



МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

имени М.В. Ломоносова

ЮРИДИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра предпринимательского права

Курсовая работа по теме:

«Экономическая деятельность с использованием сайтов-агрегаторов:
проблема соблюдения интеллектуальных прав»

Выполнила студентка 315 группы

Карелова Александра Денисовна

Научный руководитель

Доцент

Афанасьева Е.Г.

Дата представления курсовой работы в учебный отдел

«30 апреля» 2020 г.

Дата сдачи научному руководителю: «30 апреля» 2020 г.

Дата защиты курсовой работы: «2 мая» 2020 г.

Оценка: отлично

Москва

2020 г.

Оглавление

Введение	3
Глава 1: Общие положения об агрегаторах и их правовое регулирование	5
§1. Понятие агрегатора и договорные конструкции, возникающие при его использовании.....	5
§2. Агрегаторы в Законе «О защите прав потребителей»	8
§3. Некоторые виды агрегаторов и их дополнительные обязанности.....	13
Глава 2: Особенности и проблемы правового регулирования деятельности агрегаторов	19
§1. Регулирование деятельности агрегаторов в Соединенных Штатах Америки.....	19
§2. Проблемы регулирования деятельности агрегаторов в Российской Федерации.....	28
§3. Способы преодоления проблем, связанных с деятельностью агрегаторов в Российской Федерации.....	34
Заключение	39
Список использованных источников	40

Введение

В современном, стремительно развивающемся мире, все чаще возникают новые общественные отношения, требующие своеобразного правового регулирования и защиты со стороны государства. В связи с распространенным использованием сети Интернет, общество все чаще стало покупать товары и услуги дистанционным способом, что и вывело в центр внимания такую фигуру информационного посредника – агрегатора.

Понятие «информационный посредник» берет свое начало в Соединенных Штатах Америки и Европейском Союзе. Так, например, в США существует закон «Об авторском праве в цифровом тысячелетии» (DMCA), который разрешает вопросы, связанные с ответственностью серверов-провайдеров. Законодательство Европейского Союза раскрывает понятие «информационных общественных услуг», основания освобождения от ответственности информационных посредников в Директиве 2000/31/ЕС Европейского Парламента и Совета от 8 июня 2000 года. В Российской Федерации понятие «агрегатор» закреплено в Законе «О защите прав потребителей», однако из-за его неполноты, а также в силу того, что законодателем довольно сильно урезаны обязанность и ответственность данных платформ, по сравнению с подобными институтами в других странах, на практике появляется множество проблем, главная из которых – то, что на базе агрегатора возникает целый ряд правонарушений, за которые сама платформа не несет практически никакой ответственности.

Данная тема актуальна, поскольку, несмотря на то, что с момента принятия изменений к Закону «О защите прав потребителей» и введения понятия «агрегатор» прошло более года, неточности в нем, на которые обращают внимание многие правоведы, по-прежнему не исправлены.

Целью данной курсовой работы является попытка разобраться в причинах возникновения правонарушений, способах и методах их преодоления как в других странах, так и в Российской Федерации, путем

анализа отечественной и иностранной литературы, судебной практики и законов.

Глава 1: Общие положения об агрегаторах и их правовое регулирование

§1. Понятие агрегатора и договорные конструкции, возникающие при его использовании

Агрегаторы представляют собой особую группу посредников, которые сводят юридические лица и индивидуальных предпринимателей, торгующих различными товарами и услугами, с потенциальными потребителями на основе интернет-платформ. Услуги, оказываемые подобными посредниками – это доступ к сервисам сайта и различным предложениям в самых разнообразных сферах и ценовых сегментах. Основной причиной существования подобных интернет-площадок является их возможность заработка через проценты от реализуемой на их базе продукции и за счет продвижения объявлений.

Для реализации своей деятельности, подобные сайты используют программные платформы, для сбора данных из множества информационных каналов, и в дальнейшем объединяют их в один источник, с помощью которого потенциальные клиенты сами находят нужные товары и услуги. Соответственно, компании, работающие с подобными агрегаторами, значительно увеличивают объем реализуемых товаров и услуг за счет получения отдельного канала продаж и дополнительной возможности продвигать свои продукты на рынке¹.

Отдельно стоит обратить внимание на договорные конструкции, которые могут возникнуть при реализации данных правоотношений. Во-первых, сотрудничество может осуществляться по агентской схеме, при которой сайт-агрегатор является не только посредником между продавцом и потенциальным клиентом, но и принимает на себя ряд дополнительных обязательств, например, по принятию оплаты за приобретенную продукцию. В некоторых случаях, агрегатор может даже выступать арбитром при устранении разногласий между потребителем и продавцом. Во-вторых, что

¹ Бычков А. Правовые аспекты деятельности агрегаторов // Новая бухгалтерия. №8. 2017.

более распространено на практике, между агрегаторами и агентами заключается договор возмездного оказания услуг, в рамках которого исполнитель только сводит две привлекаемые стороны друг с другом для заключения сделок, то есть выступает самостоятельно, а не на чьей-то стороне, предоставляя информационно-консультативные услуги, взывая за них плату, а, кроме того, имея ряд обязанностей, как перед продавцом, так и перед потребителем. К подобному соглашению применяются правила главы 39 Гражданского Кодекса Российской Федерации о договоре возмездного оказания услуг с правом агрегатора установить в том числе и плату за отказ от своих услуг². (например, большинство сайтов, продающих купоны от различных юридических лиц, предусмотрели невозможность их возврата). Обязанности, само собой, лежат также и на заказчике. Например, такие сайты-агрегаторы, как Booking.com, предоставляющее услуги бронирования и сборов платежей, не несет ответственность за предоставляемую отелями информацию. Подобная ответственность, предусмотренная ГК РФ и Законом «О защите прав потребителей», лежит на самих отелях-заказчиках. Таким образом, ответственность агрегатора будет зависеть от договорной конструкции между ним и заказчиком: соответственно, является ли он информационным посредником или непосредственно исполнителем, а кроме того, важно, как регулируется сфера деятельности, к которой относятся товары и услуги, размещаемые на его информационной площадке.

Вместе с тем, многие правоведы высказывают мнение, что договор безвозмездного оказания услуг не может иметь место в подобных отношениях, поскольку действия по регистрации аккаунта и получения доступа к сервисам в личном кабинете нельзя отнести к категории услуги, так как удовлетворение интереса потребителя происходит за счет собственных действий по использованию сервисов, а не действий исполнителя по договору оказания

2 Бычков А. Правовые аспекты деятельности агрегаторов // Новая бухгалтерия. №8. 2017.

услуг³. Скорее, заключаемый договор будет являться лицензионным, поскольку платформы – результаты интеллектуальной деятельности (базы данных и программы ЭВМ), поэтому их использование не может представлять из себя услугу.

Поскольку подобные конструкции вызывают множество споров, то выделяются и другие модели договорных отношений с участием бизнес-агрегаторов:

1. Модель представительства, по которой используется договор поручения. В данном случае, агрегатор освобождается от ответственности по исполнению договора, поскольку стороны заключают договор непосредственно друг с другом, но при помощи посредника;

2. Модель комиссии – продавец и потребитель заключают договор комиссии с агрегатором, однако следует помнить, что при участии потребителя как контрагента двойная комиссия невозможна, поскольку в данном случае она не является коммерческой;

3. Модель передачи товаров, выполнения работ, оказания услуг – заключение различных договоров, в которых каждый ее участник, за исключением потребителя, выполняет какую-то самостоятельную функцию, не являющуюся посреднической;

4. Смешанная модель, в которой производитель может заключить договор поручения, либо комиссии с агрегатором, а также производитель может заключить основной договор с агрегатором, чтобы тот, в свою очередь, заключил аналогичный договор с потребителем, возлагая исполнение на третье лицо по договору концессии. Так, например, ЯндексТакси предоставляет свою платформу для заключения договора оказания услуг,

³ Кузнецова Н.Г. Правовое положение агрегатора информации о товарах (услугах, работах, цифровом контенте) и его преддоговорные обязанности // Юридические исследования. – 2018. – №3. – С. 1 - 15.

потом заключает договор коммерческой концессии с предпринимателями, которые заключают агентские договоры с водителями⁴.

⁴ Иванов А.А. Бизнес-агрегаторы и право // Закон. 2017. N 5. // СПС «КонсультантПлюс»

§2. Агрегаторы в Законе «О защите прав потребителей»

С 1 января 2019 года федеральным законом от 29.07.2018 № 250-ФЗ «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» (далее – «закон» или «ЗОЗПП») в отечественное право был введен новый субъект – владелец агрегатора информации о товарах (услугах). В Пояснительной записке к проекту Федерального закона N 126869-7 «О внесении изменений в Закон Российской Федерации "О защите прав потребителей" подчеркивалась необходимость восполнения законодательного пробела в области регулирования деятельности информационных посредников в интернет-торговле, так, «из-за отсутствия четкой правовой регламентации деятельности хозяйствующих субъектов, не идентифицируемых как классические продавцы (исполнители), они фактически оказываются вне юрисдикции законодательства о защите прав потребителей, не несут бремя соблюдения прав потребителей на информацию о продавце (изготовителе, исполнителе), реализуемых товарах и предлагаемых услугах»

Исходя из положений закона, под ним понимается «организация независимо от организационно-правовой формы либо индивидуальный предприниматель, которые являются владельцами программы для электронных вычислительных машин и (или) владельцами сайта и (или) страницы сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и которые предоставляют потребителю в отношении определенного товара (услуги) возможность одновременно ознакомиться с предложением продавца (исполнителя) о заключении договора купли-продажи товара (договора возмездного оказания услуг), заключить с продавцом (исполнителем) договор купли-продажи (договор возмездного оказания услуг), а также произвести предварительную оплату указанного товара (услуги) путем перевода денежных средств владельцу агрегатора в рамках применяемых форм безналичных расчетов в соответствии с пунктом 3 статьи 16.1 настоящего

Закона и Федеральным законом от 27 июня 2011 года N 161-ФЗ "О национальной платежной системе».

