

**Постоянный комитет по законодательству в области
товарных знаков, промышленных образцов и
географических указаний**

**Двадцать пятая сессия
Женева, 28 марта - 1 апреля 2011 г.**

ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ И ИНТЕРНЕТ

Документ подготовлен Секретариатом

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
I. ВСТУПЛЕНИЕ	2
II. СОВМЕСТНАЯ РЕКОМЕНДАЦИЯ ВОИС О ПОЛОЖЕНИЯХ В ОТНОШЕНИИ ОХРАНЫ ЗНАКОВ И ДРУГИХ ПРАВ ПРОМЫШЛЕННОЙ СОБСТВЕННОСТИ НА ОБОЗНАЧЕНИЯ В ИНТЕРНЕТЕ.....	2
A. Цель и сфера применения.....	2
B. Содержание.....	3
III. НЕКОТОРЫЕ ПРАВОВЫЕ ВОПРОСЫ, КАСАЮЩИЕСЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ В ИНТЕРНЕТЕ.....	7
A. Предварительные соображения	7
B. Основная ответственность Интернет–посредников и пользователей услуг	8
C. Субсидиарная ответственность Интернет–посредников	9
IV. ВОЗВРАЩАЯСЬ К СОВМЕСТНОЙ РЕКОМЕНДАЦИИ.....	10
A. Цель и сфера применения.....	10
B. Содержание.....	10
V. ВЫВОДЫ	13

I. ВСТУПЛЕНИЕ

1. На двадцать четвертой сессии, проходившей в Женеве 1-4 ноября 2010 г., Постоянный комитет по законодательству в области товарных знаков, промышленных образцов и географических указаний (ПКТЗ) обратился в Секретариат с просьбой изучить при подготовке следующей сессии ПКТЗ *Совместную рекомендацию ВОИС о положениях в отношении охраны знаков и других прав промышленной собственности на обозначения в Интернете* (Совместная рекомендация) в целях определения, в частности, в достаточной ли мере в данном документе рассматриваются виды использования товарных знаков в Интернете, которые описаны в Приложении I к документу SCT/24/4 (см. документ SCT/24/7, пункт 13).
2. В соответствии с просьбой ПКТЗ Секретариат подготовил настоящий документ, в котором предлагается краткий обзор содержания и сферы применения Совместной рекомендации, обобщаются правовые вопросы, касающиеся использования товарных знаков в Интернете, которые обсуждались в Приложении I к документу SCT/24/4, и дается предварительный анализ того, могут ли эти вопросы быть решены на основе принципов, приведенных в Совместной рекомендации.

II. СОВМЕСТНАЯ РЕКОМЕНДАЦИЯ ВОИС О ПОЛОЖЕНИЯХ В ОТНОШЕНИИ ОХРАНЫ ЗНАКОВ И ДРУГИХ ПРАВ ПРОМЫШЛЕННОЙ СОБСТВЕННОСТИ НА ОБОЗНАЧЕНИЯ В ИНТЕРНЕТЕ

A. Цель и сфера применения

3. Положения Совместной рекомендации имеют целью обеспечить четкий правовой режим для владельцев товарных знаков, которые желают использовать свои знаки в Интернете и участвовать в развитии электронной торговли. Они предназначены для облегчения применения существующих законов, касающихся знаков и других прав промышленной собственности на обозначения в Интернете, и применяются в следующем контексте: при установлении того, способствовало ли использование обозначения в Интернете согласно применимому законодательству приобретению, поддержанию в силе или нарушению права на знак или другого права промышленной собственности на обозначение, или же такое использование представляет собой акт недобросовестной конкуренции; возможности, предоставляемой владельцам конфликтующих прав на тождественные или сходные обозначения, одновременно использовать эти обозначения в Интернете; и при определении применимых санкций¹.
4. Таким образом, Совместная рекомендация направлена на предоставление связи между глобальной сетью Интернет и территориальными законами с тем, чтобы эти законы стали совместимыми с Интернетом, путем предоставления руководства по применению существующего национального или регионального законодательства по промышленной собственности к правовым проблемам, возникающим в связи с использованием обозначения в Интернете².
5. Совместная рекомендация не ограничивается правами на товарные знаки, она также включает все типы прав промышленной собственности на обозначения, существующие согласно применимому законодательству³. Положения Совместной рекомендации касаются только использования тех обозначений, которые могут служить для того, чтобы различать предприятия, товары и пр., независимо от того, принадлежит ли пользователю обозначения право на такое обозначение, или нет⁴.

6. Совместная рекомендация: (i) не устанавливает самостоятельный режим товарных знаков для Интернета⁵; (ii) не рассматривает выбор применимого законодательства – этот вопрос отнесен к сфере регулирования международного частного права отдельных государств⁶; (iii) не применяется в сугубо некоммерческом контексте⁷; и (iv) не стремится определить повторно территориальные владения Интернета за счет наложения чрезмерно обременительных обязательств на тех лиц, которые используют обозначения в Интернете⁸.

В. Содержание

7. Совместная рекомендация содержит шесть частей и охватывает четыре основные темы: (i) связь между использованием обозначения в Интернете и конкретным государством или территорией (Часть II)⁹, (ii) установление того, способствовало ли использование обозначения в Интернете согласно применимому законодательству приобретению, поддержанию в силе или нарушению права на знак, или же такое использование представляет собой акт недобросовестной конкуренции (Части III и IV)¹⁰, (iii) урегулирование конфликтов между обозначениями в Интернете (Часть V)¹¹ и (iv) определение санкций, специфичных для Интернета (Часть VI)¹².

