

Научная статья
УДК 347.441:347.762:004.738.5

**ДЕЛИКТНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ МАРКЕТПЛЕЙСА:
ПЕРСПЕКТИВЫ ВЗЫСКАНИЯ УБЫТКОВ С АГРЕГАТОРА
В ПОЛЬЗУ ОБМАНУТОГО ПОКУПАТЕЛЯ**

Ксения Александровна Киселева,
Нижегородская академия МВД России, Нижний Новгород, Россия,
aksinya.verner@list.ru



Аннотация.

Введение: статья посвящена проблеме защиты прав потребителей в цифровой среде, а именно определению правовой природы ответственности операторов маркетплейсов (владельцев агрегаторов информации) за убытки, вызванные действиями недобросовестных или неустановленных продавцов. Актуальность темы обусловлена неспособностью традиционных договорных конструкций обеспечить полное восстановление нарушенных прав в условиях анонимности и высокой динамики электронной коммерции.

Материалы и методы: исследование проведено на основе анализа норм Гражданского кодекса РФ и Закона РФ «О защите прав потребителей», изучения актуальной судебной практики российских судов, а также сравнительно-правового анализа подходов к регулированию деятельности маркетплейсов в зарубежных юрисдикциях. Методологическую основу составили формально-юридический, сравнительно-правовой и системный методы анализа.

Обзор литературы: автором рассмотрены доктринальные позиции отечественных цивилистов относительно квалификации деятельности агрегаторов информации, дискуссионные вопросы соотношения договорной и деликтной ответственности, а также современные научные подходы к определению степени вины и роли владельца цифровой платформы в правоотношениях с потребителем.

Результаты исследования: в работе обоснована правомерность и практическая целесообразность применения к операторам маркетплейсов конструкции внедоговорной (деликтной) ответственности (ст. 15, 1064 ГК РФ). Выявлены ключевые юридические факты, позволяющие квалифицировать действия агрегатора как основание для деликта: необеспечение должного уровня доверия в цифровой среде, недостаточная верификация контрагентов, неэффективное пресечение мошеннических схем и извлечение систематической экономической выгоды от транзакций.

Обсуждение и заключение: автором предложена теоретическая модель установления вины агрегатора как квази-деликвента, а также разработаны конкретные критерии для ее доказывания в суде. В статье анализируются возможные возражения против расширения деликтной ответственности и предлагаются пути их преодоления через совершенствование судебного толкования.

Сформулированы выводы о необходимости корректировки законодательства и правоприменительной практики в части прямого возложения ответственности за вред, причиненный в цифровой среде, на владельцев платформ, что позволит усилить защиту потребителей и стимулировать маркетплейсы к более тщательному контролю за своими контрагентами.

Ключевые слова: деликтная ответственность; маркетплейс; агрегатор информации; внедоговорное обязательство; возмещение убытков; обманутый покупатель; цифровая экосистема; вина; презумпция ответственности; электронная коммерция

© Киселева К.А., 2026

Для цитирования: Киселева К.А. Деликтная ответственность маркетплейса: перспективы взыскания убытков с агрегатора в пользу обманутого покупателя // Вестник Казанского юридического института МВД России. 2026. Т. 17. № 1 (63). С. 55 – 61.

Scientific article
UDC 347.441:347.762:004.738.5

TORT LIABILITY OF A MARKETPLACE: PROSPECTS FOR RECOVERING DAMAGES FROM THE AGGREGATOR IN FAVOR OF A DECEIVED BUYER

Ksenia Aleksandrovna Kiseleva,
Nizhny Novgorod Academy of the Ministry of Internal Affairs of Russia,
Nizhny Novgorod, Russia,
aksinya.verner@list.ru

Abstract

Introduction: the article is devoted to the issue of consumer protection in the digital environment, specifically focusing on determining the legal nature of the liability of marketplace operators (owners of information aggregators) for losses caused by the actions of dishonest or unidentified sellers. The relevance of the topic is due to the inability of traditional contractual structures to ensure full restoration of violated rights in conditions of anonymity and the high dynamism of e-commerce.