Подобные агрегаторы, как уже было упомянуто выше, используются для различных направлений коммерции, с помощью которых продавцы могут реализовать свои товары и услуги потребителям. Для функционирования подобной сети продавцов и покупателей, необходимо создание специальной технологической платформы, включающей в себя различные компьютерные программы, базы данных, веб-сайт и так далее. Соответственно, названные в законе «владельцы агрегаторов» являются правообладателями технологической платформы. Но, к сожалению, подобное понятие неверно употребляется в ЗОЗПП с точки зрения доктрины отечественного права, поскольку в классическом варианте лицо, обладающее правами на информационный ресурс не является его владельцем. Это обусловлено тем, что под владельцем в российском праве традиционно понимается лицо, осуществляющее соответствующее правомочие в отношении материальных вещей. В то же время в отношении нематериальных объектов (к которым как раз и относится всякий информационный ресурс) речь может идти лишь об обладании правами и, следовательно, лицо является правообладателем сайта, но не его владельцем⁵. В данном случае, правильнее было бы говорить о некоем посреднике между продавцом и потребителем, который, несмотря на свой статус, еще и несет определенную ответственность.

Подтверждением данного высказывания служит судебная практика, имевшая место еще до принятия изменений в ЗОЗПП. Так, Судебной коллегией по гражданским делам Верховного Суда РФ было рассмотрено дело, в котором родственники погибшей пассажирки такси требовали возмещения расходов на погребение и моральный вред не только с

5 Рожкова М.А. Агрегаторы, платформы, «владельцы агрегаторов»: некоторые комментарии к Закону об агрегаторах [Электронный ресурс] // Закон.ру. 2018. 13 августа. URL: https://zakon.ru/blog/2018/8/13/agregatory_platformy_vladelcy_agregatorov_nekotorye_kommentarii_k_zakonu_ob_agregatorah

перевозчика, но и агрегатора – ООО «Такси Престиж»⁶. Суды первой и апелляционной инстанции отказали в взыскании суммы с агрегатора, посчитав, что оно оказывало лишь информационные услуги. ВС, в свою очередь, согласился с доводами истца о том, что ООО «Такси Престиж» - агент, который получает заявки от пассажиров, соединяя их с водителями и действует при этом от своего имени, соответственно из-за того, что с клиентами взаимодействует непосредственно агрегатор такси, это является основанием для возложения на него деликтной ответственности за вред, причиненный при исполнении заказа по ст. 1064 Гражданского Кодекса РФ. Кроме того, Верховый Суд ссылается на п. 1 ст. 1005 ГК РФ об ответственности по агентскому договору: по сделке, которую совершил агент с третьим лицом от своего имени за счет принципала, обязанным становится агент, независимо от того, участвовал принципал в сделке или нет. То, что впоследствии погибшая взаимодействовала с работником принципала никак не влияет на обязанности агрегатора. Соответственно, исходя из мотивировки ВС, возможно привлечение к ответственности агрегаторов в том случае, если подобная платформа заключила договор от своего имени или если у клиента могло сложиться мнение, что договор заключается с агрегатором (везде указывается только его название и непонятно, какая конкретно компания оказывает потребителю услуги). Данная позиция нашла подтверждение в постановлении Пленума Верховного Суда РФ от 26.06.2018 № 26 «О некоторых вопросах применения законодательства о договоре перевозки автомобильным транспортом грузов, пассажиров и багажа и о договоре транспортной экспедиции». В п. 18 этого Постановления указано: «Лицо, к которому обращается клиент для заключения договора перевозки пассажиров и багажа, отвечает перед пассажиром за причиненный в процессе перевозки вред, если оно заключило договор перевозки от своего имени либо из обстоятельств заключения договора (например, рекламные вывески,

⁶ Исмагилова Г. Агрегатору такси выставили счет за смерть пассажира // Гражданская коллегия ВС допустила взыскание вреда [Электронный ресурс] // Закон.ру. 2018. 5 февраля.

информация на сайте в сети «Интернет», переписка сторон при заключении договора и т.п.) у добросовестного гражданина-потребителя могло сложиться мнение, что договор перевозки заключается непосредственно с этим лицом, а фактический перевозчик является его работником либо третьим лицом, привлеченным к исполнению обязательств по перевозке (пункт 3 статьи 307, статья 403 ГК РФ, статьи 8, 9 Закона о защите прав потребителей)).

Кроме того, введенное законом определение агрегатора не распространяется на провайдеров информации о работах, а также о цифровом контенте, поэтому предлагается ввести также понятие «бизнес-агрегатора», под которым понимается «коммерческая организация, которая создает инфраструктуру, позволяющую производителям и потребителям заключать договоры разного типа друг с другом посредством мобильных устройств и приложений для сети Интернет, оформляющих все этапы договорного процесса — от первоначального волеизъявления одной из сторон до исполнения уже заключенного договора»⁷.

Переходя к рассмотрению вопроса обязанности, следует вновь обратиться к ЗОЗПП, в различных статьях которого можно найти специальные обязанности владельцев агрегаторов:

1. Предоставлять информацию всем продавцам и потребителям о своем фирменном наименовании и месте нахождения, режиме работы, государственном регистрационном номере записи о создании юридического лица или гражданина в качестве индивидуального предпринимателя, а также об изменениях в этой информации (п. 1.2 ст. 9 ЗОЗПП);
2. Вносить изменения в информацию, предоставленную продавцом или исполнителем, в течение одного рабочего дня с момента ее поступления от продавца (исполнителя) (п. 1.3 ст. 9 ЗОЗПП);
3. Предоставлять соответствующую информацию органам государственного надзора и их должностным лицам для осуществления возложенных на них полномочий (ст. 31 ЗОЗПП);

7 Иванов А.А. Бизнес-агрегаторы и право // Закон. 2017. N 5. // СПС «КонсультантПлюс»

4. Возвратить потребителю сумму предварительной оплаты товара (услуги), если потребителем заявлено такое требование и одновременно наличествуют два условия: (1) товар (услуга), оплаченный потребителем, не был передан ему в срок (услуга не оказана в срок); (2) потребитель направил продавцу (исполнителю) уведомление об отказе от исполнения договора в связи с нарушением продавцом (исполнителем) обязательства передать товар (оказать услугу) в установленный срок (п. 2.2 ст. 12 ЗОЗПП). Отказ, в данном случае, возможен в том случае, если продавец предоставит подтверждение принятия потребителем товара или услуги.

Отдельно следует рассмотреть вопрос **ответственности** агрегаторов, поскольку они, во-первых, в силу абз. 2 п. 2.1 ст. 12 ЗОЗПП, несут ответственность за предоставление недостоверной или неполной информации о товаре (услуге) или продавце (исполнителе), если на основании этой информации потребителем был заключен договор купли-продажи или возмездного оказания услуг. То есть владелец агрегатора должен возместить убытки, причиненные потребителю вследствие предоставления недостоверной или неполной информации о товаре (услуге) или продавце (исполнителе). Если же информация была неверно предоставлена самим продавцом, то агрегатор освобождается от ответственности. Во-вторых, на основании абз. 2 п. 2.1 ст. 12 Закона «О защите прав потребителей», установлено, что по общему правилу именно продавец или исполнитель несет ответственность: за исполнение договора, заключенного потребителем с продавцом (исполнителем) на основании предоставленной владельцем агрегатора информации; за соблюдение прав потребителей, нарушенных в результате передачи потребителю товара (услуги) ненадлежащего качества; за обмен недовольственного товара надлежащего качества на аналогичный товар. При этом, владелец агрегатора и продавец (исполнитель) могут договориться о возложении ответственности в подобных случаях на владельца агрегатора.

Проиллюстрировать последнее утверждение можно ссылкой на

программу Fulfillment by Amazon⁸, предоставляющую продавцам на электронной площадке Amazon ряда дополнительных (платных) сервисов. В рамках данной программы предполагается не только возможность использования, например, складских мощностей Amazon для хранения товара продавца, участвующего в программе, но и, в частности, обеспечение самим Amazon (а не продавцом) возврата товара надлежащего качества, который потребителю по каким-то причинам не подошел⁹.

