупнейшая из них.

Сейчас многие взволнованы проблемой сквоттинга. Как RU-CENTER справляется с этим сейчас и как планирует противостоять сквоттерам в будущем?

Надо понимать, что RU-CENTER никоим образом не пытается подменить собой органы законодательной и исполнительной власти,

правоохранительные органы. Наши юристы активно сотрудничают со всеми рабочими группами на всех уровнях власти. В частности, большую работу наши специалисты провели при разработке проекта части IV Гражданского кодекса, к которому поступило около 1 тыс. поправок. Наиболее важная поправка, одобренная депутатами, — это исключение доменного имени из перечня охраняемых объектов интеллектуальной собственности. Несмотря на исключение доменной главы, одобренный вариант текста законопроекта, разумеется, содержит понятие «домен». В частности, регистрация товарного знака запрещается, если схожее название уже зарегистрировано в качестве доменного имени. Однако эксперты пока не пришли к единому мнению, как это положение законопроекта будет работать на практике.

Задача органов государственной власти и правоохранительных структур — недопущение нарушения киберсквоттерами действующего законодательства и прав третьих лиц. Наша основная задача — предоставление всем пользователям равных возможностей в вопросе регистрации доменов. Киберсквоттеры работают на рынке перехвата доменов профессионально, постоянно совершенствуя технологии захвата. Имея технологические возможности организации массовой подачи заявок на регистрацию определенного доменного имени, при регистрации удаляемого домена они получали значительное преимущество перед обычными пользователями.

Мы постоянно работаем над вопросом, как сделать так, чтобы киберсквоттеры не препятствовали обычным пользователям в получении услуг регистратора на высоком качественном уровне. В июне 2005 г. RU-CENTER разграничил потоки заявок на новые домены и домены, подлежащие удалению из реестра. Для приема и обработки заявок на удаляемые домены был выделен отдельный сервер, в результате чего решились проблемы перегрузки системы реги-

страции, ограничивающей возможности регистрации новых имен добросовестными пользователями.

В мае прошлого года мы создали аукцион освобождающихся доменов. Услуга была направлена на прекращение перехвата киберсквоттерами освобождающихся ценных доменов. Зарубежный опыт борьбы с подобными действиями киберсквоттеров подсказал нам, что эффективным способом является резервирование доменных имен регистратором с последующим проведением аукционных торгов на право регистрации.

Расскажите, пожалуйста, о планах на будущее RU-CENTER. Какие новые цели ставит перед собой компания?

Мы планируем оставаться лучшим регистратором и ведущей интернет-компанией России. А первый всегда несет ответственность перед обществом. Всероссийский масштаб деятельности RU-CENTER затрагивает интересы большого числа жителей России. Одним из важнейших принципов компании является внимательное отношение к интересам всего общества.

Обеспечивая устойчивое развитие своего бизнеса, RU-CENTER следует принципам социальной ответственности и уделяет повышенное внимание не только экономической, но и социальной составляющей. Наиболее социально значимой компания считает поддержку таких сфер общественной жизни, как наука, образование, культура и спорт. Также компания активно участвует в проектах и мероприятиях, направленных на развитие отечественного сегмента сети Интернет.

RU-CENTER планирует реализовать многие социальные программы, а в ближайших наших планах — поддержка просветительских проектов, в частности — сайтов школ и других образовательных учреждений.

Михаил Кепман, Telnews.

ДОМЕННЫЙ ТЕЛЕГРАФ

Похождения губернатора штата Нью-Йорк привлекли домейнеров

Федеральное Бюро Расследований США обнародовало данные о том, что губернатор штата Нью-Йорк Элиот Спитцер потратил \$4,3 тыс. на услуги «жрицы любви». Спитцер, который имел репутацию непримиримого борца с коррупцией, должен был встретиться с представительницей первой древнейшей профессии в номере 871 одной из дорогих вашингтонских гостиниц. В оперативных сводках ФБР чиновник проходил под псевдонимом «клиент 9».

История, собравшая бурную прессу в США, была воспринята наиболее предприимчивыми гражданами этой страны как отличный повод для заработка. В Интернете уже продаются футболки с надписью Client 9, а более искушенные пользователи Всемирной Паутины регистрируют домены, совпадающие с оперативным псевдонимом Спитцера. Так, Ник Гэлбрейс, 37-летний программист из Нью-Йорка, зарегистрировал доменное имя Client9.com. По его словам, он сделал это потому, что словосочетание «Client 9» показалось ему привлекательным.

Гэлбрейс – не единственный, кто решил таким образом заработать на скандальной истории. Уже заняты и другие домены, содержащие оперативный псевдоним Спитцера, в частности Client-9.net, Client-9.com и Client69.com. Кроме того, домейнеров заинтересовали имена, совпадающие с номером комнаты отеля, в которой планировал развлечься губернатор. Например, домен Room871.com сейчас продается по цене в \$750.