Связь между использованием обозначения в Интернете и конкретным государством или территорией

8. Совместная рекомендация направлена на привязывание использования обозначения в Интернете к конкретному государству или территории в попытке устранить напряжение, вызванное территориальным характером законодательства о товарных знаках и глобальным характером Интернета.
9. В соответствии с этой статьей 2 Совместной рекомендации предусматривает, что использование обозначения в Интернете представляет собой использование в государстве только в том случае, если такое использование имеет в этом государстве коммерческие последствия.
10. Вопрос о том, может ли использование обозначения в Интернете рассматриваться как имевшее место в конкретном государстве или территории, является актуальным для определения того, должно ли такое использование приниматься во внимание при решении вопроса о том, приобрел ли, поддерживал в силе или нарушил пользователь право, охраняемое в государстве, и совершил ли он в этом государстве акт недобросовестной конкуренции. Статья 2 основана на предположении, что не всякое использование обозначения в Интернете должно рассматриваться как имеющее место в данном государстве, даже если такое использование может быть доступно пользователям Интернета, находящимся в этом государстве¹³.
11. Важно отметить, что статья 2 не касается юридических последствий такого использования в этом государстве¹⁴. Этот вопрос должен определяться согласно применимому законодательству в соответствии со статьями 5 и 6 Совместной рекомендации.
12. Для определения того, имеет ли использование обозначения в Интернете коммерческие последствия в конкретном государстве или территории, статья 3 Совместной рекомендации предусматривает, что компетентный орган принимает во внимание все уместные обстоятельства.
13. Кроме того, статья 3 предусматривает неполный перечень факторов, которые могут быть приняты во внимание компетентным органом, и могут включать, *помимо прочего*, следующее: (i) обстоятельства, указывающие на то, что пользователь обозначения занимается или имеет серьезные планы заниматься

предпринимательской деятельностью в государстве в отношении товаров или услуг, которые тождественны или сходны с теми, в отношении которых данное обозначение используется в Интернете; (ii) уровень и характер коммерческой деятельности пользователя в отношении государства; (iii) связь между предложением товаров и услуг в Интернете и государством; (iv) связь между формой использования обозначения в Интернете и этим государством; и (v) связь между использованием обозначения в Интернете и правом на этом обозначение в государстве.

14. Важно иметь в виду, что компетентный орган может определять, какие факторы являются уместными в данном случае¹⁵.
15. Статья 4 Совместной рекомендации предусматривает, что для целей применения настоящего документа при установлении того, использовалось ли обозначение недобросовестно, и добросовестно ли было приобретено право, во внимание может приниматься любое соответствующее обстоятельство. Она также содержит неполный перечень факторов, которые могут быть приняты во внимание компетентным органом, таких как (i) знало ли лицо, которое использовало обозначение или приобрело право на обозначение, о праве на тождественное или сходное обозначение, принадлежащее другому лицу, или оно имело достаточные основания не знать о таком праве в момент, когда это лицо впервые использовало обозначение, приобрело право или подало заявку на приобретение права, в зависимости от того, что наступило ранее, и (ii) может ли использование этого обозначения принести необоснованные преимущества или неправомерно нанести ущерб отличительному характеру или репутации обозначения, в отношении которого действует это право.
16. Статья 4 не вводит недобросовестность в качестве условия, предопределяющего ответственность за нарушение. Однако, поскольку недобросовестное использование обозначения в Интернете является уместным в контексте статей 9 и 15 этого же документа, необходимо включить положение, характеризующее эту концепцию, в Часть II Совместной рекомендации, которая рассматривает общие принципы использования обозначения в Интернете¹⁶.

Установление того, способствовало ли использование обозначения в Интернете согласно применимому законодательству приобретению, поддержанию в силе или нарушению права на знак, или же такое использование представляет собой акт недобросовестной конкуренции

17. Статья 5 Совместной рекомендации касается вопросов, относящихся к приобретению и поддержанию в силе прав на обозначения. Она предусматривает, что использование обозначения в Интернете в государстве, включая те формы использования, которые стали возможны благодаря техническому прогрессу, должно всегда приниматься во внимание при принятии решения о том, были ли выполнены условия приобретения или поддержания в силе права на обозначение, предусмотренные применимым законодательством государства. Интересно отметить, что это положение напоминает компетентным органам о том, что «новые» формы использования не должны сбрасываться со счета только потому, что они новые. Однако, вынесение окончательного решения о том, может ли какая-либо «новая» форма использования приниматься во внимание для целей приобретения или поддержания в силе права, отнесено к сфере регулирования применимого законодательства¹⁷.
18. Статья 6 Совместной рекомендации предусматривает, что использование обозначения в Интернете, включая те формы использования, которые стали возможны благодаря техническому прогрессу, при установлении того, было ли нарушено право, предусмотренное применимым законодательством государства, и представляет ли собой использование в соответствии с

законодательством этого государства акт недобросовестной конкуренции, будет приниматься во внимание только в том случае, если это использование является использованием обозначения в Интернете в этом государстве.

19. Статья 6 подтверждает тот принцип, что простое использование обозначения в Интернете не рассматривается как нарушающее какие-либо права на это обозначение, которые могут существовать согласно законодательству конкретного государства¹⁸. Как таковое, использование в Интернете принимается во внимание согласно законодательству конкретного государства только в том случае, если такое использование имеет коммерческие последствия и поэтому может рассматриваться как имевшее место в этом государстве¹⁹.
20. Кроме того, статья 6 предусматривает, что при определении охраны прав на знаки и другие обозначения, государства принимают во внимание ситуации, которые могут представляться необычными по сравнению с такими формами использования вне рамок Интернета, как использование обозначений в заголовках реклам, продажа или приобретение обозначений в качестве ключевых слов для поисковых процессоров, использование в качестве мета-тегов, использование в универсальных способах адресации ресурсов в сети (URLs), использование в качестве условий поиска, либо любые другие «новые» формы использования, которые возможны в будущем²⁰. Таким образом статья 6 отражает перспективный аспект Совместной рекомендации, поскольку некоторые новые виды использования товарных знаков в Интернете были уже предвидены во время принятия этого документа²¹.
21. При этом статья 6 не требует от государств рассматривать такие формы использования как нарушение прав на знаки или другие права промышленной собственности на обозначения. Факт фактического нарушения права будет устанавливаться согласно применимому законодательству, включая любые исключения, которые могут применяться в определенных ситуациях, в том числе «добросовестное использование» описательных терминов²².
22. Статья 7 Совместной рекомендации декларирует общий принцип, в соответствии с которым пользователь обозначения в Интернете согласно применимому законодательству государства о различительных обозначениях или недобросовестной конкуренции несет ответственность за такое использование, которое представляет собой нарушение или акт недобросовестной конкуренции, если использование этого обозначения в Интернете может рассматриваться как имевшее место в этом государстве в соответствии со статьями 2 и 6. Единственные исключения из этого принципа предусмотрены в статье 8 (Исключения и ограничения согласно применимому законодательству) и содержатся в Части V (Уведомление и предотвращение конфликта) Совместной рекомендации²³.
23. Важно иметь в виду, что статья 7 не оговаривает условия для установления того факта, что такое использование фактически нарушает право, которое охраняется согласно законодательству конкретного государства, или что оно представляет собою акт недобросовестной конкуренции. Соответствующее решение по этому вопросу должно приниматься согласно применимому законодательству этого государства. Аналогичным образом, в этих положениях отдельно не рассматривается ответственность посредников, в частности, провайдеров услуг в режиме он-лайн; этот вопрос отнесен к сфере регулирования применимого законодательства²⁴.
24. Наконец, статья 8 требует от государств применять существующие в соответствии с применимым законодательством исключения в отношении ответственности и ограничения в отношении объема прав к пользователям обозначения в Интернете.