8 Особенности работы складской программы FBA (Fulfillment by Amazon) // <http://saleshub.pro/blog/amazon/osobennosti-raboty-skladskoj-programmy-fba-fulfillment-by-amazon>

9 Рожкова М.А. Агрегаторы, платформы, «владельцы агрегаторов»: некоторые комментарии к Закону об агрегаторах [Электронный ресурс] // Закон.ру. 2018. 13 августа. URL: https://zakon.ru/blog/2018/8/13/agregatory_platformy_vladelcy_agregatorov_nekotorye_kommentarii_k_zakonu_ob_agregatorah

§3. Некоторые виды агрегаторов и их дополнительные обязанности

Важно упомянуть, что, безусловно, различные агрегаторы имеют и дополнительные обязанности, поскольку их деятельность, например, может создавать опасность для определенного круга лиц. Поэтому я считаю необходимым выделить несколько основных видов информационных посредников и их обязанностей.

Во-первых, это касается **агрегаторов автомобильных перевозок**. Некоторые агрегаторы подключают водителей к своим системам, распределяют заявки между ними, но не владеют информацией о наличии у них права на управление автомобилем, о соблюдении таких требований, как, например, регистрации в качестве индивидуального предпринимателя и надлежащем состоянии автомобиля. Ежедневная оценка состояния и медицинский контроль за водителями не осуществляются, учет рабочего времени и времени отдыха водителей не ведется. Таким образом, агрегатор не гарантирует безопасность перевозки и исполнимость данного заказа, что лишает потребителей транспортной услуги права на получение достоверной информации о ней, об исполнителе, который ее предоставляет. Таким образом, наряду с водителями, которые могут осуществлять незаконные перевозки, агрегатор создает для этого дополнительные условия, тем самым участвуя в деятельности, создающей опасность для неопределенного круга потребителей, поскольку в нарушение ст. 7 Закона РФ 07.02.92 № 2300-1 «О защите прав потребителей» ущемляется их право на то, чтобы транспортная услуга была безопасна для их жизни, здоровья, окружающей среды, не причиняла вред их имуществу¹⁰. Согласно п. 1 ст. 20 Федерального закона от 10.12.95 № 196-ФЗ «О безопасности дорожного движения» юридические лица и ИП, осуществляющие на территории РФ деятельность, связанную с эксплуатацией

¹⁰ Бычков А. Правовые аспекты деятельности агрегаторов // Новая бухгалтерия. №8. 2017.

транспортных средств, обязаны организовать работу в соответствии с требованиями, обеспечивающими безопасность дорожного движения. Права граждан на безопасные условия движения по дорогам РФ гарантируются государством и обеспечиваются путем выполнения законов о безопасности дорожного движения и международных договоров с участием РФ. Заказ потребителем такси через сайт-агрегатор — форма заключения договора фрахтования такси для перевозки пассажиров. Соответственно, агрегатор, принимающий и обрабатывающий заказ на такси, обслуживаемое водителем, не являющимся индивидуальным предпринимателем, выступает в роли фрахтовщика и приобретает все права и обязанности фрахтовщика. Агрегатор позиционирует себя как служба заказа такси, не имея разрешения на осуществление деятельности по перевозке пассажиров и не гарантируя безопасность перевозки пассажира и исполнимость данного заказа, поскольку отношения между ним и водителем легкового такси на основании договора на оказание информационных услуг не предполагают возложение на него подобных обязанностей. Сложившаяся ситуация, по мнению многих правоведов, нарушает существующий закон, поскольку условия пользовательского соглашения агрегатора, о том, что он никакой ответственности за действия водителей не несет, не могут его освободить от обязанности по соблюдению действующего законодательства РФ, учитывая, что именно агрегатор создает условия для произрастания незаконной деятельности водителей. Поэтому в настоящее время, для судьи не имеет значение отсутствие конкретных нарушений прав потребителей или наличия какого-либо ущерба, поскольку незаконная деятельность в принципе создает угрозу подобных нарушений, что является достаточным основанием для установления запрета на ее осуществление. Подобная позиция подтверждена в Апелляционном определении Верховного суда Республики Татарстан от 05.05.2016 по делу № 33-8017/2016, в котором суд признал ООО «Управление регионами» агрегатором, распространяющим незаконную деятельность таксистов. Также из определения следует, что агрегатор, при предоставлении

доступа потребителей к своим сервисам, должен располагать информацией о ее свойствах и исполнителе. Условие в документах агрегатора о том, что пользователь вправе самостоятельно запросить интересующую его информацию непосредственно у водителя, которого он выбрал, не является исполнением обязанностей агрегатора по доведению информации до сведения потребителей, поскольку он сам обязан ее раскрывать, а не перекладывать свои обязанности на третьих лиц¹¹.

Во-вторых, дополнительные обязанности могут возлагаться на **агрегатора мультимедийного контента**, поскольку он обязан принимать достаточно оперативные меры по удалению спорного контента, нарушавшего права третьих лиц. В случае его отказа – он может понужден к этому с помощью судебного приказа. Более подробно о способах борьбы с распространением пиратского контента будет рассказано далее.

В-третьих, подобные обязанности могут возникать и у **агрегаторов новостных сообщений**. По общему правилу они не отвечают за размещение порочащей информации, поскольку не являются авторами публикации, но только если подобная публикация была автоматически воспроизведена со ссылкой на первоначальный источник. Данная позиция также подтверждена в п. 16 Обзора практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации, утв. Президиумом ВС РФ 16.03.2016¹², в котором сказано, информационно-новостной агрегатор не может быть привлечен к гражданско-правовой ответственности за размещение информации, порочащей честь и достоинство, а также не соответствующей действительности, так как он не является инициатором ее размещения, не

11 Апелляционное определение Верховного суда Республики Татарстан от 05.05.2016 по делу № 33-8017/2016 // Режим доступа: https://vs--tat.sudrf.ru/modules.php?name=sud_delo&name_op=case&id=10404616&uid=8f145c78-e719-46c8-8c1c-41049fb3d387&deloId=1540005&caseType=&new=5&doc=1&srv_num=1. (Дата обращения: 20.04.2020).

12 Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации, утв. Президиумом ВС РФ 16.03.2016 // Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» - дата обращения 05.04.2020г.

выбирает получателя и не влияет на ее целостность. При этом, если информация будет признана порочащей, на агрегатор будет возложена обязанность удалить ее.

В-четвертых, если **агрегатор действует как исполнитель**, то ответственность за неисполнение привлекаемыми им партнерами своих обязательств он несет перед потребителями самостоятельно. Соответственно, в случае, когда агрегатор заключает сделки по купле-продаже товаров с потребителями от своего имени, но при этом реализуя продукцию поставщиков, он не вправе ссылаться на факт нарушений с их стороны как на основание освобождения от ответственности по искам клиентов. Отсутствие реальной возможности исполнить обязательства по договору с потребителем тоже не является релевантным аргументом для его расторжения. В данном случае, агрегатору необходимо прибегать к другим легитимным методам ухода от ответственности в случае невозможности передачи предварительно оплаченного товара, например, вернуть сумму предварительно оплаченного товара и неустойку. В таком случае, суд встанет на сторону агрегатора, как и было сказано в Апелляционном определении Московского городского суда от 08.02.2016 по делу № 33-4433¹³, в котором потребитель требовал обязать Ozon поставить заказанный товар с сопроводительной документацией, указав, что со стороны интернет-магазина не было допущено нарушений его прав. Агрегатор аннулировал заказ покупателя, помещенный в корзину покупок, по причине отсутствия товара у непосредственного поставщика, о чем направил покупателю письмо по электронной почте. При этом агрегатор сразу вернул деньги покупателю. Покупатель согласился с таким развитием событий, никаких требований по этому поводу не заявлял, а в дальнейшем распорядился возвращенной суммой для оформления нового заказа. Следовательно, оснований считать его права нарушенными не имелось, поскольку

¹³Апелляционное определение Московского городского суда от 08.02.2016 по делу № 33-4433 // Режим доступа: <https://www.mos-gorsud.ru/mgs/search?formType=shortForm&courtAlias=mgs&uid=&instance=&processType=&letterNumber=&caseNumber=33-4433%2F2016&participant> (Дата обращения: 22.04.2020)

обязательства продавца перед ним прекратились надлежащим исполнением в соответствии со ст. 408 ГК РФ¹⁴.

¹⁴ Бычков А. Правовые аспекты деятельности агрегаторов // Новая бухгалтерия. №8. 2017.

Глава 2: Особенности и проблемы правового регулирования деятельности агрегаторов

§1. Регулирование деятельности агрегаторов в Соединенных Штатах Америки

Основной способ защиты интеллектуальных прав – пресечение действий, нарушающих такое право. Поскольку зачастую, личность в сети Интернет анонимна, то пресечь подобные действия можно не только путем обращения непосредственно к нарушителю, но и к информационным посредникам. Данный способ защиты непосредственно зависит от правовой регламентации процедуры, так, например, в США он зависит от объекта интеллектуальных прав, права на который нарушены.

Выделяется два основных объекта: Авторское право и Товарные знаки.

Авторское право

Законом США «Об авторском праве в цифровом тысячелетии» (DMCA) разрешены вопросы, связанные с основаниями и условиями освобождения от ответственности сервис – провайдеров, в том числе и процедурные моменты по защите правообладателей с привлечением информационных посредников. В § 512 DMCA¹⁵ предусмотрено, что под сервис-провайдером понимается организация, которая предоставляет возможность передачи, маршрутизации или обеспечения соединения между точками, указанными пользователями, без изменения содержания отправленных и полученных материалов, а также поставщик интернет-услуг или доступа к сети, или оператор услуг для них. Закон подразделяет сервис-провайдеров на несколько категорий, устанавливая специальные условия освобождения от ответственности для каждой из этих категорий (17 U.S.C. § 512(a)–(d)):

а. провайдеры, обеспечивающие передачу данных;

¹⁵United States Code // Legal Information Institute. 1990. P. 173. Available at: <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/17/512> (Accessed at: 20.04.2020).

