

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ЗАЩИТЫ АВТОРСКИХ ПРАВ НА ПЛАТФОРМАХ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ¹

USE OF NEW TECHNOLOGIES FOR COPYRIGHT PROTECTION ON E-COMMERCE PLATFORMS: INTERNATIONAL EXPERIENCE²

Анна Владимировна ПОКРОВСКАЯ

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, Юридический институт, Москва, Россия,
1142220181@pfur.ru,
ORCID 0009-0002-6473-2027

Информация об авторе

А.В. Покровская — аспирант кафедры гражданского права и процесса и международного частного права Российского университета дружбы народов имени Патриса Лумумбы, ассистент кафедры гражданского права и процесса и международного частного права Юридического института, эксперт патентной практики ЦИС «Сколково»

Аннотация. Рассмотрены особенности защиты авторских прав на платформах электронной коммерции в различных юрисдикциях с акцентом на Соединенные Штаты, Европейский союз и Китай. Платформы электронной коммерции часто используются в качестве каналов для распространения цифрового контента, включая текст, изображения, видео и музыку, что может привести к нарушению авторских прав. В связи с этими проблемами в статье анализируются стратегии защиты авторских прав на платформах электронной коммерции, включая внедрение надежной политики в области авторского права, использование таких технологических инструментов, как управление цифровыми правами (УЦП) и нанесение водяных знаков, проведение регулярного мониторинга на предмет нарушения

- авторских прав и принятие упреждающих мер против нарушителей. В заключение подчеркивается важная роль охраны авторских прав в формировании эволюции электронной коммерции и цифровой экономики.
- Уравновешивая защиту авторских прав со свободой самовыражения и инновациями, компании могут создать устойчивую экосистему, способствующую развитию творчества, защите интеллектуальной собственности и выгоде потребителей во всем мире.

- **Ключевые слова:** платформы электронной коммерции, нарушение авторских прав, новые технологии, цифровой контент, мониторинг

- **Для цитирования:** Покровская А.В. Использование новых технологий для защиты авторских прав на платформах электронной коммерции: международный опыт // Труды по интеллектуальной собственности (Works on Intellectual Property). 2025. Т. 52, № 1. С. 95–108;
• DOI: 10.17323/tis.2025.24887

Anna V. POKROVSKAYA

Patrice Lumumba Peoples' Friendship University of Russia, Law Institute, Moscow, Russia,
1142220181@pfur.ru,
ORCID: 0009-0002-6473-2027

Information about the author

- A.V. Pokrovskaya — postgraduate student of the Department of Civil Law and Procedure and Private International Law, Patrice Lumumba Peoples' Friendship University of Russia, assistant of the Department Civil Law and Process and Private International Law, Law Institute, expert in Patent Practice, Intellectual Property Center "Skolkovo"

¹ Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 24-28-00567, <https://rscf.ru/project/24-28-00567/>

² The research was supported by Russian Science Foundation grant No 24-28-00567, <https://rscf.ru/project/24-28-00567/>

Abstract. This article examines the specificities of copyright protection on e-commerce platforms in various jurisdictions, with a particular focus on the United States, the European Union and China. E-commerce platforms are often used as channels for the distribution of digital content, including text, images, videos and music, which can lead to copyright infringement. In response to these challenges, the article analyzes strategies for copyright protection on e-commerce platforms, including implementing robust copyright policies, using technological tools such as digital rights management (DRM) and watermarking, conducting regular monitoring for copyright infringement, and taking proactive measures against infringers. Finally, the important role of copyright protection in shaping the evolution of e-commerce and the digital economy is emphasized. By balancing copyright protection with freedom of expression and innovation, companies can create a sustainable ecosystem that fosters creativity, protects intellectual property and benefits consumers worldwide.

Keywords: e-commerce platforms, copyright infringement, new technologies, digital content, monitoring

For citation: Pokrovskaya A.V. Use of New Technologies for Copyright Protection on E-Commerce Platforms: International Experience // Trudi po Intellectualnoy Sobstvennosti (Works on Intellectual Property). 2025. Vol. 52 (1). P. 95–108; DOI: 10.17323/tis.2025.24887

ВВЕДЕНИЕ

Сфера электронной коммерции произвела революцию в ведении бизнеса, обеспечив платформу для онлайн-транзакций и цифрового обмена товарами и услугами. Поскольку компании все больше полагаются на цифровую сферу для маркетинга, продаж и распространения своей продукции, понимание и соблюдение законов об авторском праве в цифровой сфере приобретает первостепенное значение. В данной статье мы рассмотрим важные аспекты защиты авторских прав в электронной коммерции, сосредоточившись на проблемах, стратегиях, международных последствиях, законах о цифровом авторском праве и важности соблюдения прав интеллектуальной собственности в цифровой экономике.