Предотвращение конфликтов между обозначениями в Интернете

25. Часть V Совместной рекомендации пытается урегулировать потенциальные конфликты между обозначениями в Интернете за счет процедуры «уведомления и предотвращения конфликта». По причине территориальности знаков и других прав промышленной собственности на обозначения различные владельцы могут обладать правами на тождественные или сходные обозначения в разных странах. Это может создавать проблемы, если такие обозначения используются в Интернете. Учитывая действительно глобальный характер Интернета, такое использование может рассматриваться как нарушение права согласно законодательству государства, в котором право пользователя не признается. Аналогичные столкновения могут возникать, когда использование обозначения разрешено в одной стране, но рассматривается как нарушение прав какого-либо лица согласно законодательству другой страны²⁵.
26. Таким образом, процедура «уведомления и предотвращения конфликта» представляет собой попытку сбалансировать интересы, с одной стороны, добросовестных законных пользователей, которые обладают правом на используемое обозначение или другим разрешением на использование этого обозначения, и, с другой стороны, владельцев прав, которые могут быть нарушены путем такого использования. В соответствии с этой процедурой владельцы прав или лица, имеющие другие разрешения использовать обозначения, освобождаются от ответственности вплоть до того момента, когда они получают уведомление о нарушении права, при условии, что они используют это обозначение добросовестно и предоставляют в связи с использованием этого обозначения в Интернете достаточную информацию для установления с ними контакта. Как следствие, они не могут быть подвергнуты судебному запрету или привлечены к ответственности за любые убытки, понесенные до получения ими уведомления. Поэтому такие пользователи не обязаны проводить международный поиск существующих прав перед использованием обозначения в Интернете. Однако после получения уведомления о нарушении права они должны принять определенные меры в целях предотвращения или урегулирования конфликта. Если они сделают это, они не только освобождаются от любой ответственности за использование, которое нарушает чьи-либо права до момента получения уведомления, но также продолжают быть свободными от ответственности за любое такое использование после получения уведомления²⁶.

Определение санкций, специфичных для Интернета

27. Четвертая тема, рассматриваемая в Совместной рекомендации, касается санкций, влияние на которые также оказывает напряжение, существующее между территориальным характером законодательства о товарных знаках и глобальным характером Интернета, поскольку судебный запрет в отношении прекращения всякого использования обозначения в Интернете будет иметь потенциально глобальные последствия и выходить далеко за пределы территории, на которой охраняется конфликтующее право. Решение в отношении санкций должно принимать во внимание территориальное ограничение действия таких прав. Таким образом, санкции должны быть в максимальной степени ограничены территорией, на которой признается данное право, и должны применяться только в том случае, если предположительно нарушающее право использование этого обозначения может считаться имевшем место на этой территории²⁷.
28. В соответствии с этой статьей 13 Совместной рекомендации предусматривает, что санкции должны быть соразмерными коммерческим последствиям использования в государстве. Другими словами, использование обозначения в Интернете, которое нарушает право, охраняемое согласно законодательству

государства, не должно запрещаться в большей мере, чем это соразмерно коммерческим последствиям такого использования в этом государстве. Судебные запреты, как правило, должны быть ограничены необходимостью предотвращения или устранения коммерческих последствий в государстве, в котором охраняется нарушенное право, а возмещение убытков должно присуждаться только за коммерческие последствия такого использования в этом государстве²⁸.

29. Статья 14 Совместной рекомендации касается ограничений использования обозначения в Интернете и отражает озабоченность в связи с тем, что ввиду своего территориального характера санкции не должны заставлять пользователя обозначения в Интернете отказаться от любого использования этого обозначения в Интернете²⁹. При планировании соответствующих санкций компетентный орган должен принимать во внимание ограничения использования, направленные на предотвращение коммерческих последствий в государстве, в котором охраняется нарушенное право, или в котором применяется законодательство по борьбе с недобросовестной конкуренцией. В статье 14 приводятся примеры таких соразмерных ограничений использования.
30. Статья 15 Совместной рекомендации предусматривает, что компетентный орган должен в максимальной степени воздерживаться от применения «глобальных судебных запретов». Однако это положение не исключает полностью возможности запретить использование, что может быть оправдано особенно в случаях недобросовестного использования, каковым является киберсквоттинг³⁰. Статья 15 предусматривает общее исключение в применении «глобальных судебных запретов» в ситуациях, в которых пользователи не поступают недобросовестно, и если они или обладают правом на это обозначение сами, или имеют иное разрешение использовать обозначение в Интернете таким образом, каким оно используется³¹.

III. НЕКОТОРЫЕ ПРАВОВЫЕ ВОПРОСЫ, КАСАЮЩИЕСЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ В ИНТЕРНЕТЕ

A. Предварительные соображения

31. На двадцать четвертой сессии ПКТЗ рассмотрел документ SCT/24/4, в котором в Приложении I содержится обзор некоторых правовых разработок, касающихся использования товарных знаков в Интернете, которые отражены *помимо прочего* в судебных решениях различных национальных и региональных юрисдикций. Указанные разработки были разнесены по трем широким темам: (i) использование товарных знаков на аукционных Интернет–сайтах; (ii) использование товарных знаков в качестве ключевых слов на поисковых процессорах; и (iii) использование товарных знаков в виртуальном мире и социальных сетях. Следует отметить, что хотя эти темы могут быть далеко не исчерпывающими, они типичны для некоторых самых последних разработок, касающихся новых видов использования товарных знаков в Интернете.
32. Следует также отметить, что фактические обстоятельства, лежащие в основе недавних судебных прецедентов в связи с использованием товарных знаков в Интернете, как правило, касаются трех категорий действующих лиц, в числе которых: (i) владельцы товарных знаков, (ii) Интернет–посредники, такие как операторы аукционных Интернет–сайтов, поисковые процессоры, виртуальные миры и социальные сети, а также (iii) пользователи услуг, предоставляемых упомянутыми Интернет–посредниками³².