Materials and Methods: the research is based on an analysis of the norms of the Civil Code of the Russian Federation and the Law of the Russian Federation "On Protection of Consumer Rights," a study of current court practice of Russian courts, as well as a comparative legal analysis of approaches to regulating the activities of marketplaces in foreign jurisdictions. The methodological framework consists of formal legal, comparative legal, and systematic methods of analysis.

Literature Review: the author examines the doctrinal positions of Russian civil law scholars regarding the qualification of information aggregators' activities, debatable issues of the correlation between contractual and tort liability, as well as modern scientific approaches to determining the degree of fault and the role of the digital platform owner in legal relationships with the consumer.

Results: the study substantiates the legitimacy and practical feasibility of applying the concept of non-contractual (tort) liability (Articles 15, 1064 of the Civil Code of the Russian Federation) to marketplace operators. Key legal facts have been identified that allow qualifying the aggregator's actions as a basis for tort: failure to ensure an adequate level of trust in the created digital environment, insufficient verification of counterparties, ineffective suppression of fraudulent schemes, and the extraction of systematic economic benefit from transactions.

Discussion and Conclusions: the author proposes a theoretical model for establishing the fault of the aggregator as a quasi-tortfeasor, and also develops specific criteria for proving it in court. The article analyzes possible objections to the expansion of tort liability and suggests ways to overcome them through improving judicial interpretation. Conclusions are formulated on the need to adjust legislation and law enforcement practice regarding the direct imposition of liability for harm caused in the digital environment on platform owners, which will enhance consumer protection and stimulate marketplaces to exercise more thorough control over their counterparties.

Keywords: tort liability; marketplace; information aggregator; non-contractual obligation; compensation for damages; defrauded buyer; digital ecosystem; fault; presumption of liability; e-commerce

© Kiseleva K.A., 2026

For citation: Kiseleva K.A. Tort Liability of a Marketplace: Prospects for Recovering Damages from the Aggregator in Favor of a Deceived Buyer. Bulletin of the Kazan Law Institute of MIA of Russia. 2026;17(1):55-61. (In Russ.).

Введение

Цифровая трансформация гражданского оборота, ярким символом которой стал феномен маркетплейса, обострила коллизию между динамичным развитием коммерческих практик и консервативностью классических правовых конструкций. Правовой статус таких платформ, со-

четающих признаки информационного посредника (ст. 1253.1 Гражданского кодекса РФ (далее – ГК РФ)¹, организатора торговли и активного участника расчетов, остается дискуссионным. В ситуации, когда продавец на платформе оказывается недобросовестным (не поставяет оплаченный товар, поставяет контрафакт), а его

¹ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 24.04.2024) // Собрание законодательства Российской Федерации. 1994. № 32. Ст. 3301.

идентификация и реальная локация затруднены, потребитель сталкивается с системным сбоем в механизме защиты. Иск к продавцу зачастую неперспективен ввиду его неплатежеспособности, фиктивности или нахождения за рубежом. В связи с этим в научный и практический оборот все активнее внедряется идея о возможности привлечения к имущественной ответственности самого владельца платформы – субъекта, обладающего реальными ресурсами и контролирующего цифровую среду, в которой произошло правонарушение.

Обзор литературы

Автор опирается на судебную практику, а также научные работы А.Я. Курбатова, М.Л. Башкатова, С.В. Рыженкова. Современный подход заключается в отказе от формального статуса «информационного посредника» в пользу анализа реальной роли платформы, её контроля над сделками и виновного бездействия. Судебная практика демонстрирует тренд: от полного отрицания ответственности маркетплейсов до её условного признания через критерии «разумности».

Материалы и методы

Исследование носит комплексный теоретико-прикладной характер. В нем классические методы юридической догматики (структурный и логический анализ) творчески применяются к новому объекту – цифровой платформе. Основным источником и «полигоном» для проверки гипотез послужила современная судебная практика, что обеспечивает работе высокую практическую значимость и актуальность.

Цивилистическая доктрина сформировала ряд теоретико-правовых конструкций, предоставляющих концептуальные основания для привлечения оператора маркетплейса (агрегатора) к ответственности в форме деликтного иска за вред, причиненный пользователям (покупателям) действиями или товарами третьих лиц (продавцов), использующих его цифровую платформу.