Цифровой контент играет ключевую роль в стимулировании продаж и привлечении потребителей в сфере электронной коммерции. Однако эта цифровая сфера также изобилует проблемами, связанными с нарушением авторских прав. Несанкционированное воспроизведение, распространение или публичная демонстрация материалов, защищенных авторским правом, широко распространены в интернете, что создает значительные риски как для компаний, так и для производителей контента.

Платформы электронной коммерции часто служат каналами для распространения цифрового контента, включая тексты, изображения, видео и музыку. Хотя эти платформы помогают развитию коммерции и инноваций, они также способствуют нарушению прав интеллектуальной собственности. От несанкционированного использования изображений на веб-сайтах электронной коммерции до незаконного обмена цифровыми музыкальными файлами — нарушение авторских прав в онлайн-сфере принимает различные формы.

В условиях глобализации электронной коммерции компаниям приходится ориентироваться в законах и нормах авторского права различных юрисдикций. Хотя международные соглашения, такие как Бернская конвенция [1], обеспечивают основу для гармонизации защиты авторских прав, расхождения в национальных законах и механизмах правоприменения создают проблемы для транснациональных корпораций.

По мере развития технологий в сфере электронной коммерции появляются новые формы нарушения авторских прав. Начиная с распространения платформ для создания пользовательского контента и заканчивая появлением произведений, созданных искусственным интеллектом, компании сталкиваются с новыми проблемами при защите своих прав интеллектуальной собственности.

Баланс между защитой авторских прав и принципами свободы выражения мнений и инноваций остается извечным вопросом для политиков и заинтересованных сторон в отрасли. Хотя надежная защита авторских прав необходима для стимулирования творчества и инвестиций в создание контента, чрезмерные ограничения на цифровой контент могут препятствовать инновациям и затруднять доступ к информации.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методология исследования, посвященного обеспечению защиты авторских прав на платформах электронной коммерции, предполагает комплексный подход к решению проблем, связанных с нарушением авторских прав в цифровую эпоху. В исследовании подчеркивается важность защиты прав интеллектуальной собственности в электронной торговле и освещаются проблемы, связанные с несанкционированным воспроизведением, распространением и публичным показом защищенных авторским правом материалов в интернете. Платформы электронной коммерции служат каналами для распространения цифрового контента, включая тексты, изображения, видео и музыку, что может привести к нарушению авторских прав.

В исследовании рассматриваются международные аспекты защиты авторских прав, признаются проблемы, с которыми сталкиваются многонациональные компании при навигации по различным законам об авторском праве и механизмам правоприменения в разных юрисдикциях. В нем подчеркивается роль Закона об авторском праве в цифровую эпоху (Digital Millennium Copyright Act; далее — DMCA) [2] в США как ключевой правовой основы для защиты охраняемых авторским правом материалов в интернете.

Кроме того, в исследовании обсуждаются новые тенденции и проблемы защиты авторских прав в цифровой сфере, признается меняющийся характер нарушения авторских прав, которому способствуют достижения в области технологий электронной коммерции. В исследовании подчеркивается постоянная необходимость поиска баланса между защитой автор-

ских прав и поощрением свободы выражения мнений и инноваций в цифровой экономике.

В целом, в методологии исследования используется многомерный подход к анализу и решению сложных проблем защиты авторских прав в электронной коммерции, подчеркивается важность упреждающих мер, соблюдения правовых норм, технологических решений, международного сотрудничества и постоянной адаптации к возникающим вызовам в цифровом ландшафте.

ВОПРОСЫ ЗАЩИТЫ АВТОРСКИХ ПРАВ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

В сфере электронной коммерции цифровой контент играет ключевую роль в стимулировании продаж и привлечении потребителей. Однако этот цифровой ландшафт также сопряжен с проблемами, связанными с нарушением авторских прав. Несанкционированное воспроизведение, распространение или публичная демонстрация материалов, защищенных авторским правом, часто встречаются в интернете, что создает значительные риски как для компаний, так и для производителей контента.