33. В некоторых судебных прецедентах владельцы товарных знаков утверждали, что Интернет–посредники и пользователи должны понести ответственность за свои действия, которые предположительно представляют собой нарушение прав на товарные знаки. В других судебных прецедентах – или в качестве дополнительного основания к первым прецедентам – владельцы товарных знаков утверждали, что Интернет–посредники должны понести ответственность за действия пользователей их услуг, которые предположительно представляют собой нарушение прав на товарные знаки. Другими словами, если первая категория судебных дел касается основной или прямой ответственности Интернет–посредников и пользователей услуг, вторая категория судебных дел касается субсидиарной или косвенной ответственности Интернет–посредников³³.

В. Основная ответственность Интернет–посредников и пользователей услуг

34. Вопрос, касающийся основной или прямой ответственности Интернет–посредников и пользователей услуг, как правило, оценивается исходя из принципов законодательства о товарных знаках.

Использование товарных знаков на аукционных Интернет–сайтах

35. Как показано в Приложении I к документу SCT/24/4, в ряде судебных дел рассматривалась основная ответственность аукционного Интернет–сайта за нарушение прав третьих лиц на товарные знаки³⁴. Однако представляется, что до настоящего времени операторы аукционных сайтов не несли основную ответственность за нарушение прав третьих лиц на товарные знаки в отношении использования таких товарных знаков на их веб-сайтах³⁵.

Использование товарных знаков в качестве ключевых слов на поисковых процессорах

36. Основная ответственность в отношении использования товарного знака в качестве ключевого слова на поисковом процессоре может касаться двух действующих лиц: оператора поискового процессора и рекламодателя.
37. Что касается оператора поискового процессора, в одном конкретном случае апелляционный суд отметил, что оператор мог бы понести основную ответственность при условии, что истец докажет юридически, что имело место использование в торговле, и существует вероятность смещения³⁶. В другой юрисдикции ответственность операторов поисковых процессоров была отведена на том основании, что характер их деятельности не равнозначен использованию обозначения в контексте применимого законодательства³⁷.
38. Что касается рекламодателя, как показано в Приложении I к документу SCT/24/4, национальные суды ссылались на концепции использования в торговле или использования в отношении товаров и услуг и введения потребителя в заблуждение, либо вероятности введения в заблуждение, в целях оценки, совершил ли рекламодатель нарушение права на товарный знак³⁸.

Использование товарных знаков в виртуальном мире и социальных сетях

39. Как показано в Приложении I к документу SCT/24/4, использование товарных знаков в виртуальном мире и социальных сетях приводит к появлению очень трудных правовых вопросов, касающихся *среди прочего* требования в отношении использования в торговле, особенно в случае генерируемого пользователями информационного наполнения в виртуальном мире. Кроме того, использование товарных знаков в виртуальном мире и социальных сетях может привести к опасности введения потребителей в заблуждение, подрыва репутации известных знаков и ослабления их различительной способности³⁹.

Малое число судебных решений и определений, а также конфиденциальный характер мировых соглашений между тяжущимися сторонами не способствуют снижению правовой неопределенности в отношении указанных вопросов.

С. Субсидиарная ответственность Интернет–посредников

40. Как упоминается выше, в недавних судебных прецедентах владельцы товарных знаков также утверждали, что Интернет–посредники должны нести ответственность за предположительное нарушение прав на товарные знаки, которое происходит в результате совершений действий пользователями их услуг. В таких случаях доводом является не то, что Интернет–посредник совершил сам нарушение права на товарный знак, а то, что указанный Интернет–посредник должен нести ответственность за предположительное нарушение права на товарный знак, совершенное пользователем его услуг. Другими словами, такие прецеденты касаются субсидиарной или косвенной ответственности посредника за то, что он позволил пользователям его услуг совершить нарушение права на товарный знак⁴⁰.
41. Интересно отметить, что Интернет–посредники приняли определенные меры по охране прав интеллектуальной собственности третьих сторон, включая права третьих сторон на товарные знаки. Используемые процедуры, как правило, позволяют владельцам товарных знаков сообщать о предположительном нарушении их прав на товарные знаки, совершенном пользователем услуг, предоставляемых указанными Интернет–посредниками. По получении уведомления о предположительном нарушении, совершенном пользователем их услуг, Интернет–посредники могут реагировать путем, *помимо прочего*, осуществления определенных действий, таких как изъятия объекта, являющегося предметом жалобы, или аннулирования счета пользователя - нарушителя. Эти процедуры уведомления и изъятия могут быть уместны для целей оценки субсидиарной ответственности Интернет–посредников⁴¹.

Использование товарных знаков на аукционных Интернет–сайтах

42. Как поясняется в Приложении I к документу SCT/24/4, национальные суды пришли к различным заключениям в отношении ответственности оператора аукционного сайта, возникающей вследствие нарушения права на товарный знак, совершенного пользователем его услуг⁴².
43. При этом представляется, что результат таких судебных прецедентов определяется такими соображениями, как степень осведомленности оператора аукционного сайта о деятельности, осуществляемой на его веб-сайте; и мера ответственности оператора аукционного сайта по осуществлению контроля за его веб-сайтом и осуществлению действий при выявлении случаев незаконной деятельности на этом сайте⁴³.

Использование товарных знаков в качестве ключевых слов на поисковых процессорах

44. Что касается субсидиарной ответственности операторов поисковых процессоров в Интернете, недавно вынесенное решение предполагает, что должное внимание следует уделять установлению того, преднамеренно ли оператор склонял рекламодателей третьей стороны к продаже контрафактной продукции - или осознанно позволял им это делать - для использования знаков в их ссылках и тексте рекламных объявлений⁴⁴.
45. Следует напомнить о том, что освобождение оператора поискового процессора от ответственности в отношении хостинга, предусмотренного в законодательстве одной юрисдикции, зависит от того, сыграл ли последний активную роль, которая позволила ему знать о хранимых данных или

осуществлять контролем над ними⁴⁵. И даже если оператор поискового процессора не сыграл активной роли, он все же может нести ответственность в том случае, если он не сумел действовать энергично, чтобы запретить или отменить доступ к подаче рекламного объявления после получения информации о незаконном характере этого объявления⁴⁶.