Доктринальные основания проистекают из анализа функциональной роли агрегатора в организации гражданского оборота. Ключевыми основаниями, разработанными в доктрине, являются:

1. *Теория «гарантирующей ответственности»*. Как отмечает А.Я. Курбатов, в определенных правоотношениях одно лицо (гарант) может нести ответственность за действия другого, если оно создало особую сферу повышенного риска и извлекает из нее выгоду [1, с. 78]. Маркетплейс, формируя архитектуру доверия (системы отзывов, рейтинги, статусы «гарантии площадки»),

позиционирует себя не как нейтральный инструмент, а как гарант безопасности сделок. Необеспечение этой безопасности может рассматриваться как нарушение им своих собственных публичных обещаний, порождающее деликтное обязательство.

2. *Концепция «нарушения регуляторных обязанностей»*. М.Л. Башкатов и С.В. Рыженков указывают, что на организатора цифровой платформы могут быть возложены особые обязанности по проверке контрагентов (KYC-процедуры), мониторингу транзакций и пресечению очевидных мошеннических схем [2, с. 45]. Неисполнение этих «организационных обязанностей», прямо или косвенно вытекающих из закона (например, из требований о противодействии легализации доходов, полученных преступным путем), создает предпосылки для взыскания убытков по правилам ст. 1064 ГК РФ, поскольку повышает вероятность причинения вреда потребителям.

3. *Аналогия с ответственностью организатора публичного мероприятия*. Подобно тому, как организатор массового мероприятия отвечает за вред, причиненный его участниками, если не проявил необходимую заботливость при организации (п. 4 ст. 931 ГК РФ), маркетплейс, организуя массовый гражданский оборот, должен нести бремя ответственности за обеспечение в нем минимальных стандартов безопасности.

Таким образом, современная цивилистическая мысль не только признает саму возможность предъявления деликтного иска к маркетплейсу, но и предлагает развитый понятийный аппарат для его правовой квалификации, выходя за рамки классических договорных моделей и фокусируясь на распределении рисков в цифровой среде.

Результаты исследования

Современная судебная практика по вопросам ответственности маркетплейсов представляет собой динамичное правовое поле, где разрешение конкретных споров сопряжено с решением более общей задачи — поиском справедливого баланса интересов между платформой, продавцом и потребителем в условиях цифровой экономики.

Примечательно, что судебная практика начального этапа (до 2020–2021 гг.) характеризовалась последовательным отрицанием гражданско-правовой ответственности маркетплейсов за действия продавцов. Суды, как видно из дела № 2-5259/2020¹, отказывали во взыскании, основываясь на формальном отсутствии договорных отношений с потребителем и неприменимости деликтных норм из-за недоказанности прямой

¹ Решение Ленинского районного суда г. Кирова от 10 сентября 2020 года по делу № 2-5259/2020 // Судебные и нормативные акты РФ. URL: <https://sudact.ru/regular/doc/> (дата обращения: 15.01.2026).

причинной связи между бездействием платформы и ущербом. Ключевым юридическим барьером служило расширительное толкование статуса информационного посредника (ст. 1253.1 ГК РФ), которое экстраполировалось с защиты от интеллектуально-правовых претензий на сферу защиты потребителей, что фактически блокировало любые иски к агрегаторам, независимо от степени их вовлечённости в организацию небезопасной торговой среды.

Начиная с 2022–2023 гг. в судебной практике наметился принципиальный сдвиг, ознаменовавшийся появлением «прорывных» прецедентов в пользу потребителей. Ключевым новшеством стала квалификация пассивного поведения маркетплейса (бездействия) как виновного и противоправного, достаточного для привлечения к гражданско-правовой ответственности. Яркой иллюстрацией служит решение Санкт-Петербургского городского суда по делу № 33-АПГ22-3¹, в котором с оператора платформы были взысканы убытки и компенсация морального вреда. Основанием послужило установление судом факта, что маркетплейс, будучи осведомленным о многочисленных жалобах на мошеннические действия конкретного продавца, продолжал поддерживать его деятельность и извлекать из неё экономическую выгоду, не предпринимая разумных мер для пресечения нарушений. Таким образом, в правоприменении утвердился подход, согласно которому систематическое игнорирование агрегатором поступающих сигналов и сохранение коммерческих отношений с недобросовестным контрагентом трактуется как неисполнение организационной обязанности по обеспечению безопасности оборота и формирует состав внедоговорного правонарушения. Этот период можно охарактеризовать как этап перехода от формального отрицания ответственности к поиску материально-правовых оснований для её возложения через анализ фактической роли и реального поведения цифровой платформы.