- b. провайдеры, осуществляющие кэширование материалов;
- c. провайдеры, размещающие материалы по указанию пользователей;
- d. провайдеры, использующие инструменты информационной локализации ресурсов (это, например, поисковые системы и иные сервисы, предоставляющие пользователям доступ к материалам в сети Интернет с помощью каталогов, ссылок и прочих способов)¹⁶.

Специфика обусловлена тем, что решение об удалении спорного контента принимается на досудебном этапе, поскольку сами интернет-посредники заинтересованы в добровольном удалении спорного контента, ведь тогда, при соблюдении определенных условий, они освобождаются от ответственности, объем и условия которой зависят от категории, к которой относится провайдер: обеспечивающий передачу данных; осуществляющий кэширование материалов; размещающий материалы по указанию пользователей; использующий инструменты информационной локализации ресурсов¹⁷.

Рассматривая основные обязанности провайдеров, наиболее интересных с точки зрения пресечения нарушения авторских прав, следует выделить следующие:

1. Разумно осуществлять политику блокировки неоднократных пользователей-нарушителей и не препятствовать стандартным техническим мерам, которыми пользуются авторы для защиты своих работ (17 U.S.C. § 512(i));
2. В случае обращения правообладателя о нарушении исключительных прав, оперативно принять достаточные меры для прекращения данного нарушения (17 U.S.C. § 512(c)). Однако ДМСА не дает никаких разъяснений понятий «оперативно» и «достаточные», судебной практикой единого подхода, для определения данных понятий, тоже не дано. Так,

16 Павлычева А.И. Пресечение нарушений интеллектуальных прав в сети Интернет. Опыт США // "Журнал Суда по интеллектуальным правам", № 26, декабрь 2019 г., с. 44-56

17 United States Code // Legal Information Institute. 1990. P. 173. Available at: <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/17/512> (Accessed at: 20.04.2020).

например, Апелляционным судом девятого округа США было рассмотрено дело Perfect 10 Inc. v. Google Inc., в котором Google в течение 7 месяцев отказывался удалить материалы Perfect 10, обычно доступные по платной подписке, из общего доступа с других бесплатных сайтов, созданных злоумышленниками. Соответственно, все это время Perfect 10 несла убытки из-за того, что платный и эксклюзивный материал данного сайта продолжал оставаться общедоступным. В данном случае, суд пришел к выводу, что срок на удаление в 7 месяцев является слишком долгим.¹⁸ В деле Io Group Inc. v. Veoh Networks Inc. суд указал, что неделя – недостаточно оперативно¹⁹. Однако в практике существуют также дела, в которых три недели были признаны достаточно оперативным сроком для ответа на уведомление^б. Таким образом, из-за отсутствия единообразия, суды вынуждены исходить из особенностей каждого конкретного дела, таких как количество материала, особенности удаления, масштабы распространения и прочее.

Подобная обязанность по удалению спорного контента не ложиться только на провайдеров, обеспечивающих передачу данных, поскольку они не имеют возможности контролировать контент, проходящий через их сеть. Единственная обязанность, лежащая на них в рамках данного пункта – блокировка неоднократных нарушителей.

Кроме того, важным условием для удаления спорного материала является правильно составленное уведомление, которое должно быть в письменной форме и содержать в себе: факт нарушения и контактную информацию доверителя, который, в свою очередь должен быть уполномочен действовать от имени правообладателя. Провайдер может выбрать одну из

18 Perfect 10 v. Google, Inc., et al., 416 F. Supp. 2d 828 (C.D. Cal. 2006). // Available at: https://www.courtlistener.com/pdf/2011/08/03/Perfect_10_Inc._v._Google_Inc.pdf. (Accessed at: 22.04.2020)

19 Io Group, Inc. v. Veoh Networks, Inc., 586 F. Supp. 2d 1132 (N.D. Cal. 2008). // Available at: <https://www.courtlistener.com/opinion/1903715/io-group-inc-v-veoh-networks-inc>. (Accessed at: 22.04.2020)

двух моделей реагирования: либо удалить спорный материал, либо прекратить к нему доступ (17 U.S.C. § 512(c)).

Также, в контексте выполнения данной обязанности провайдерами, важно рассмотреть ответственность поисковых систем за предоставление пользователям ссылок на материалы, которые могут нарушать авторские права. Для того, чтобы им попасть в «безопасную гавань», поисковые системы должны доказать свое незнание о правонарушении и при первом уведомлении о нарушении, незамедлительно удалить ссылки из своих поисковых индексов.

В том случае, если у лица, разместившего удаленный контент имеются возражения, оно может предоставить контрвозражения, а провайдер, в свою очередь, обязан незамедлительно уведомить заявителя о восстановлении спорного контента в течение 10 дней, при отсутствии обращения одной из сторон в суд.

Отказ от удаления или восстановления спорного материала дает основание для обращения в суд с иском о косвенной ответственности за неправомерные действия провайдера. Суд, в свою очередь, может применить к нарушителю следующие меры:

- Выдать приказ на запрет предоставления доступа к материалам, нарушающим авторское право;
- Выдать приказ на блокировку аккаунта абонента, нарушающего авторские права;
- Выдать приказ о блокировке доступа к интернет-сайтам, находящимся за пределами США и нарушающим авторское право.

Поскольку обычно подобные дела, как было упомянуто выше, решаются в досудебном порядке, то судебной практики крайне мало, однако можно упомянуть дело *Arista Records, Inc. v. AT & T Broadband Corp*²⁰, в ходе которого истец подал исковое заявление для получения судебного запрета

²⁰Arista Records, Inc., et al v. AT&T Broadband Corp., et al, Case No. 1:02-cv-06554 // Available at: <https://www.plainsite.org/judges/new-york-southern-district-court/kimba-m-wood/>. (Accessed at: 23.04.2020)

против операторов связи, чтобы ограничить возможность передачи любого контента с китайского сайта Listen4Ever, который предлагал для скачивания композиции, защищенные авторским правом, однако жалоба была отозвана до вынесения решения, поскольку подобные дела должны решаться с помощью запроса клерку любого окружного суда на выдачу повестки провайдеру с требованием об установлении личности нарушителя, что является административной процедурой. Кроме того, исходя из принципа «безопасной гавани», провайдеры не должны самостоятельно выявлять нарушителей, в их обязанности входит только реагирование на заявления обладателей авторских прав. Следовательно, Интернет-провайдеры не несут ответственности за мониторинг и выявление нарушений, а значит судебный запрет против операторов связи неправомерен и первоначально истцу следовало отправить запрос на запрет передачи трафика от Listen4Ever через данного провайдера. Несмотря на это, провайдерам все равно не позволено закрывать глаза на очевидные нарушения, что нашло свое отражение в доктрине «красного флага». Для определения того, являлись ли обстоятельства «красным флагом», следует определить, была ли незаконная деятельность очевидной для простого обывателя, действующего в аналогичных обстоятельствах. Для того, чтобы рассчитывать на «безопасную гавань», провайдеру необходимо немедленно самостоятельно прекратить доступ к подобному спорному материалу²¹.

Однако, из любого правила есть исключение, и в данном случае, они направлены в сторону ужесточения. Отдельные группы провайдеров вынуждены принимать дополнительные меры по регулированию спорного контента, выходящие за рамки, предусмотренные DMCA²². Например, Youtube ввел дополнительные инструменты для проверки контента,

21 Zimmerman M. Your DMCA Safe Harbor Questions Answered. 2017. P. 27. URL: <https://www.fenwick.com/FenwickDocuments/DMCA-QA.pdf>

22Bridy A. Copyright's digital deputies: DMCA-plus enforcement by Internet intermediaries. P. 186-187. // Available at: <http://infojustice.org/archives/34696>. (Accessed at: 23.04.2020)

защищенного авторским правом – если в видео используется музыка, прав на которую автор контента не имеет, подобное видео удаляется модераторами. Таким образом, вся система пресечения нарушения авторских прав в сети Интернет в США направлена на быстрое, легкое и безусловное удаление спорного контента на досудебной стадии спора силами Интернет-провайдеров, которые имеют какую-либо возможность связаться с пользователями, размещающими контент. Такой подход сложился в результате предоставления «безопасной гавани» и освобождения от материальной ответственности Интернет-провайдеров в сфере нарушения авторских и смежных прав в случае удаления ими нарушающего контента по уведомлению правообладателя²³.

Тем не менее, данная система часто критикуется, поскольку считается, что она зря исключает сервис-провайдеров из поля ответственности, предоставляя им «безопасную гавань», ведь именно они могут наиболее эффективно бороться с нарушителями, поскольку имеют все необходимые инструменты и оперативный доступ. Кроме того, исходя из положений DMCA, агрегатор может удалить любой материал, даже не имея абсолютной уверенности в неправомерности его распространения, поскольку в противном случае он рискует потерять лояльность системы и быть расценен как нарушитель принципа «красного флага».