Использование товарных знаков в виртуальном мире и социальных сетях

46. Насколько можно видеть, в судебных прецедентах, упомянутых в Приложении I к документу SCT/24/4, не было вынесено ни одного судебного решения применительно к субсидиарной ответственности Интернет-посредника за использование товарного знака в виртуальном мире и социальных сетях⁴⁷. Тем не менее, в некоторых исках истцов выдвигались аргументы в отношении субсидиарной ответственности таких Интернет-посредников⁴⁸. Остается увидеть, будут ли суды в будущем выносить определения на основании такой ответственности и выявлять субсидиарную ответственность оператора веб-сайта в виртуальном мире или социальных сетях в случаях, когда конкретные требования иска в отношении субсидиарной ответственности удовлетворены согласно применимому законодательству.

IV. ВОЗВРАЩАЯСЬ К СОВМЕСТНОЙ РЕКОМЕНДАЦИИ

47. Эта часть представляет собой попытку проанализировать, в какой мере цель, сфера применения и содержание Совместной рекомендации могут касаться и содействовать рассмотрению недавних разработок, относящихся к использованию товарных знаков в Интернете, которые были описаны в Приложении I к документу SCT/24/4.

A. Цель и сфера применения

48. Следует напомнить, что положения Совместной рекомендации имеют целью обеспечить четкий правовой режим для владельцев товарных знаков, которые желают использовать свои знаки в Интернете и участвовать в развитии электронной торговли⁴⁹.
49. Как поясняется выше, недавние разработки, касающиеся использования товарных знаков в Интернете, относятся не только к владельцам товарных знаков, но также к целому ряду действующих лиц, таких как обладатели прав на товарные знаки, Интернет-посредники и пользователи услуг. Это важное соображение следует иметь в виду при оценке содержания положений Совместной рекомендации.

B. Содержание

Привязывание использования обозначения в Интернете к конкретному государству или территории

50. Как упоминается выше, вопрос о том, может ли использование обозначения в Интернете рассматриваться как имевшее место в конкретном государстве или территории, является актуальным определения того, должно ли такое использование приниматься во внимание при решении вопроса о том, приобрел ли, поддерживал в силе или нарушил пользователь право, охраняемое в конкретном государстве или территории⁵⁰. Статья 2 Совместной рекомендации основана на предположении, что не всякое использование обозначения в Интернете должно рассматриваться как имеющее место в данном государстве, даже если такое использование может быть доступно пользователям Интернета, находящимся в этом государстве. Действие этого положения заключается в том, что только такое использование, которое имеет коммерческое отражение в

данном государстве, или, другими словами, использование, которое имеет коммерческие последствия в этом государстве, может рассматриваться как имевшее место в этом государстве⁵¹.

51. Во время составления проекта Совместной рекомендации термин «коммерческие последствия» был выбран вместо выражения «в ходе торговли» для учета тех случаев, когда некоммерческая компания возымела коммерческие последствия в определенной стране путем использования обозначения в Интернете, не используя его «в ходе торговли»⁵². Однако, из подготовительных материалов следует, что этот выбор предназначался не для сужения понятия «в ходе торговли», а для его расширения.
52. Можно утверждать, что недавно появившиеся виды использования, описанные в Части III этого документа и в Приложении I к документу SCT/24/4, могут иметь коммерческие последствия в определенных государствах. Следует напомнить о том, что список факторов, предусмотренных статьей 3 Совместной рекомендации в отношении установления коммерческих последствий в рассматриваемом государстве, не является исчерпывающим. Кроме того, следует отметить, что один из факторов, приведенных в статье 3(1)(e) Совместной рекомендации, касается связи между использованием обозначения в Интернете и правом на это обозначение в рассматриваемом государстве. Использование обозначения в Интернете может иметь коммерческие последствия в государстве, если это обозначение является объектом права, охраняемого законодательством этого государства⁵³. Если пользователь, зная об этом праве, тем не менее, использует обозначение, например, потому что он или она хочет воспользоваться репутацией, воплощенной в этом обозначении, такое использование может подразумевать коммерческие последствия в государстве, в котором охраняется это право, даже только потому, что коммерческая ценность обозначения для владельца права уменьшилась.
53. В соответствии с Совместной рекомендацией, такое использование считается недобросовестным использованием. Кроме того, следует напомнить о том, что в соответствии со статьей 4(2) Совместной рекомендации пользователи, которые знали о наличии конфликтующего права в момент начала использования обозначения, могут также рассматриваться в качестве лиц, действовавших недобросовестно⁵⁴.
54. Из приведенных судебных прецедентов следует, что вопрос относительно того, имеет ли использование товарного знака коммерческие последствия в определенной стране, однозначно рассматривался одним судом при установлении того, совершил ли ответчик нарушение права на товарный знак⁵⁵. Другой подход, принятый судами еще одной юрисдикции в случаях с предположительным нарушением права на товарный знак, совершенным в Интернете, заключается в оценке того, ориентированы ли на публику указанной юрисдикции те веб-сайты, на которых используются обозначения. Такая оценка проводится для целей определения, имеют ли суды надлежащую юрисдикцию в этих судебных прецедентах⁵⁶.

Вопросы, касающиеся нарушения права и ответственности за это

55. Как упоминается выше, Статья 6 Совместной рекомендации определяет, что при установлении факта, было ли нарушено право, предусмотренное применимым законодательством государства, принимается во внимание только такое использование, которое имеет коммерческие последствия на определенной территории. Однако статья 6 относит к сфере регулирования национального законодательства определение нарушения и возможных исключений к нему. Статья 7 Совместной рекомендации, касающаяся ответственности, принимает аналогичный подход.