Цифровой контент и нарушение авторских прав

Платформы электронной коммерции часто служат каналом для распространения цифрового контента, включая текст, изображения, видео и музыку. Хотя эти платформы способствуют коммерции и инновациям, они также облегчают нарушение авторских прав. От несанкционированного использования изображений на сайтах электронной коммерции до незаконного обмена цифровыми музыкальными файлами — нарушение авторских прав принимает различные формы в онлайн-сфере.

Выявление и устранение нарушений авторских прав в электронной коммерции требует бдительности и упреждающих мер. Компании должны внедрять надежную политику в области авторского права и использовать технологические инструменты для обнаружения и пресечения несанкционированного использования материалов, защищенных авторским правом. Кроме того, для обеспечения защиты авторских прав в цифровой сфере могут потребоваться такие средства правовой защиты, как письма о прекращении использования материалов, отказе от их использования и уведомления о снятии ограничений DMCA.

Международные аспекты защиты авторских прав

В глобальном мире электронной коммерции компаниям приходится ориентироваться в законах и нор-

мах об авторском праве, действующих в разных юрисдикциях. Как говорилось выше, хотя международные договоры, такие как Бернская конвенция [1], обеспечивают основу для гармонизации защиты авторских прав, различия в национальных законах и механизмах правоприменения создают проблемы для многонациональных компаний.

В Соединенных Штатах Америки DMCA [2] играет важнейшую роль в защите материалов, защищенных авторским правом, в интернете. DMCA обеспечивает безопасную гавань для поставщиков онлайн-услуг (Online Service Provider; далее — OSP), которые соблюдают определенные требования, такие как незамедлительное удаление нарушающего авторские права контента после получения соответствующего уведомления.

Новые тенденции и проблемы в области защиты авторских прав

По мере развития технологий в сфере электронной коммерции продолжают появляться новые формы нарушения авторских прав. От распространения платформ для создания пользовательского контента до появления произведений, созданных искусственным интеллектом, компании сталкиваются с новыми проблемами при защите своих прав на объекты интеллектуальной собственности [3].

Баланс между защитой авторских прав и принципами свободы выражения мнений и инноваций — постоянная проблема для политиков и заинтересованных сторон в данной отрасли. Хотя надежная защита авторских прав необходима для стимулирования творчества и инвестиций в создание контента, чрезмерные ограничения на цифровой контент могут затормозить инновации и затруднить доступ к информации [4].

Ясно, что авторское право будет играть центральную роль в формировании эволюции электронной коммерции и цифровой экономики. Поддерживая инновации и соблюдая принципы авторского права, компании смогут создать устойчивую и динамичную экосистему, которая будет способствовать творчеству, защищать интеллектуальную собственность и приносить пользу потребителям во всем мире.

ЦИФРОВОЕ АВТОРСКОЕ ПРАВО

Цифровое авторское право — это юридические права, которыми обладают создатели, авторы и другие производители контента на свои цифровые творения [5]. Оно охватывает широкий спектр материалов, от музыкальных композиций и электронных книг до программного обеспечения и цифровых изображений.

Как и традиционное авторское право, цифровое авторское право направлено на защиту прав создателей, гарантируя, что они получают вознаграждение за свои работы и могут контролировать их использование, распространение и монетизацию [6].

Основные аспекты цифрового авторского права

1. *Защита цифровых произведений.* По своей сути цифровое авторское право обеспечивает защиту контента, который создается и распространяется в цифровых форматах. Сюда входят базы данных, компьютерные программы, подкасты, статьи в интернете и многое другое.

2. *Права создателя.* Создатель цифрового произведения имеет исключительное право воспроизводить, распространять, исполнять и демонстрировать свое произведение, а также создавать производные работы. Он также имеет право передавать эти права другим лицам.

3. *Ограничения и исключения.* Цифровое авторское право не дает абсолютной власти творцам. Существуют определенные исключения, такие как «добросовестное использование», которое может позволить ограниченное использование защищенных авторским правом материалов без получения разрешения, особенно для таких целей, как критика, комментарии, освещение новостей, образование и исследования.

4. *Закон об авторском праве в цифровую эпоху (DMCA) [2],* принятый в 1998 г., является ключевым законодательным актом в США, направленным на решение цифровых проблем. Он криминализует производство и распространение технологий, устройств или услуг, предназначенных для обхода мер по управлению цифровыми правами (DRM), которые защищают произведения, охраняемые авторским правом. Он также предоставляет правообладателям механизм, позволяющий требовать удаления нарушающего авторские права контента с онлайн-платформ.