Товарные знаки

В данной сфере в США не имеется законодательство, прямо регламентирующее выдачу судебных запретов без возложения ответственности на интернет-провайдеров, как это предусматривается, в случае с авторским правом, § 512 DMCA. Лишь § 32b Lanham Act устанавливает ограниченную «безопасную гавань» для невиновных интернет-

²³ Павлычева А.И. Пресечение нарушений интеллектуальных прав в сети Интернет. Опыт США // "Журнал Суда по интеллектуальным правам", № 26, декабрь 2019 г., с. 44-56

провайдеров (когда контент, нарушающий права на товарный знак загружен третьими лицами)²⁴.

Так, судом было рассмотрено дело *Hendrickson v. eBay*²⁵, в ходе которого истец требовал выдать судебный запрет, который запрещал бы в будущем eBay размещать объявления, связанные с продажей поддельных товаров истца. Суд признал ответчика невиновным, поскольку он не знал о возможном нарушении прав на товарный знак истца, также, суд отказал в выдаче судебного запрета, поскольку тогда eBay вынужден был бы просматривать и выявлять миллион новых объявлений и самостоятельно решать, какое объявление нарушает права истца, несмотря на то, что в соответствии с законодательством США, ответчик не обязан следить за наличием подобных нарушений самостоятельно, а истец никаких уведомлений о нарушениях не подавал.

Однако, несмотря на отсутствие специального регулирования об освобождении сервис-провайдеров от ответственности в сфере нарушения законодательства о товарных знаках, суды четко сформировали аналогичные DMCA правила, используя два вида *secondary liability* (вторичной ответственности):

1. *Vicarious liability* – ответственность лица наступает, когда оно имеет возможность контролировать действия нарушителя, но не предпринимает никаких действий для пресечения правонарушения и одновременно с этим извлекает финансовую выгоду из подобных действий.
2. *Contributory liability* – ответственность за соучастие в нарушении, где ключевую роль играет именно информированность о совершающемся правонарушении.²⁶

24 Павлычева А.И. Пресечение нарушений интеллектуальных прав в сети Интернет. Опыт США // "Журнал Суда по интеллектуальным правам", № 26, декабрь 2019 г., с. 44-56

25 *Robert Hendrickson v. Ebay, Inc., et al.* 165 F. Supp. 2d 1082, Case No. CV 01-0495 RJK (RNBx) (C.D. Cal. 2001) // Available at: <https://law.justia.com/cases/federal/district-courts/FSupp2/165/1082/2521829>. (Accessed at: 22.04.2020)

26 *Farano B.* Internet Intermediaries' Liability for Copyright and Trademark Infringement: Reconciling the EU and U.S. Approaches, TTLF Working Paper No. // Available at:

Поскольку, как уже было сказано выше, круг судебных запретов, которые могут быть применены к сервис-провайдерам, не определен в законодательстве США, прецедентное право идет по пути применения более общего правила для вынесения судебных приказов: rule 65 of Federal rule of civil procedure, которое уполномочивает федеральные суды выдавать судебные приказы не только в отношении сторон и их агентов, но также и в отношении «других лиц, которые находятся в активном взаимодействии с ними». Так, например, в деле *North Face Apparel Corp v Fujian Sharing Import and Export*, был подан иск против группы сайтов-агрегаторов из Китая, занимающихся мошенничеством и продающих поддельные товары на территории США. Ссылаясь на правило 65, предусматривающее ответственность за содействие и подстрекательство, истец, впервые в истории США, добились прекращения предоставления провайдерами этим веб-сайтам, нарушающим права на ТЗ.

В отношении ответственности онлайн-платформ (агрегаторов), суды придерживаются подхода, при котором, для возложения ответственности за нарушение товарного знака на агрегатора, он должен обладать больше, чем просто знанием о возможном нарушении. Необходимо также знать, кто именно и чьи права нарушает. В деле *Tiffany (NJ) Inc. v. eBay Inc.* суд определил, что стандартом для оценки ответственности eBay является «тест Inwood», в соответствии с которым суд должен был определить, продолжал ли eBay предоставлять свои услуги продавцам, зная, что они нарушают право на ТЗ. Поскольку это обстоятельство доказано не было, суд постановил, что ответчик не несет никаких обязательств по исправлению ситуации.

Относительно поисковых систем, провайдер должен предоставлять свою услугу конкретным лицам, о чьей незаконной деятельности он знает или имеет основания знать.

<https://law.stanford.edu/publications/internet-intermediaries-liability-for-copyright-and-trademark-infringement-reconciling-the-eu-and-u-s-approaches/> (Accessed at: 23.04.2020)

По аналогии с DMCA, в сфере товарных знаков судебная практика складывается таким образом, что сервис-провайдеры обычно удаляют нарушающий контент по уведомлению, чтобы избежать ответственности за нарушения²⁷. Обязанность выявлять нарушения, по аналогии, лежит на правообладателе товарного знака.

²⁷ Павлычева А.И. Пресечение нарушений интеллектуальных прав в сети Интернет. Опыт США // "Журнал Суда по интеллектуальным правам", № 26, декабрь 2019 г., с. 44-56.

§2. Проблемы регулирования деятельности агрегаторов в Российской Федерации

Мне бы хотелось выделить несколько основных проблема, касающихся спорного положения агрегаторов в наших российских реалиях.

Во-первых, остро стоит вопрос нарушения авторского права, а именно борьбы с распространением нелегального контента на сайтах-агрегаторах. И, если в США все решено довольно однозначно и строго, как уже было написано выше, то относительно РФ дать такую же характеристику я не могу.

Как заметил В.А. Белов, в настоящее время «Интернет предоставил реальную возможность “нарушения” любых авторских и смежных прав всякому и каждому, т.е. с точки зрения традиционного права превратил доселе предполагаемую законопослушную массу граждан и организаций в “подозреваемых” – кандидатов на роль правонарушителей. Ни частное, ни публичное право прежде не сталкивалось ни с чем подобным; соответственно ни то, ни другое просто не имеет в своем распоряжении правовых средств защиты, которые могли бы быть применены против всякого и каждого».²⁸ Соответственно, поскольку использование Интернета предполагает практически неограниченную возможность получения информации, невозможно гарантировать и что любой объект интеллектуальной собственности, размещенный в сети, не будет скопирован и распространен третьими лицами. Безусловно, необходимо бороться с подобным пиратством, однако, например, У. Патри отмечает, что чрезмерное регулирование данной сферы, как в США, является необоснованным, поскольку порой закон доходит до абсурда, так, например, если покупатель книги вправе дать почитать ее своим друзьям, то покупатель файла, содержащего произведение, может быть ограничен правообладателем в том, чтобы скопировать файл на другое устройство или распечатать текст...»²⁹.

Для понимания регулирования данной сферы в России, следует

28 Право в сфере Интернета: сб. ст. / рук. авт. кол. и отв. ред. М.А. Рожкова. – М.: Статут, 2018.

29Patry W. How to fix copyright. – New York, 2011. – P. 45.

обратиться к Федеральному закону от 2 июля 2013 г. №187-ФЗ «О внесении изменений в законодательные акты Российской Федерации по вопросам защиты интеллектуальных прав в информационно-телекоммуникационных сетях» и к практике, сложившейся в ходе его использования. Согласно статистическим данным, за время существования этого закона судами было заблокировано более 105 000 сайтов³⁰, более того, примерно в 98% рассмотренных дел судом было принято решение о признании информации запрещенной к распространению. Кроме того, в контексте рассмотрения данного вопроса, важным является определение Верховного Суда РФ от 10 мая 2011 г. №58-Впр11-2, согласно которому, предоставляя возможность доступа к запрещенной законом информации, провайдер или агрегатор фактически выступает ее распространителем в отношении других лиц, таким образом, имея техническую возможность, он должен принять меры по ограничению доступа к ней. Важно остановиться на процедуре рассмотрения дел по искам правообладателей в контексте названного выше определения и ст. 144.1 ГПК РФ, согласно которой по письменному заявлению вправе принять предварительные обеспечительные меры, направленные на обеспечение защиты авторских и (или) смежных прав, кроме прав на фотографические произведения и произведения, полученные способами, аналогичными фотографии, заявителя в информационно-телекоммуникационных сетях, в том числе в сети Интернет, до предъявления иска. На основании подобного заявления выносится определение о временной блокировке сайта на срок до 15 дней. При подаче заявления о предварительном обеспечении защиты авторских и (или) смежных прав заявитель представляет в суд документы, подтверждающие факт использования в информационно-телекоммуникационных сетях, в том числе в сети Интернет, объектов исключительных прав и права заявителя на данные объекты. 15-дневный срок

30 Распределение блокировок сайтов по ведомствам. – Режим доступа: <https://reestr.rublacklist.net/visual/> (дата доступа – 25.04.2020).

дается правообладателю для того, чтобы обратиться в суд с иском по этим же объектам исключительных прав. Если такой иск поступает, то блокировка сохраняется на время рассмотрения дела. Блокировку осуществляет Роскомнадзор, которому передается определение суда о блокировке сайта и решение о постоянной блокировке сайта³¹.

Так, например, за 2018 год Московским городским судом было рассмотрено порядка 1500 подобных дел, из анализа которых видно, что наиболее часто объектом пиратства становятся музыка, фильмы и печатные произведения. Важное условие положительного исхода дела для истца было отмечено в определении МГС от 9 сентября 2016 г. №4 г-10230/2016 – заявитель должен доказать реальную возможность распространения информации.