56. Новые виды использования товарных знаков в Интернете, упомянутые в Части III этого документа и в Приложении I к документу SCT/24/4, составляют, в соответствии с терминологией используемой в статье 6 Совместной рекомендации, формы использования, которые стали возможны благодаря техническому прогрессу. Учитывая что, как утверждается выше, указанные недавно появившиеся виды использования товарных знаков в Интернете могут иметь коммерческие последствия в определенных государствах или территориях, представляется что требование предусмотренное статьей 6 Совместной рекомендации, а именно - при установлении факта было ли нарушено право, предусмотренное применимым законодательством государства, принимается во внимание только такое использование, которое имеет коммерческие последствия в этом государстве, - выполнено.
57. Статья 7 Совместной рекомендации устанавливает что, с некоторыми исключениями, пользователь обозначения в Интернете будет нести ответственность, согласно применимому законодательству, за нарушение права на товарный знак, если использование этого обозначения может рассматриваться как имевшее место в государстве в соответствии со статьями 2 и 6 Совместной рекомендации, и такое использование составляет нарушение права в соответствии с применимым законодательством⁵⁷. Однако важно напомнить, что Совместная рекомендация не оговаривает условия для установления того факта, что такое использование в самом деле нарушает право, которое охраняется согласно законодательству конкретного государства. Соответствующее решение по этому вопросу должно приниматься согласно применимому законодательству этого государства.
58. Наконец, в положениях Совместной рекомендации отдельно не рассматривается ответственность посредников, в частности, провайдеров услуг в режиме он-лайн; этот вопрос отнесен к сфере регулирования применимого законодательства⁵⁸.
59. Учитывая вышеизложенное, можно сказать, что статьи 4, 6 и 7 Совместной рекомендации актуальны в отношении недавних разработок, относящихся к использованию товарных знаков в Интернете, которые представлены в документе SCT/24/4; однако некоторые правовые вопросы – такие как условия для установления факта нарушения права и ответственности Интернет-посредников – выходят за пределы сферы применения указанных положений.

Предотвращение конфликтов между обозначениями в Интернете

60. Как поясняется выше, Часть V Совместной рекомендации имеет целью урегулировать конфликты между обозначениями в Интернете и предусматривает особую процедуру в попытке сбалансировать интересы, с одной стороны, добросовестных законных пользователей, которые обладают правом на используемое обозначение или другим разрешением на использование этого обозначения, и, с другой стороны, владельцев прав, которые могут быть нарушены путем такого использования⁵⁹.
61. Однако стороны в судебных разбирательствах, относящихся к недавним разработкам, упомянутым выше, как правило, не владеют правами на товарные знаки. Кроме того, не всегда возможно считать, что такое использование представляет собой использование обозначения лицом, имеющим право на это обозначение, которое, как и его собственное имя, охраняется в некоммерческом контексте, либо что это добросовестное использование родовых или описательных терминов⁶⁰.

Определение санкций, специфичных для Интернета

62. Как упоминается выше, Статья 13 Совместной рекомендации требует, чтобы санкции были соразмерными коммерческим последствиям использования обозначения в определенном Государстве, чтобы компетентные органы учитывали соответствующие интересы, права и обстоятельства, и чтобы пользователю обозначения могла быть предоставлена возможность предложить компетентному органу эффективную санкцию. Статья 14 требует от компетентных органов принимать во внимание ограничение использования обозначения. Статья 15 Совместной рекомендации требует от компетентных органов избегать применения «глобальных судебных запретов».
63. Следует напомнить, что Часть VI Совместной рекомендации имеет целью не допустить применения «глобальных судебных запретов». В соответствии со статьей 15(2) пользователи освобождены от «глобальных судебных запретов» только в том случае, если они не поступают недобросовестно, и если они или обладают правом на это обозначение сами, или имеют иное разрешение использовать обозначение в Интернете таким образом, каким оно используется⁶¹. Аналогичным образом, отмечалось, что добросовестное использование обозначения должно быть предпосылкой для ограничения имеющихся санкций. Если недобросовестность очевидна, можно применить обычные санкции в рамках национального законодательства, включая неограниченный судебный запрет, независимо от того, что последствия применения такого судебного запрета выходят за пределы охраны относящейся к национальной территории⁶².
64. В той мере, в какой условия, установленные статьей 15(2) Совместной рекомендации, не выполнены, система, предусмотренная Частью VI этого документа, окажет незначительное содействие в отношении недавних разработок, касающихся использования товарных знаков в Интернете.

V. ВЫВОДЫ

65. В свете приведенных выше замечаний представляется, что Совместной рекомендации в определенной степени рассматриваются виды использования товарных знаков в Интернете, как описано в Приложении I к документу SCT/24/4.
66. В то время как концепция «коммерческие последствия» уместна для целей новых форм использования обозначения, которые стали возможны благодаря техническому прогрессу, процедура «уведомления и предотвращения конфликта» и санкции, изложенные в Совместной рекомендации, представляются не имеющими отношения к вышеупомянутым видам использования товарных знаков в Интернете.
67. Кроме того, положения Совместной рекомендации не касаются ряда других вопросов (таких как ответственность Интернет-посредников), которые возникают в отношении нынешних видов использования товарных знаков в Интернете.
68. В свете приведенных выше соображений представляются возможными другие решения относительно продолжения работы по этой теме.
69. Один возможный подход заключался бы в разработке согласованных стандартов в отношении основной ответственности Интернет-посредников за нарушение прав третьих лиц на товарные знаки. Такой подход может представлять значительные трудности ввиду различий в материальных нормах законодательства о товарных знаках в рамках национальных и региональных

юрисдикций. Более того, должное внимание следует уделять быстро меняющемуся характеру Интернета и ассортименту услуг, предоставляемых Интернет–посредниками, и поэтому принятое решение может быстро устареть.

70. Другой подход заключался бы в попытке разработать согласованные стандарты установления наличия или отсутствия субсидиарной ответственности Интернет–посредников. Такие стандарты предоставили бы возможность заинтересованным сторонам достигнуть определенной степени правовой и транзакционной предсказуемости, например, путем разработки положений о «надежном убежище». При таком подходе необходимо рассматривать такие вопросы, как роль Интернет–посредника в отношении предполагаемого нарушения права на товарный знак и контроль, осуществляемый Интернет–посредником за предположительно нарушающей деятельностью пользователя услуг, а также способы, с помощью которых Интернет–посредник реагирует при получении информации о подобной деятельности. Такая работа должна проводиться на всесторонней основе и при тесном консультативном участии всех заинтересованных сторон – государств-членов, а также представителей промышленных кругов и пользователей.

71. ПКТЗ предлагается рассмотреть, желает ли он:

(i) продолжить свою работу по вопросам товарных знаков и Интернета в рамках подхода, описанного в пункте 70;

(ii) обсудить любой другой план действий применительно к рассматриваемой теме.