На современном этапе ключевым становится не формальный статус, а анализ реальной роли. Если платформа принимала оплату («*Wallet*» модель), хранила деньги на escrow-счетах, активно рекламировала «гарантированный возврат», участвовала в разрешении споров, суды склонны признавать ее обязанность принять меры для предотвращения вреда. Отказ от таких мер рассматривается как основание для деликтной ответственности.

Проведенный анализ массива судебных актов за последние 5 лет, несмотря на сохраняющуюся неоднородность подходов, демонстрирует отчетливую эволюционную траекторию.

Формирующийся тренд заключается в постепенном смещении фокуса судебного внимания с формально-договорных конструкций в сторону оценки фактической роли и степени контроля агрегатора над осуществляемой через его инфраструктуру деятельностью [3]. Суды все чаще, выходя за рамки статуса технического посредника, исследуют такие факторы, как: агрегирование и продвижение товаров, контроль за оформлением витрин, установление правил и алгоритмов ранжирования, обработка платежей и влияние на процесс поставки (см. Таблицу 1).

Данная практика, будучи изначально разноречивой, выполняет функцию судебного нормотворчества (*judge-made law*), последовательно формируя новые критерии для распределения бремени ответственности. Таким образом, эволюция судебных позиций отражает не просто реакцию на отдельные споры, а целенаправленный поиск адаптивных правовых моделей, способных ответить на вызовы платформенной экономики, что в совокупности формирует новый доктринальный и практический тренд в регулировании цифровой среды.

Конструкция деликтного требования к оператору маркетплейса, вытекающая из положений статей 15 и 1064 ГК РФ, характеризуется специфическим составом материально-правовых условий, подлежащих доказыванию. Успех подобного иска напрямую зависит от обоснования совокупности следующих конструктивных элементов, формирующих состав гражданского правонарушения (деликта) со стороны агрегатора:

1. *Противоправность деяния (бездействия) агрегатора*, которая может выражаться не в прямом причинении вреда, а в неисполнении возложенной на него в силу закона или его собственной публичной роли обязанности по обеспечению безопасных условий для пользователей платформы. Это включает, в частности, обязанность по разумной проверке контрагентов, предоставлению достоверной информации, организации безопасной сделки и пресечению заведомо противоправной активности.

2. *Причинение реального имущественного вреда (убытков) пользователю*, возникшего в связи с использованием платформы и действиями третьего лица (продавца). Убытки должны под-

¹ Кассационное определение Санкт-Петербургского городского суда от 15 марта 2023 г. по делу № 33-АПГ22-3. СПС «КонсультантПлюс». URL: <https://www.consultant.ru>; Судебная практика по спорам в сфере электронной коммерции: Обзор ВС РФ. СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 15.01.2026).

Таблица 1. Эволюция подходов судов к деликтной ответственности маркетплейса

Критерий / Период	Ранний период (отказ)	Переходный период	Современный тренд (условное признание)
Основание иска	Исключительно договор с продавцом	Иск о защите прав потребителей к неопределенному кругу лиц	Иск из причинения вреда (деликт) к оператору платформы
Ключевой аргумент истца	Платформа – посредник	Платформа создала небезопасную среду	Бездействие платформы при наличии обязанности действовать
Ключевой аргумент ответчика	Отсутствие договора и вины	Статус информационного посредника по ст. 1253.1 ГК РФ	Исполнение всех формальных процедур, вина продавца
Позиция суда	Отказ в иске	Частичное удовлетворение (компенсация морального вреда)	Удовлетворение иска о реальном ущербе при доказанности вины платформы

тверждаться в соответствии с требованиями ст. 15 ГК РФ.

3. *Причинно-следственная связь (каузальность)* между противоправным поведением агрегатора (например, допуском недобросовестного продавца или сокрытием его реквизитов) и наступившим вредом. Данная связь должна быть прямой и непосредственной в юридическом смысле.