Кроме того, следует отметить, что зачастую нарушитель авторского права неизвестен, поэтому правообладателю приходится обращаться к правообладателю сайта-агрегатора или провайдера. Несмотря на все трудности, Роскомнадзор отмечает, что нелегального контента стало меньше примерно на 30%³².

В качестве способа борьбы с данной проблемой, предлагается введение «глобальной лицензии»³³, предполагающей взимание обязательного авторского сбора за доступ к информационно-телекоммуникационной сети. Исходя из текста законопроекта: «В случаях, когда объекты авторского и

31 Панарина М.М. БОРЬБА С НЕЛЕГАЛЬНЫМ КОНТЕНТОМ В РОССИИ: ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ ФИЛЬТРАЦИИ КОНТЕНТА И ПРАКТИКА РАССМОТРЕНИЯ СПОРОВ О ПРИНЯТИИ ОБЕСПЕЧИТЕЛЬНЫХ МЕР ПО БЛОКИРОВКЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ // Право будущего: интеллектуальная собственность, инновации, интернет. Ежегодник. Выпуск 2. Москва. 2019.

³² Роскомнадзор за пять лет заблокировал около 275 тыс. ресурсов с запрещенной информацией. – Режим доступа: <https://tass.ru/politika/4445476> (данные указаны с 2012 по 2017 г.) (дата обращения – 23.06.2019).

³³ Проект Федерального закона «О внесении изменений в Гражданский кодекс Российской Федерации в части совершенствования оборота результата интеллектуальной деятельности в информационно-телекоммуникационных сетях». – Режим доступа: <https://sumip.ru/wp-content/docs/globallicense.pdf>

смежных прав в соответствии с настоящим Кодексом могут быть использованы на условиях глобальной лицензии (статья 1286.2, пункт 3 статьи 1308), организация по управлению правами на коллективной основе, имеющая государственную аккредитацию на осуществление соответствующего вида деятельности (статья 1244), заключает с информационными посредниками, осуществляющими передачу материала в информационно-телекоммуникационных сетях, в том числе в сети Интернет, на которых настоящим Кодексом возлагается обязанность по уплате средств для выплаты вознаграждения, договоры об уплате средств для выплаты вознаграждения и собирает средства на эти цели». Соответственно, правообладатель, использующий такую лицензию, фактически отказывается от защиты объекта своего авторского права – любой субъект сможет использовать его произведение за определенную плату³⁴.

Кроме государственных способов регулирования существуют и негосударственные. Так, например, такие агрегаторы, как онлайн-кинотеатры и поисковые системы подписали с продюсерами меморандум по борьбе с пиратством, который предполагает добровольное обязательство участников удалять ссылки на страницы с пиратским контентом, выданные по результатам поисковых запросов в поисковых системах, либо на сайтах кинотеатров. Подобный документ действовал до 2019 года и предполагал удаление спорного материала в течение 6 часов после обращения его правообладателя³⁵.

Во-вторых, на мой взгляд, очень важен вопрос защиты **товарного** знака и потребителей, поскольку часто возникает ситуация, когда на сайтах-агрегаторах размещаются предложения по продаже поддельных товаров под

34 Панарина М.М. БОРЬБА С НЕЛЕГАЛЬНЫМ КОНТЕНТОМ В РОССИИ: ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ ФИЛЬТРАЦИИ КОНТЕНТА И ПРАКТИКА РАССМОТРЕНИЯ СПОРОВ О ПРИНЯТИИ ОБЕСПЕЧИТЕЛЬНЫХ МЕР ПО БЛОКИРОВКЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ // Право будущего: интеллектуальная собственность, инновации, интернет. Ежегодник. Выпуск 2. Москва. 2019.

35 Абсолютное саморегулирование: в России подписан меморандум о борьбе с пиратством. – Режим доступа: <https://politexpert.net/127293-absolyutnoe-samoregulirovanie-v-rossii-podpisan-memorandum-o-borbe-s-piratstvom>

чужими товарными знаками.

Ответственность за незаконное использование товарного знака предусмотрена статьей 1515 Гражданского кодекса РФ. В ст. 1252 ГК РФ можно найти именно гражданско-правовую ответственность за нарушение исключительных прав. Способы защиты, исходя из контекста данной статьи – обращение в суд с требованиями: о признании права; пресечении действий, нарушающих право или создающих угрозу его нарушения; возмещении убытков; выплате компенсации; изъятии материального носителя; публикации решения суда о допущенном нарушении с указанием действительного правообладателя. В данном контексте важно упомянуть Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 26 апреля 2007 №14 «О практике рассмотрения судами уголовных дел о нарушении авторских, смежных, изобретательских и патентных прав, а также о незаконном использовании товарного знака», в котором ВС конкретизировал некоторые положения, а также дал разъяснения об условиях привлечения к уголовной и административной ответственности за незаконное использование товарного знака. Соответственно, для защиты права на товарный знак, можно использовать не только судебный способ, но и административный — обращение в Роспатент с возражением на предоставление правовой охраны товарному знаку оппонента, сходному до степени смешения с товарным знаком правообладателя, или обращение в ФАС России с требованием о признании действий оппонента недобросовестной конкуренцией³⁶.

В отличие от США, где существует закон «О защите потребителей от киберсквоттинга», в РФ отсутствует специальное законодательство в данной сфере. Так, например, такая площадка как «ЯндексМаркет» не несет ответственности за предоставление неверной информации о товарах, а соответственно, и за нарушение права на чужой товарный знак, ни перед потребителем, который приобрел неоригинальный товар у продавца,

36 Садовский П. Нарушение прав на товарные знаки в интернете: как выбрать эффективный способ защиты // Экономика и жизнь. 2015.

торгующего на данной платформе, ни перед правообладателем данного ТЗ, поскольку выполняет лишь функции информационного посредника. Подобная позиция выражена в апелляционном определении Московского городского суда от 10.07.2015 по делу №33-24183/2015³⁷.

Можно также отметить то, что в Российской Федерации использование в качестве ключевого слова товарный знак другого лица не является прямым нарушением законных интересов правообладателя товарного знака³⁸.

При обращении в суд, в удовлетворении таких исковых требований, могут отказать. Примером может послужить Постановление Суда по интеллектуальным правам от 12 января 2018 г. № С01-1078/2016 по делу N А35-8325/2015, где публичное акционерное общество "КАМАЗ" обратилось в Арбитражный суд Курской области с иском к ООО «Торговый Дом Авто Ресурс». Суд отказал в удовлетворении требований истца о запрете использования в рекламном каталоге и на сайте ответчика обозначений, сходных с товарными знаками истца, с целью предложения к продаже и ремонту оригинальной автомобильной техники, поскольку это якобы не свидетельствует о незаконности использования ТЗ.

Кроме нарушения прав обладателя товарного знака, важным является и ввод в заблуждение потребителя, поскольку продавец утверждает, что это оригинальный товар с привычно высоким уровнем качества, который на деле таковым не является. Соответственно, кроме ГК РФ, нарушителя можно привлечь еще и по ч. 1 ст. 14.2 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции».

Однако, к сожалению, единой практики и, тем более, федерального закона, который бы всесторонне регулировал защиту правообладателей

37 Апелляционное определение Московского городского суда от 10.07.2015 по делу №33-24183/2015 // Режим доступа: <https://mos-gorsud.ru/mgs/services/cases/appeal-civil/details/0ad3c0be-0219-4934-8fea-0a4af5e73270?formType=shortForm&caseNumber=33-40680%2F15> (дата обращения: 20.04.2020)

38 Любарская С.И., Боброва В.С., Толстова О.С. К вопросу о защите прав на товарные знаки в сети «Интернет» // Инновационная наука. №3. 2019.

товарного знака и потребителей, в России, не существует. Более того, и агрегаторы не несут никакой ответственности за правонарушения, совершаемые на их платформах.

§3. Способы преодоления проблем, связанных с деятельностью агрегаторов в Российской Федерации

На мой взгляд, наиболее важный вопрос в рамках рассмотрения данной темы – как обезопасить все стороны данного правоотношения, то есть и агрегатор, и продавца/производителя, и потребителя? Наиболее разумный, по моему мнению, ответ на данный вопрос дает опубликованный в 2016 году Исследовательской группой европейских ученых Университетов Оснабрюк (Германия) и Ягеллонского (Польша) Проекта обсуждения Директивы об онлайн-посреднических платформах (далее – Директива), которая (в теории) должна применяться, когда договоры на поставку/продажу товаров, услуг, либо цифрового контента заключается между продавцом и потребителем с использованием интернет-посредника, то есть сайта-агрегатора. Согласно п. 2 Директивы, онлайн-посредническая платформа представляет собой информационную социальную услугу, которая доступна через Интернет или аналогичные цифровые средства, позволяющие клиентам заключать договоры с поставщиками товаров, услуг или цифрового контента³⁹. Данной платформой управляет трейдер, которым может являться любое, будь то физическое или юридическое лицо, действующее в целях торговли и бизнеса. Поставщик (продавец), в соответствии с Директивой – также любое физическое или юридическое лицо, которое использует агрегатор для маркетинга и привлечения клиентов (потребителей). По мнению авторов Директивы, граница между потребителем и предпринимателем в качестве покупателей, в данном случае, должна стираться. Иными словами, правила о потребительских гарантиях должны будут распространяться и на предпринимателей. Но, на мой взгляд, подобное решение является неверным и сложно достижимым в российских реалиях, поскольку, во-первых,

39 Discussion Draft of a Directive on Online Intermediary Platforms, 5 (2016) Journal of European Consumer and Market Law. P. 164-169. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?abstract_id=2821590

предприниматели являются профессиональными субъектами гражданского оборота и не должны пользоваться всеми правами потребителя, в силу специфики их деятельности, а, во-вторых, в преамбуле закона «О защите прав потребителей» прямо сказано, что его действие распространяется на потребителей, чье намерение приобрести товар никак не связано с осуществлением предпринимательской деятельности.