[Конец документа]

1 Preface of the Joint Recommendation, paragraph 3. See also the Preamble of the Joint Recommendation.
2 Explanatory Notes, Notes 0.03 and 0.01.
3 Explanatory Notes, Note 1.02.
4 Explanatory Notes, Note 1.03.
5 Explanatory Notes, Note 0.01.
6 Explanatory Notes, Note 0.04.
7 Explanatory Notes, Notes 1.02 and 2.05.
8 Johannes Christian Wichard, "The Joint Recommendation concerning Protection of Marks, and Other Industrial Property Rights in Signs, on the Internet", in Josef Drexel and Annette Kur (eds) *Intellectual Property and Private International Law: Heading for the Future*, Oxford, 2005, vol. 24, page 259.
9 Articles 2 to 4 of the Joint Recommendation.
10 Respectively, Articles 5, and Articles 6 to 8 of the Joint Recommendation.
11 Articles 9 to 12 of the Joint Recommendation.
12 Articles 13 to 15 of the Joint Recommendation.
13 Explanatory Notes, Notes 2.01 and 2.02. For early examples of decisions holding that mere accessibility on the Internet of a sign does not constitute trademark infringement in a particular State, see 1-800-FLOWERS Trade Mark Application [2000] FSR 697, upheld on appeal [2001] EWCA Civ 721, S.A. Produits Nestlé, S.A. Nestlé France and S.A. Nestlé Grand Froid v. Société Mars Inc., RG01/19552, Tribunal de grande instance de Paris, 28 March 2003 and Re the MARITIM Trade Mark, Hamburg District Court, 2003. It is of interest to note that the Joint Recommendation was mentioned in the Opinion of the Advocate General Jääskinen, delivered on 9 December 2010, Case C-324/09, L'Oréal v. eBay, in order to assess whether an electronic marketplace is targeting buyers in a certain jurisdiction. The Advocate General observed at paragraph 129 that "[g]uidance in this respect can be

[Endnote continued from previous page]

sought from WIPO Joint Recommendation of 2001 Concerning Provisions on the Protection of Marks, and other Industrial Property Rights in Signs on the Internet”.

14 Explanatory Notes, Note 2.03.

15 Explanatory Notes, Note 3.01.

16 Explanatory Notes, Note 4.01.

17 Explanatory Notes, Note 5.03.

18 Explanatory Notes, Note 6.01.

19 Explanatory Notes, Note 6.01.

20 Explanatory Notes, Note 6.03.

21 For a review of the discussions on the forms of use that are made possible by technological advances, see documents SCT/2/12, paragraph 94, SCT/3/10, paragraphs 50,57,60, 88 and 89, SCT/4/6, paragraphs 130 to 131, and SCT/5/6, paragraphs 48 to 50.

22 Explanatory Notes, Note 6.04.

23 Explanatory Notes, Note 7.01.

24 Explanatory Notes, Note 7.02.

25 Explanatory Notes, Note 9.01.

26 Explanatory Notes, Note 9.02.

27 Johannes Christian Wichard, “The Joint Recommendation concerning Protection of Marks, and Other Industrial Property Rights in Signs, on the Internet”, in Josef Drexel and Annette Kur (eds) *Intellectual Property and Private International Law: Heading for the Future*, Oxford, 2005, vol. 24, page 262.

28 Explanatory Notes, Note 13.02.

29 Explanatory Notes, Note 14.01.

30 Explanatory Notes, Note 15.01.

31 Explanatory Notes, Note 15.02.

32 Internet intermediaries is an expression that refers to operators that “bring together or facilitate transactions between third parties on the Internet. They give access to, host, transmit and index content, products and services originated by third parties on the Internet or provide Internet-based services to third parties”, see OECD, *The Economic and Social Role of Internet Intermediaries*, April 2010, page 9. This report is available on the Internet at the following address: <http://www.oecd.org/dataoecd/49/4/44949023.pdf> (page consulted on 1 February 2011). It should be noted that operators of Internet auction sites, search engines, virtual worlds, and social media are part of a wider list of Internet intermediaries.

33 For examples of cases dealing with the primary liability of Internet intermediaries or services users see, *Tiffany v eBay*, 600 F.3d., 93 (2010) and *L’Oreal SA & Ors v eBay International AG & Ors* [2009] EWHC 1094 (Ch) (22 May 2009), *Rescuecom Corp. v Google Inc.*, 562 F.3d 123 (2d Cir. 2009), *Google France SARL v Louis Vuitton Malletier SA* (C-236/08, C-237/08 & C-238/08) [2010], *Portakabin Ltd v Primakabin BV*, Case C-558/08 [2010]. For examples of cases dealing with the secondary liability of Internet intermediaries see *Tiffany v eBay*, 600 F.3d., 93 (2010) and *L’Oreal SA & Ors v eBay International AG & Ors* [2009] EWHC 1094 (Ch) (22 May 2009), *Rosetta Stone Ltd. v. Google Inc.*, 09-00736, U.S. District Court, Eastern District of Virginia (Alexandria), 3 August 2010, *eBay v. Louis Vuitton Malletier*, Paris Court of Appeals, No. 08/12820 (3 September 2010), *Internet Auction II*, [2007] E.T.M.R. 70.

34 See *Tiffany v eBay*, 600 F.3d., 93 (2010) and *L’Oreal SA & Ors v eBay International AG & Ors* [2009] EWHC 1094 (Ch) (22 May 2009). It is to be noted that the Supreme Court of the United States denied on 29 November 2010 the petition for a writ of certiorari in the case of *Tiffany v. eBay*. See the Order List: 562 U.S. (November 29, 2010), at page 15, available on the website of the Supreme Court of the United State at <http://www.supremecourt.gov/orders/courtorders/112910zor.pdf> (page consulted January 6, 2011). Furthermore, the Court of Justice of the European Union (CJEU) has not yet rendered its preliminary ruling in the case of *L’Oreal SA & Ors v eBay International AG & Ors* (website last consulted on February 8, 2011).

35 This conclusion is confirmed by the Opinion of the Advocate General Jääskinen, delivered on 9 December 2010, Case C-324/09, *L’Oreal v. eBay*, paragraph 58.