Вина агрегатора, которая в контексте деятельности профессионального организатора цифровой площадки может презюмироваться в форме неосторожности. Истец должен доказать, что вред причинен вследствие неисполнения агрегатором принятых на себя и/или общеотраслевых мер due diligence (должной осмотрительности), а агрегатор, в свою очередь, вправе доказывать отсутствие своей вины.

Таким образом, деликтное требование к маркетплейсу представляет собой сложный правовой конструкт, где классические элементы генерального деликта наполняются особым содержанием, отражающим цифровую природу отношений и распределение контроля в экосистеме платформы (см. Таблицу 2).

В целом, меры по совершенствованию правового регулирования представляют собой комплексную, трехуровневую модель, направленную на преодоление системной коллизии между динамикой цифровой коммерции и статичностью охранительных институтов. Их научная ценность заключается в последовательном соединении доктринальных подходов, текущих правоприменительных трендов и классических цивилистических конструкций.

1. *Судебно-прецедентный уровень (легализация сложившейся практики).*

Предложение о формулировке Верховным Судом РФ критериев «разумности» поведения маркетплейса является ключевым для перехода от казуальных решений к устойчивой судебной доктрине. Речь идет не о создании новых норм, а о легализации и структурировании уже складывающегося в практике «стандарта осмотрительности» для организаторов цифровых платформ. Это позволит унифицировать такие оценочные категории, как достаточность проверки (KYC), своевременность реагирования на жалобы и адекватность технических мер безопасности, трансформировав их из фактуальных обстоятельств дела в полноценные юридические критерии противоправности и вины.

2. *Законодательный уровень (нормативное закрепление баланса интересов).*

Законодательные инициативы носят дифференцированный характер и предлагают два взаимодополняющих механизма, основанных на разных правовых логиках:

- субсидиарная ответственность по ст. 1253.1 ГК РФ базируется на идее «ответственности за собственное виновное неисполнение регуляторной обязанности». Данная конструкция (п. 2 ст. 1253.1 ГК РФ (в предлагаемой редакции)) не делает агрегатора страховщиком за любого продавца, а привязывает его ответственность к доказанному нарушению им же установленных обязанностей по контролю. Это классический деликтный подход с элементами «culpa in vigilando» (вины в надзоре), адаптированный к цифровой среде;

Таблица 2. Модель обоснования деликтной ответственности маркетплейса

Логический элемент (звено цепи)	Содержательная характеристика	Связь с последующим элементом (правовое обоснование)
Создание цифровой среды повышенного доверия	Формирование у потребителя уверенности в безопасности сделок через рекламу, гарантии, системы рейтингов и отзывов.	→ Создает основание для возникновения особых обязанностей у организатора среды.
Возложение на себя регуляторных функций	Установление внутренних правил для продавцов, арбитраж споров, контроль контента, процедуры верификации.	→ Подтверждает фактический контроль над платформой и участие в организации оборота.
Извлечение экономической выгоды с транзакций	Получение комиссии, платы за услуги, дохода от рекламы с каждой сделки или присутствия продавца.	→ Формирует имущественный интерес и принцип «выгода влечёт риск».
Наличие организационной обязанности по безопасности	Вытекающая из п. 1-3 обязанность проявить разумную заботливость для предотвращения вреда от действий пользователей.	→ Устанавливает правовой критерий для оценки поведения (стандарт осмотрительности).
Неисполнение обязанности (Бездействие)	Непринятие технически и экономически доступных мер: слабая проверка продавцов, игнорирование жалоб, отсутствие оперативного реагирования.	→ Является противоправным элементом состава, «активирующим» цепь причинения вреда.
Создание условий для причинения вреда	Правовой вакуум и безнаказанность для мошенников в рамках платформы, прямое содействие их деятельности.	→ Формирует необходимое условие (conditio sine qua non) для наступления ущерба.
Причинение реального ущерба потребителю	Фактический имущественный вред – утрата денежных средств, получение некачественного/непоставленного товара.	→ Представляет объект правовой охраны и количественную меру ответственности.
Причинно-следственная связь	Юридически значимая связь , где бездействие платформы (п.5) стало необходимым условием реализации вреда (п.7) в созданной ею среде (п.1,6).	→ Является обязательным элементом состава , соединяющим противоправность и результат.
Вина в форме неосмотрительности	Несоответствие поведения требуемому стандарту заботливости (п.4), что выражается в выборе заведомо недостаточных мер предосторожности.	→ Выступает субъективным основанием для возложения ответственности.
Деликтная ответственность по ст. 1064 ГК РФ	Совокупность установленных элементов (п.1-9) формирует полный состав гражданского правонарушения , влекущего обязанность возместить вред.	← Вывод является логическим следствием и правовой квалификацией всей цепи.