5. *Управление цифровыми правами (УЦП).* Это относится к технологиям контроля доступа, используемым авторами, издателями и правообладателями для ограничения использования цифровых носителей или устройств. УЦП — это практический метод, используемый для защиты цифровых авторских прав и предотвращения несанкционированного распространения цифровых носителей.

6. *Проблемы правоприменения.* Одной из основных проблем цифрового авторского права является его соблюдение. Глобальный характер интернета затрудняет контроль за распространением цифрового контента. Однако с развитием технологий и международных соглашений предпринимаются шаги по пресечению несанкционированного использования и распространения.

Важность цифрового авторского права в электронной коммерции

Электронная коммерция, характеризующаяся онлайн-сделками и цифровым обменом товарами и услугами, переживает беспрецедентный рост в последнее десятилетие [7].

Поскольку предприятия все больше полагаются на цифровую сферу для маркетинга, продажи и распространения своей продукции, понимание и соблюдение цифрового авторского права приобрели первостепенное значение.

Факторы, определяющие важность цифровых авторских прав в электронной коммерции:

- *защита интеллектуальной собственности (ИС).* На платформах электронной коммерции часто размещается множество продуктов, многие из которых являются цифровыми по своей природе, например электронные книги, цифровое искусство, программное обеспечение и музыка. Цифровое авторское право гарантирует, что создатели этих цифровых продуктов сохраняют контроль над своей интеллектуальной собственностью, предотвращая ее несанкционированное использование или распространение;
- *сохранение целостности бренда.* Несанкционированное использование или тиражирование цифрового контента может подпортить репутацию бренда. Когда потребители сталкиваются с контрафактной продукцией или несанкционированными копиями, это может подорвать доверие к оригинальному бренду. Цифровое авторское право помогает компаниям сохранить целостность своего бренда, обеспечивая распространение только подлинных и лицензированных продуктов;
- *поощрение творчества и инноваций.* Когда авторы знают, что их работа защищена, они с большей вероятностью будут вкладывать время и ресурсы в производство высококачественных инновационных продуктов. Это выгодно не только создателям, но и потребителям, которые получают доступ к более широкому ассортименту уникальных цифровых товаров;
- *денежные выгоды для создателей.* Цифровое авторское право гарантирует, что создатели и предприятия смогут получать прибыль от своих цифровых продуктов. Без защиты контрафактные копии могут наводнить рынок, снижая потенциальные продажи для лицензированных объектов ИС. Это особенно важно для предприятий, чей основной доход приносят цифровые товары;
- *установление отраслевых стандартов.* Надежная система защиты цифровых авторских прав

помогает установить стандарты для платформ электронной коммерции и продавцов. Это создает равные условия, при которых предприятия действуют по единым правилам, обеспечивая честную конкуренцию и препятствуя незаконной практике;

- *правовая охрана и средства правовой защиты.* В случае нарушения авторских прав у компаний есть законные основания для принятия мер. Они могут варьироваться от уведомлений о снятии ограничений до требования возмещения ущерба. Такие меры защиты могут служить сдерживающим фактором для потенциальных нарушителей;
- *доверие потребителей.* Потребители предпочитают покупать товары на платформах и у продавцов, которым они доверяют. Знание того, что платформа электронной коммерции уважает и соблюдает цифровые авторские права, может повысить доверие потребителей, что приведет к росту лояльности и продаж;
- *международные отношения и торговля.* Многие страны заключили договоры и соглашения о соблюдении и обеспечении соблюдения цифровых авторских прав на международном уровне. Надлежащее соблюдение этих правил обеспечивает бесперебойную международную торговлю и способствует установлению хороших деловых отношений между странами.

Процесс защиты цифровых авторских прав в электронной коммерции

Навигация по сложному миру цифровых авторских прав в электронной коммерции включает в себя множество шагов по обеспечению их защиты, соблюдения и исполнения.

Ниже приведен структурированный процесс, описывающий, как цифровое авторское право обычно работает в сфере электронной коммерции [8]:

Создание цифрового контента. Процесс начинается, когда создатель производит уникальный цифровой продукт, будь то программное обеспечение, электронная книга, цифровое произведение искусства или другая интеллектуальная собственность.

Оригинальные произведения автоматически защищаются авторским правом в момент создания, но официальная регистрация может обеспечить более прочную юридическую основу во многих юрисдикциях.