36 *Rescuecom Corp. v Google Inc.*, 562 F.3d 123 (2d Cir. 2009), page 14. It should be pointed out that the Court of Appeals did not hold that Google was liable for direct trademark infringement under the Lanham Act for the sale of keywords. Rather, the Court of Appeals had to decide whether *Rescuecom* properly alleged a claim under the Lanham Act against Google. While it expressed “no views as to whether *Rescuecom* can prove a Lanham Act violation” the Court of Appeals held that “an actionable claim is adequately alleged in its pleadings”. The Court of Appeals recalled that “a complaint fails to state a claim under the Lanham Act unless it alleged that the defendant has made “use in commerce” of the plaintiff’s trademark”. It found that the “allegations of *Rescuecom*’s complaint adequately plead a use in commerce”. However, the Court of Appeals added that it was also necessary that the use causes likelihood of confusion or mistake. The Court of Appeals did not have to resolve this issue. It is to be noted that on March 2010, the parties dismissed without prejudice their claims and counterclaims.

37 *Google France SARL v Louis Vuitton Malletier SA* (C-236/08, C-237/08 & C-238/08) [2010], paragraph 121 (2).

[Endnote continued on next page]

[Endnote continued from previous page]

38 See the cases mentioned in Annex I of document SCT/24/4, pages 7 to 12.
39 See the cases mentioned in Annex I of document SCT/24/4, pages 12 to 18.
40 It is important to note that, as explained in the Opinion of the Advocate General Jääskinen, delivered on 9 December 2010, Case C-324/09, *L'Oréal v. eBay*, paragraph 55, “[t]here is no provision in EU law requiring businesses to prevent trade mark infringements by third parties or to refrain from acts or practices that might contribute to or facilitate such infringements. However, partial harmonization of such liability, or more precisely, conditions of its absence, is provided by Articles 12, 13 and 14 of Directive 2000/31. In addition, EU law requires that injunctions are available against intermediaries whose services are used by a third party to infringe an intellectual property right”.

41 See for instance Google’s AdWords policy on trademarks in ads, available at <http://adwords.google.com/support/aw/bin/answer.py?hl=en&answer=144298> (page consulted on February 2, 2011), eBay’s Verified Rights Owner (VeRO) Program, available at <http://pages.ebay.com/vero/intro/index.html> (page consulted on February 2, 2011), Twitter’s trademark policy, available at <http://pages.ebay.com/vero/intro/index.html> (page consulted on February 4, 2011).

42 See the cases mentioned in Annex I of document SCT/24/4, pages 2 to 5.
43 It is of interest to note that while the CJEU is yet expected to clarify the scope of the application of the hosting exemption provided for in Article 14 of Directive 2000/31 in an upcoming preliminary ruling, the Advocate General has taken the view that the said exemption could apply to an operator of an auction site, except “in cases where [it] has been notified of infringing use of a trade mark, and the same user continues or repeats the same infringement”, see Opinion of the Advocate General Jääskinen, delivered on 9 December 2010, Case C-324/09, *L'Oréal v. eBay*, paragraphs 151 and 168. Further, according to the Advocate General, “an injunction could be given against an intermediary to prevent the continuation or repetition of an infringement of a certain trade mark by a certain user. Such an injunction could be followed by [...] simply closing the client account of the user in question”, see Opinion of the Advocate General Jääskinen, delivered on 9 December 2010, Case C-324/09, *L'Oréal v. eBay*, paragraph 182.

44 *Rosetta Stone Ltd. v. Google Inc.*, 09-00736, U.S. District Court, Eastern District of Virginia (Alexandria), 3 August 2010, page 32. An appeal has been filed in this case on 1 September 2010 before the United States Court of Appeals for the Fourth Circuit.

45 *Google France SARL v Louis Vuitton Malletier SA (C-236/08, C-237/08 & C-238/08)* [2010], paragraph 114. It is for the national court to determine whether the internet service provider has behaved in a neutral manner or has been “active” in this sense, see *Google France SARL v Louis Vuitton Malletier SA (C-236/08, C-237/08 & C-238/08)* [2010], paragraph 119.

46 *Google France SARL v Louis Vuitton Malletier SA (C-236/08, C-237/08 & C-238/08)* [2010], paragraph 120.
47 As mentioned in Annex I of document SCT/24/4, the following cases *Taser International Inc. v Linden Research Inc.*, Case No. 2:09-cv-00811-ROS, *La Russa v Twitter Inc.* Case No. CV-09-2503 (N.D.C.A. June 5, 2009), *Oneok Inc v Twitter Inc.* Case No. 4:09-cv-00597 (N.D.O.K. Sep 15, 2009) were voluntarily dismissed.

48 See for example the complaint in the case of *Eros LLC. V. Linden Research Lab*, U.S. District Court for the Northern District of California, Case No. 09-CV-4269. The Complaint is available at http://www.3dinternetlaw.com/Trademark/Trademark/Eros_v_Linden_files/Eros%20v.%20Linden%20Complaint.pdf (page consulted on February 4, 2011). It appears that this case has been referred by the parties to a mediation process on October 2010. See also the complaint in the case of *Oneok Inc v Twitter Inc.* Case No. 4:09-cv-00597 (N.D.O.K. Sep 15, 2009). The complaint is available at the following address <http://www.citmedialaw.org/sites/citmedialaw.org/files/2009-09-15%20-%20ONEOK%20Complaint.pdf> (page consulted on February 4, 2011).

49 Preface of the Joint Recommendation, paragraph 3. See also the Preamble of the Joint Recommendation.
50 Explanatory Notes, Note 2.01.
51 Explanatory Notes, Note 2.02.
52 Explanatory Notes, Note 2.04.
53 Explanatory Notes, Note 3.17.
54 Explanatory Notes, Note 4.04.
55 See the decision of the English High Court of Justice in *L'Oreal SA & Ors v eBay International AG & Ors* [2009] EWHC 1094 (Ch) (22 May 2009), paragraphs 402 to 412 and paragraph 430.

56 See for example the decisions of the French Court of Cassation in cases No. 06-20230 (13 July 2010) and No. 07-19543 (23 November 2010).
57 Explanatory Notes, Note 7.01.
58 Explanatory Notes, Note 7.02.
59 Explanatory Notes, Note 9.02.
60 Explanatory Notes, Note 9.06.
61 Explanatory Notes, Note 15.02.

[Endnote continued on next page]

[Endnote continued from previous page]

62

Torsten Bettinger, "The Joint Recommendation Concerning Provisions on the Protection of marks and Other Industrial Property Rights in Signs on the Internet", in Torsten Bettinger (eds), *Domain name law and practice: an international handbook*, Oxford, 2005, page 1175.