

Электронная коммерция с точки зрения теории правоотношения

Научный руководитель – Белов Вадим Анатольевич

Сергунин Александр Михайлович

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: sasha-sergunin@mail.ru

Под электронной коммерцией стоит понимать «совокупность отношений, возникающих в связи с заключением сделок посредством сети Интернет, а также при продвижении товаров, работ, услуг и иных объектов гражданских прав в сети Интернет» [5, с. 21]. Центральным моментом данного определения является сделка, заключенная в сети Интернет.

В работе предпринимается попытка провести анализ E-commerce через призму теории правоотношения. В ходе исследования правовых аспектов электронной торговли были сделаны следующие выводы.

Относительно субъектов правоотношения. В правоотношениях, возникающих в сфере E-commerce может быть разный субъектный состав. Основную сложность по «включению» в классическую теорию правоотношений представляют электронные агенты, которые не соответствуют традиционному представлению о субъектах права. В связи с чем на данном этапе развития технологий стоит рассматривать их как способ заключения договоров. Возникают и сложности рассмотрения взаимодействия типа «электронный агент - электронный агент» как правоотношения.

Объект правоотношения. Стоит остановиться на цифровых продуктах (контенте) как объекте наиболее сложном для правовой квалификации. На данном этапе цифровые продукты (далее ЦП) рассматриваются как формы существования объектов интеллектуальных прав [3], однако допустимо будет признать их в качестве объектов гражданских прав особого рода, или же вернуть в перечень объектов прав информацию. Это позволит снять ряд правовых неудобств и противоречий в отношениях по передаче контента.

Содержание правоотношения: право и противостоящая ему обязанность.

Предполагается выделить два способа «доведения» контента до выгодоприобретателя.

1. Получение в «собственность» цифрового контента (конечно в условную, невозможно представить себе классическую собственность не на индивидуально-определенную вещь). Смысл подобной собственности заключается в том, что потребитель скачивает на свое устройство определенный цифровой продукт, то есть данный продукт становится доступным ему и без выхода в Интернет то есть offline.

2. Предоставление доступа к определенному продукту (ресурсу) - здесь приходится говорить о том, что пользователь получает лишь право доступа, просмотра, прослушивания, но не получает цифровой продукт, либо же контент на свое устройство, то есть может пользоваться «услугами» только в режиме online.

Попытаемся дать квалификацию данным отношениям.

Во-первых, к обоим способам доведения контента до потребителя возможно применять конструкцию лицензионного договора.

Во-вторых, относительно первого способа допустимо использовать некий аналог купли-продажи, дабы минимизировать такие недостатки конструкции лицензионного договора как: ограниченность права использования результатов интеллектуальной деятельности условиями лицензионного договора, связанность самого договора с существованием исключительного права. Подробное исследование возможности применения инструментария

интеллектуального права к общественным отношениям, возникающим в современную эпоху проводит Е.А. Войниканис [2]. Применительно ко второму способу доведения контента целесообразнее применять форму договора возмездного оказания услуг [5].

В-третьих, можно выделить ряд идентичных обязанностей у «кредиторов» как в обязательстве по передаче ЦП, так и по предоставлению услуг доступа к контенту. Данные обязанности, обусловленные особенностями архитектуры сети Интернет и свойствами цифровых продуктов, не находят отражения в «аналоговых» правовых конструкциях - это обязанности по обеспечению безопасности каналов передачи ЦП, производству периодических обновлений ЦП, удаленного мониторинга качества продукта, предоставленного потребителю.

В-четвертых, персональные данные приобретают характер встречного предоставления при использовании определенных Интернет ресурсов. Это обусловлено возрастанием коммерческой ценности подобных сведений о личности. Показательно, что «... персональные данные, в США рассматривается в качестве товара» [4].

В связи с бурным развитием технологий само понятие о правоотношении становится потенциально сложно применять к новым отношениям в электронной сфере. Трудно говорить о наличии правоотношений применительно к «умным контрактам», взаимодействию устройств через Интернет вещей, иным технологиям, основанным на системе Blockchain. Общей чертой этих отношений является вытеснение человека из процессов заключения и исполнения договоров. Правоотношение в свою очередь это юридическая форма фактических отношений [1], которые предполагают наличие социальной связи - связи между людьми. Содержанием правоотношения, его центральным элементов являются права и обязанности, а эти категории предполагают наличие воли у субъектов отношений, чего пока явно недостает «умным» устройствам, которые взаимодействуют на основе программного кода.

Но и нельзя отрицать, что подобные взаимодействия между устройствами дают «отражения» в реальный мир и порой затрагивают имущественную сферу граждан и организаций. Подобные эффекты от деятельности умных гаджетов должны подлежать регулированию. В связи с этим приходится согласиться со следующим высказыванием: «... роль и значение права как регулятора общественных отношений, в том числе договорных, будут снижаться за счет возрастания роли нового регулятора - программного кода» [4, с. 497].

Все рассмотренные аспекты достаточно существенно влияют на теорию правоотношения. С одной стороны, классические категории и понятия такие как объект, субъект, содержание правоотношения остаются в употреблении. С другой стороны, эти категории наполняются иным содержанием: появляются новые объекты прав, новые субъекты, новые правомочия сторон правоотношения.

Источники и литература

- 1) Гражданское право. Актуальные проблемы теории и практики: в 2 т. Т.1 / под общ. ред. В.А. Белова. – 2-е изд., стер. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 484 с.
- 2) Войниканис Е.А. Право интеллектуальной собственности в цифровую эпоху: парадигма баланса и гибкости. – М.: Юриспруденция, 2013. – 552 с.
- 3) Коммерческое право: учебник для академического бакалавриата; под общ. ред. Б.И. Пугинского, В.А. Белова, Е.А. Абросимовой – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 471 с.
- 4) Савельев А.И. Направления эволюции свободы договора под влиянием современных информационных технологий // Свобода договора сборник статей под. ред. Рожковой М.А. – М.: Статут, 2016. С. 481-542.

- 5) Савельев А.И. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Статут, 2016. – 640 с.