Схема договорных связей между потребителем, продавцом и агрегатором, исходя из текста Директивы – трехзвенная. Как было отмечено в первой главе данной курсовой, ее смысл заключается в том, что производитель/продавец заключает договор с онлайн-платформой по ее использованию и основной договор с клиентом. Соответственно, все взаимодействия между потребителем и продавцом (взаимное информирование сторон, действия, направленные на заключение договора) происходят через агрегатора. Данный этап важен, поскольку на нем устанавливаются все связи между субъектами, направленные на взаимное обеспечение прав и обязанностей. В первом варианте Законопроекта⁴⁰ на агрегаторов была наложена обязанность по доведению необходимой преддоговорной информации до потребителя, так, Пояснительная записка к законопроекту описывает агрегатора как информационного посредника, вступающего с потребителями в возмездные отношения, но при этом не заключающего самостоятельно сделки по купле-продаже товаров (возмездному оказанию услуг). В окончательной, вступившей в силу редакции законопроекта, данная преддоговорная обязанность была снята с агрегаторов и появилась лишь преддоговорная обязанность по возврату денежных средств в счет оплаты продукции в случае, если производитель не исполняет договор, а также обязанность довести до потребителя информацию о продавце посредством

40 Проект Федерального закона N 126869-7 «О внесении изменений в Закон Российской Федерации "О защите прав потребителей"» // URL: http://static.consultant.ru/obj/file/doc/fz_200317.pdf (Дата обращения: 18.04.2020).

размещения на своем сайте ссылки на сайт продавца (абз. 2 п. 1.2 ст. 9)⁴¹. То есть, несмотря на то, что ст. 9 ЗОЗПП и перечисляется довольно большой список информации, которая должна быть дана относительно продавца, он весь сокращается и теряет смысл благодаря абз. 2 п. 1.2 ст. 9, упомянутому чуть выше. В проекте Директивы, преддоговорные обязательства расписаны наиболее подробно.

Они включают в себя три блока обязанностей:

1. Преддоговорные обязанности платформ перед пользователями (продавцами и потребителями) – прозрачность агрегатора (способ предоставления информации), варианты коммуникации через платформу, репетиционную систему и обязанность по защите пользователей, смысл которой в немедленном пресечении преступных действий продавца или потребителя в ущерб другому пользователю, причем, что самое важное, оператор агрегатора несет ответственность за ущерб, причиненный пользователями платформы этими нарушениями;
2. Преддоговорные обязанности агрегатора перед потребителями по их информированию о том, что договор заключается именно с продавцом, а не с платформой. Кроме того, агрегатор должен позаботиться о том, чтобы продавец надлежащим образом проинформировал потребителя о всех свойствах товара или услуги;
3. Преддоговорные обязанности платформ перед продавцами/поставщиками – информировать о том, что договор будет заключен от их имени, а не агрегатора, ознакомить и отдать на подписание условия работы с платформой (например, по поводу способов оплаты услуг агрегатора)⁴². Подобные обязанности в лучшей степени, чем принятый в России закон «О защите прав

41 Кузнецова Н.Г. — Правовое положение агрегатора информации о товарах (услугах, работах, цифровом контенте) и его преддоговорные обязанности // Юридические исследования. – 2018. – №3. – С. 1 - 15. DOI: 10.25136/2409-7136.2018.3.25508 URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=25508

42 Discussion Draft of a Directive on Online Intermediary Platforms, 5 (2016) Journal of European Consumer and Market Law. P. 164-169. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?abstract_id=2821590

потребителей», отражают суть деятельности агрегаторов не ограничивая его роль до информационного посредника, который никак не связан с заключаемым между потребителем и производителем договором, а указывают на его регулирующую роль во взаимоотношениях с пользователями⁴³. В российском же правовом порядке у агрегатора более пассивная роль, и, соответственно, поведение, которое сводится к роли информационного посредника, вызывает негативные последствия и повсеместное нарушение прав потребителей и правообладателей товарных знаков, поскольку, например, агрегатор не осуществляет должной проверки объявлений продавцов на предмет оригинальности реализуемой продукции. Таким образом, на мой взгляд, необходимо повысить ответственность агрегатора, чтобы он был заинтересован в предоставлении потребителям надлежащей информации о продавце, и осуществлял формальный контроль за размещаемыми на его сайте объявлениями. То есть, к имеющимся обязанностям агрегатора, следует добавить преддоговорную обязанность осуществлять формальный контроль за правдивостью размещаемой на его платформе информации о продавце, которая должна состоять, во-первых, в том, чтобы агрегатор требовал от производителя полной информации о нем, с указанием всех контактных данных, а не только ссылки на их собственный сайт, поскольку он может быть удален и доступ связи потребителя с продавцом будет невозможен. Во-вторых, агрегатор обязан затребовать от производителя публичную оферту и соглашение о конфиденциальности персональных данных. В-третьих, должен стремиться к тому, чтобы публичные оферты не содержали аморальной информации⁴⁴.

Относительно гражданско-правовой ответственности агрегатора, в

43 Кузнецова Н.Г. — Правовое положение агрегатора информации о товарах (услугах, работах, цифровом контенте) и его преддоговорные обязанности // Юридические исследования. – 2018. – № 3. – С. 1 - 15. DOI: 10.25136/2409-7136.2018.3.25508 URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=25508

44 Кузнецова Н.Г. — Правовое положение агрегатора информации о товарах (услугах, работах, цифровом контенте) и его преддоговорные обязанности // Юридические исследования. – 2018. – № 3. – С. 1 - 15. DOI: 10.25136/2409-7136.2018.3.25508 URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=25508

первой редакции принятого № 250-ФЗ, ответственность агрегатора заключалась в возмещении потребителю реального ущерба в пределах суммы предварительной оплаты товара (услуги), обусловленном предоставлением заведомо недостоверной информации о товаре (услуге), продавце (исполнителе, изготовителе, импортере). Однако в окончательной редакции положения об ответственности возлагаемой на агрегаторов поменялись кардинальным образом и теперь она наступает только если агрегатор намеренно и по своему желанию изменил информацию о продавце.

В Проекте Директивы, по общему правилу, агрегатор не несет ответственности перед потребителями, однако в ст. 18 имеется исключение, так, онлайн-платформа несет ответственность за неэффективность поставщиков, если клиент мог обоснованно полагаться на платформу, которая имеет преобладающее влияние на поставщика, в этом случае оператор платформы несет солидарную ответственность с поставщиком при неисполнении поставщиков заключенного договора. Но не стоит забывать о названной выше ответственности, вытекающей из обязанности защищать пользователей от противоправного поведения. Таким образом можно сказать, что в большинстве случаев агрегатор будет отвечать за распространение на его платформе незаконной деятельности.

Я считаю, что предложенный в Директиве подход к ответственности агрегаторов должен быть перенесен и в отечественное право, поскольку на данный момент агрегаторы, по большей части, являются отличной платформой для различных правонарушений. В случае повышения их ответственности и возложения дополнительных обязанностей, доля противоправных действий сократится, поскольку агрегаторам будет невыгодно допускать их в ущерб себе.

Заключение

Безусловно появление новых субъектов предпринимательской деятельности, как агрегаторы, сделало посредничество и заключение договоров в интернете удобнее и доступнее. Однако данный институт, на мой взгляд, недоработан в отечественном праве, поскольку не учитывает целый список правонарушений, возникающих на базе подобных платформ и способы их превенции и преодоления. Например, нарушаются права потребителей, когда информация, размещенная о продавце и его продукции на данных сайтах-агрегаторах, не соответствует действительности и, таким образом, под видом оригинальной, продается поддельная продукция. Параллельно с этим несут убытки и правообладатели товарного знака оригинальных товаров, недополучающие значительную часть доходов, поскольку потребители приобретают продукцию не у них напрямую. Во всей этой ситуации, только агрегатор не несет никакой ответственности за противоправную деятельность, «произрастающую» на его платформе. Его роль сводится исключительно к пассивному наблюдателю, предоставляющему информацию в неизменном виде. На мой взгляд, сложившаяся ситуация неправомерна и должна быть изменена путем пересмотра обязанностей агрегатора, которые содержатся в Законе «О защите прав потребителей». Так, необходимо добавить обязанность тщательной проверки информации о продавцах, до ее непосредственного размещения на платформе. Более того, целесообразно, в случае возникновения противоправных ситуаций из-за недостаточно тщательной проверки агрегатором продавца, возложить на него субсидиарную ответственность по обязательствам перед потребителем. Таким образом, уменьшится количество правонарушений, поскольку агрегаторам будет невыгодно нести постоянные убытки из-за недобросовестности продавцов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Нормативные правовые акты и иные официальные документы