Крис Потоски, президент компании No Rival Media и, по совместительству, разместил под доменом Client-9.com веб-сайт с последними новостями о деле Спитцера, а также с рекламой порнографических веб-ресурсов, принадлежащих No Rival Media. По словам Потоски, он сумел с помощью нового сайта существенно увеличить посещаемость других порталов его компании, что позитивно отразилось на прибыли.

Напомним, что в результате скандала губернатор Спитцер подал в отставку. Его пост занял новый губернатор - слепой чернокожий американец Дэвид Патерсон.

AND – будущий домен Андалусии?

Андалусия – автономная область, расположенная на юге Испании. Идея создания регионального домена родилась «в кулуарах» одной из испанских политических коалиций во время недавней президентской предвыборной кампании. В результате, «Коалиция Андалусии» - союз нескольких политических партий провинции – внесла пункт о «создании домена AND» в программу своего манифеста.

Политиков вдохновили примеры французской провинции Бретань, которая ратует за собственный домен BZH, и, безусловно, Каталонии (CAT), в региональном домене которой зарегистрировано уже более 28 тыс. имен.

Пока идея «витает в воздухе»: подготовка официальной заявки в ICANN еще не начиналась. По словам идеологов проекта, домен AND поможет сохранить традиции и язык Андалусии, а также поддержать коммуникацию, как внутри автономной области, так и в пределах всей Испании.

Каталонии не хватает домена CAT

Интернет-сообщество Каталонии – одно из самых активных в Сети. Представители испанской провинции однажды уже добились создания собственной доменной зоны CAT. Это стало важным прецедентом и позволило другим географическим зонам с самобытной культурой и собственным языком претендовать на домены верхнего уровня.

Но одного домена каталонцам оказалось мало: на этот раз они претендуют на домен CT, который, по их мнению, должен стать национальным доменом Каталонии. Оказывается, CAT изначально создавался как домен общего пользования, ориентированный на каталонцев по всему миру, а значит, на жителей Валенсии, Арагона, Сардинии и части Пиренейского полуострова. Домен же CT, по мнению интернет-сообщества Каталонии, приближен к самой территории провинции. Пока непонятно, увенчаются ли успехом попытки каталонцев: во всяком случае, парламент Испании проголосовал против предложения.

Напомним, что зона CAT существует уже два года. Период приоритетной регистрации стартовал 13 февраля 2006 года. А 23 апреля того же года, в день св. Георгия, который является покровителем Каталонии, началась открытая регистрация в домене CAT. Сегодня в зоне зарегистрировано около 28 000 имен.

Домен kamaz.ru наконец-то принадлежит КАМАЗу

С 14 февраля 2008 г. скандально известный домен kamaz.ru, около 10 лет принадлежавший жителю Волгограда Николаю Попкову, стал администрироваться ОАО «КАМАЗ», сообщает газета «Челнинская неделя» со ссылкой на издание «Горячий Ключ».

Напомним, что споры вокруг домена начались приблизительно в 1999 году, когда в сети появилась первая версия сайта предприятия, которое было вынуждено пользоваться именем kamaz.net.

Желая получить информацию о компании, пользователи Интернета набирали kamaz.ru, но тут их ждало разочарование: открывался сайт с набором ссылок на автомобильные предприятия и форумы. Судебное разбирательство вокруг прав на домен kamaz.ru стало «хрестоматийным», войдя во все книги, посвященные доменным именам. Но в конце 90-х годов автопроизводителю так и не удалось добиться перевода домена. Спустя 10 лет после начала спора ОАО «КАМАЗ» добилось в суде передачи права на доменное имя.



RU-CENTER предлагает партнерские программы

Кто может стать партнером?

Что получает партнер?

Как стать партнером?

Бизнес-партнер

юридическое лицо
индивидуальный предприниматель

Дополнительный заработок на:

- регистрации доменов
- аукционе доменов
- поддержке DNS

Расширение спектра предоставляемых услуг
Повышение собственного статуса в глазах клиентов

Заклучить партнерский договор

Информационный партнер

физическое лицо
юридическое лицо
индивидуальный предприниматель

доход от услуг, оплаченных в RU-CENTER клиентом, пришедшим на сайты RU-CENTER по ссылке, размещенной информационным партнером на своем сайте

- Заполнить анкету на сайте RU-CENTER
- Разместить на своем сайте ссылку на сайты RU-CENTER

RU-CENTER работает вместе с партнерами



RU-CENTER приглашает всех заинтересованных в сотрудничестве к организации и проведению обучающих семинаров.

По вопросам участия в партнерских семинарах и проведения совместных мероприятий отправляйте заявки на e-mail: pr@nic.ru

Центр регистрации доменов

www.nic.ru



**АНО «Региональный сетевой информационный центр»
RU-CENTER**



Административно-технический центр в РНЦ «Курчатовский институт»

Тел.: +7 (495) 737-06-01

Факс: +7 (495) 737-06-02

E-mail: info@nic.ru

Офис на Соколе: Москва, Ленинградский проспект, д.74, к.4