- презумпция ответственности в Законе «О защите прав потребителей» (предполагаемая ст. 26.2) использует иную – процессуально-стимулирующую – логику. Она переносит бремя негативных последствий с потребителя на платформу в специально оговоренном случае: непредоставление данных для идентификации продавца. Это не ответственность за вред, а санкция за воспрепятствование защите права, направленная на преодоление ключевой процессуальной проблемы – невозможности предъявить иск к непосредственному причинителю. Таким образом,

первое предложение касается материального состава правонарушения, второе – процессуальных гарантий доступа к правосудию.

3. *Правоприменительный (процессуальный) уровень (обеспечительный механизм).*

Предложение об обеспечительном аресте комиссии маркетплейса является логичным процессуальным развитием материально-правовых новаций. Оно признает специфику активов в цифровом обороте, где традиционные обеспечительные меры (арест имущества продавца) часто неэффективны. Фиксация денежного обязательства

платформы перед продавцом-нарушителем как предмета обеспечения иска создает действенный рычаг давления и гарантию исполнения будущего судебного акта, замыкая предлагаемую модель в практическую плоскость.

Обсуждение и заключение

Развитие цифровой экономики требует адекватного развития гражданско-правовых инструментов. Конструкция деликтной ответственности, при всей ее кажущейся «экстраординарности» по отношению к маркетплейсам, является логичным и справедливым ответом на вызовы времени. Она не заменяет, а дополняет

договорные механизмы, заполняя правовой вакуум в ситуациях, когда непосредственный причинитель вреда недостижим. Возложение на агрегатора обязанности возместить убытки обманутому покупателю выполняет не только компенсационную, но и превентивную функцию, стимулируя владельцев платформ инвестировать в системы безопасности, верификации и оперативного реагирования. Это, в конечном итоге, будет способствовать повышению уровня доверия ко всей экосистеме электронной коммерции, что отвечает интересам и добросовестных бизнесов, и общества в целом.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Курбатов А.Я. Правовые позиции Конституционного Суда РФ в сфере гражданского права. Москва: Норма, 2021. 320 с.
2. Башкатов М.Л., Рыженков С.В. Гражданско-правовая ответственность в цифровую эпоху: новые вызовы // Журнал российского права. 2022. № 10. С. 43–58.
3. Европейская директива (EU) 2019/771 о договорах купли-продажи товаров: сравнительно-правовой анализ // Цивилист. 2020. № 3. С. 22–30.

REFERENCES

1. Kurbatov A.Ya. Pravovye pozicii Konstitucionnogo Suda RF v sfere grazhdanskogo prava. Moskva: Norma, 2021. 320 s.
2. Bashkatov M.L., Ryzhenkov S.V. Grazhdansko-pravovaya otvet-stvennost' v cifrovuyu epohu: novye vyzovy // Zhurnal rossijskogo prava. 2022. № 10. S. 43–58.
3. Evropejskaya direktiva (EU) 2019/771 o dogovorah kupli-prodazhi tovarov: sravnitel'no-pravovoj analiz // Civilist. 2020. № 3. S. 22–30.



Информация об авторе

Киселева Ксения Александровна, кандидат юридических наук, доцент кафедры гражданского права и процесса федерального государственного казенного учреждения высшего образования «Нижегородской академии МВД России», e-mail: aksinya.verner@list.ru

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

Information about the author:

Kiseleva Ksenia A., Candidate of Law (Research doctorate), Associate Professor of the Department of Civil Law and Procedure of the Federal State Public Educational Institution of Higher Education "Nizhny Novgorod Academy of the Ministry of Internal Affairs of Russia", e-mail: aksinya.verner@list.ru

The author has read and approved the final version of the manuscript.

Статья получена: 16.01.2026.

Статья принята к публикации: 23.03.2026.

Статья опубликована онлайн: 31.03.2026.

Против размещения полнотекстовой версии статьи в открытом доступе в сети Интернет не возражаю.