1. Конституция Российской Федерации (принята на всенародном голосовании 12 декабря 1993 г.) // Российская газета. 25.12.1993.
2. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 16.12.2019, с изм. от 28.04.2020) // "Собрание законодательства РФ", 05.12.1994, N 32, ст. 3301, "Российская газета", N 238-239, 08.12.1994.
3. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая)" от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 18.07.2019) // "Парламентская газета", N 214-215, 21.12.2006, "Российская газета", N 289, 22.12.2006, "Собрание законодательства РФ", 25.12.2006, N 52 (1 ч.), ст. 5496.
4. Федеральный закон от 10.12.1995 N 196-ФЗ (ред. от 30.07.2019) "О безопасности дорожного движения" // "Собрание законодательства РФ", 11.12.1995, N 50, ст. 4873, "Российская газета", N 245, 26.12.1995.
5. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (ред. от 01.04.2020) "О защите конкуренции" // "Российская газета", N 162, 27.07.2006, "Собрание законодательства РФ", 31.07.2006, N 31 (1 ч.), ст. 3434, "Парламентская газета", N 126-127, 03.08.2006.
6. Федеральный закон от 27.06.2011 N 161-ФЗ (ред. от 27.12.2019) "О национальной платежной системе" // "Российская газета", N 139, 30.06.2011, "Парламентская газета", N 32, 01-07.07.2011
7. Федеральный закон от 02.07.2013 N 187-ФЗ (ред. от 12.03.2014) "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам защиты интеллектуальных прав в информационно-телекоммуникационных сетях" // "Собрание законодательства РФ", 08.07.2013, N 27, ст. 3479, "Российская газета", N 148, 10.07.2013.

8. Федеральный закон от 29.07.2018 N 250-ФЗ "О внесении изменений в Закон Российской Федерации "О защите прав потребителей" // "Собрание законодательства РФ", 30.07.2018, N 31, ст. 4839, "Российская газета", N 166, 01.08.2018
9. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.07.2019) "О защите прав потребителей" // "Собрание законодательства РФ", 15.01.1996, N 3, ст. 140, "Российская газета", N 8, 16.01.1996.
10. Проект Федерального закона N 126869-7 «О внесении изменений в Закон Российской Федерации "О защите прав потребителей"» // URL: http://static.consultant.ru/obj/file/doc/fz_200317.pdf (Дата обращения: 18.04.2020).
11. Проект Федерального закона «О внесении изменений в Гражданский кодекс Российской Федерации в части совершенствования оборота результата интеллектуальной деятельности в информационно-телекоммуникационных сетях». – Режим доступа: <https://sumip.ru/wp-content/docs/globallicense.pdf>
12. United States Code // Legal Information Institute. 1990. P. 173. Available at: <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/17/512> (Accessed at: 20.04.2020).

Список судебной практики

1. Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации, утв. Президиумом ВС РФ 16.03.2016 // Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» - дата обращения 05.04.2020г.
2. Апелляционное определение Московского городского суда от 10.07.2015 по делу №33-24183/2015 // Режим доступа: <https://mos-gorsud.ru/mgs/services/cases/appeal-civil/details/0ad3c06e-0219-4934-8fea-0a4af5e73270?formType=shortForm&caseNumber=33-40680%2F15> (дата обращения: 20.04.2020)
3. Апелляционное определение Московского городского суда от 08.02.2016 по делу № 33-4433 // Режим доступа: <https://www.mos-gorsud.ru/mgs/search?formType=shortForm&courtAlias=mgs&uid=&instance=&processType=&letterNumber=&caseNumber=33-4433%2F2016&participant> (Дата обращения: 22.04.2020)
4. Апелляционное определение Верховного суда Республики Татарстан от 05.05.2016 по делу № 33-8017/2016 // Режим доступа: https://vs-tat.sudrf.ru/modules.php?name=sud_delo&name_op=case&_id=10404616&_uid=8f145c78-e719-46c8-8c1c-41049fb3d387&_deloId=1540005&_caseType=&_new=5&_doc=1&srv_num=1. (Дата обращение: 20.04.2020).
5. Robert Hendrickson v. Ebay, Inc., et al. 165 F. Supp. 2d 1082, Case No. CV 01-0495 RJK (RNBx) (C.D. Cal. 2001) // Available at: <https://law.justia.com/cases/federal/district-courts/FSupp2/165/1082/2521829>. (Accessed at: 22.04.2020)
6. Perfect 10 v. Google, Inc., et al., 416 F. Supp. 2d 828 (C.D. Cal. 2006) // Available at: https://www.courtlistener.com/pdf/2011/08/03/Perfect_10_Inc._v._Google_Inc.pdf. (Accessed at: 22.04.2020)

7. Io Group, Inc. v. Veoh Networks, Inc., 586 F. Supp. 2d 1132 (N.D. Cal. 2008)
// Available at: <https://www.courtlistener.com/opinion/1903715/io-group-inc-v-veoh-networks-inc>. (Accessed at: 22.04.2020)
8. Arista Records, Inc., et al v. AT&T Broadband Corp., et al, Case No. 1:02-cv-06554. // Available at: <https://www.plainsite.org/judges/new-york-southern-district-court/kimba-m-wood/>. (Accessed at: 23.04.2020)

Литература

1. Абсолютное саморегулирование: в России подписан меморандум о борьбе с пиратством // Режим доступа: <https://politexpert.net/127293-absolyutnoe-samoregulirovanie-v-rossii-podpisan-memorandum-o-borbe-s-piratstvom> (Дата обращения: 23.04.2020)
2. Бычков А. Правовые аспекты деятельности агрегаторов // Новая бухгалтерия. №8. 2017.
3. Иванов А.А. Бизнес-агрегаторы и право // Закон. 2017. N 5. // СПС «КонсультантПлюс»
4. Исмагилова Г. Агрегатору такси выставили счет за смерть пассажира // Гражданская коллегия ВС допустила взыскание вреда [Электронный ресурс] // Закон.ру. 2018.
5. Кузнецова Н.Г. Правовое положение агрегатора информации о товарах (услугах, работах, цифровом контенте) и его преддоговорные обязанности // Юридические исследования. – 2018. – №3. – С. 1 - 15.
6. Любарская С.И., Боброва В.С., Толстова О.С. К вопросу о защите прав на товарные знаки в сети «Интернет» // Инновационная наука. №3. 2019.
7. Особенности работы складской программы FBA (Fulfillment by Amazon) // <http://saleshub.pro/blog/amazon/osobennosti-raboty-skladskoj-programmy-fba-fulfillment-by-amazon>
8. Павлычева А.И. Пресечение нарушений интеллектуальных прав в сети Интернет. Опыт США // "Журнал Суда по интеллектуальным правам", № 26, декабрь 2019 г., с. 44-56
9. Панарина М.М. БОРЬБА С НЕЛЕГАЛЬНЫМ КОНТЕНТОМ [L] В РОССИИ: ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ ФИЛЬТРАЦИИ КОНТЕНТА И ПРАКТИКА РАССМОТРЕНИЯ СПОРОВ О ПРИНЯТИИ ОБЕСПЕЧИТЕЛЬНЫХ МЕР [SEP] ПО БЛОКИРОВКЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ // Право будущего: интеллектуальная собственность, инновации, интернет. Ежегодник. Выпуск 2. Москва. 2019.

10. Право в сфере Интернета: сб. ст. / рук. авт. кол. и отв. ред. М.А. Рожкова. – М.: Статут, 2018.
11. Распределение блокировок сайтов по ведомствам. – Режим доступа: <https://reestr.rublacklist.net/visual/> (дата доступа – 25.04.2020).
12. Рожкова М.А. Агрегаторы, платформы, «владельцы агрегаторов»: некоторые комментарии к Закону об агрегаторах [Электронный ресурс] // Закон.ру. 2018. 13 августа. URL: https://zakon.ru/blog/2018/8/13/agregatory_platformy_vladelcy_agregatorov_nekotorye_kommentarii_k_zakonu_ob_agregatorah
13. Садовский П. Нарушение прав на товарные знаки в интернете: как выбрать эффективный способ защиты // Экономика и жизнь. 2015.
14. Bridy A. Copyright's digital deputies: DMCA-plus enforcement by Internet intermediaries. P. 186-187 // Available at: <http://infojustice.org/archives/34696>. (Accessed at: 23.04.2020)
15. Discussion Draft of a Directive on Online Intermediary Platforms, 5 (2016) Journal of European Consumer and Market Law. P. 164-169 // Available at: https://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?abstract_id=2821590. (Accessed at: 23.04.2020)
16. Farano B. Internet Intermediaries' Liability for Copyright and Trademark Infringement: Reconciling the EU and U.S. Approaches, TTLF Working Paper No. // Available at: <https://law.stanford.edu/publications/internet-intermediaries-liability-for-copyright-and-trademark-infringement-reconciling-the-eu-and-u-s-approaches/> (Accessed at: 23.04.2020)
17. Patry W. How to fix copyright. – New York, 2011. – P. 45.
18. Zimmerman M. Your DMCA Safe Harbor Questions Answered. 2017. P. 27. // Available at: <https://www.fenwick.com/FenwickDocuments/DMCA-QA.pdf> (Accessed at: 23.04.2020)