Регистрация (необязательна, но рекомендуется). Создатели могут зарегистрировать свою работу в соответствующем национальном ведомстве или аналогичном органе. Регистрация обычно включает в себя предоставление копии произведения, указание соот-

ветствующих данных и уплату пошлины. После регистрации авторы получают свидетельство, которое может стать решающим доказательством в случае возникновения споров.

Внедрение системы управления цифровыми правами (УЦП). Чтобы предотвратить несанкционированное копирование или распространение, авторы или компании могут включить в свои цифровые продукты средства УЦП. Средства УЦП ограничивают возможности потребителей по использованию продукта, например ограничивают количество устройств, на которых можно получить доступ к продукту, или предотвращают копирование.

Размещение на платформах электронной торговли. Продавцы загружают свои продукты на платформы электронной коммерции, обеспечивая при этом четкое уведомление о перечислении продуктов. Условия предоставления услуг и лицензионные соглашения должны быть ясно изложены, должны информировать покупателей о том, как им разрешено использовать приобретенный цифровой продукт.

Мониторинг и правоприменение. Регулярный контроль онлайн-платформы и других потенциальных каналов продаж позволяет выявить несанкционированное использование или распространение материалов. Автоматизированные инструменты и сервисы могут помочь отследить распространение защищенного авторским правом контента в интернете. В случае нарушения авторских прав первым шагом обычно является подача уведомления о снятии ограничений с использованием таких механизмов, как Закон об авторском праве в цифровую эпоху (DMCA) в США или аналогичные законы в других странах.

Реагирование на уведомления о снятии ограничений. Платформы электронной коммерции, получившие действительное уведомление об изъятии, должны незамедлительно принять меры по удалению нарушающего авторские права контента. Продавцы могут подать апелляцию или встречное уведомление, если считают, что удаление было несправедливым.

Правовые средства защиты. Если неформальные меры, такие как уведомления об удалении, не решают проблему нарушения авторских прав, владельцы могут обратиться в суд. Результатом судебного разбирательства могут стать судебные запреты в отношении нарушителей, денежные компенсации или мировые соглашения.

Лицензирование и партнерство. Владельцы авторских прав могут разрешить лицензировать свои цифровые продукты другим продавцам или платформам, предоставляя разрешение на распространение в обмен на роялти или единовременное вознаграждение. В лицензионных соглашениях должны быть четко

прописаны условия использования, права на распространение и вознаграждение.

Возможность непрерывных обновлений. С учетом быстро меняющейся природы цифровых технологий и онлайн-рынков правообладателям необходимо регулярно обновлять свои продукты, механизмы защиты и лицензионные соглашения. Это поможет опередить потенциальных нарушителей и адаптироваться к меняющемуся ландшафту электронной коммерции.

АНАЛИЗ ДЕЙСТВУЮЩЕГО В ЕС РЕЖИМА В ОТНОШЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЦИФРОВЫХ АВТОРСКИХ ПРАВ

В настоящее время в ЕС ответственность за размещение и передачу защищенного авторским правом контента в интернете определяется режимом, перенесенным в национальное законодательство в соответствии с Директивой о некоторых правовых аспектах услуг информационного общества, в частности электронной торговли, на внутреннем рынке (2000/31/ЕС) (Директива об электронной торговле) [9]. Кроме того, в Директиве о гармонизации авторского права в информационном обществе (2001/29/ЕС) (Директива InfoSoc) [10] указан ряд исключений и ограничений ответственности за нарушение права на воспроизведение, принадлежащего авторам и иным правообладателям, которые государства-члены могут ввести в национальное законодательство, включая любое использование в целях карикатуры, пародии или пасташи (имитацию стиля работ одного или нескольких авторов).

По сути, создатели Директивы об электронной торговле [9] стремились уравновесить права правообладателей и реалии информационного века в интернете путем введения трех исключений:

- исключение простого проводника (*mere conduit*) для передачи контента, когда поставщик услуг не иницирует передачу и не участвует в выборе контента или его получателя;
- исключение кэширования (*caching*) для автоматического и временного кэширования контента с единственной целью передачи;
- исключение хостинга (*hosting*), когда поставщик услуг не имеет фактических сведений о незаконной деятельности или информации, фактах или обстоятельствах, из которых следует, что незаконная деятельность очевидна.

Во всех случаях исключения (освобождения от ответственности) сохраняют за судами право выносить судебные запреты, если это необходимо. Кроме того, исключения для кэширования и хостинга регулируют

ются режимом «уведомления и удаления» (notice and take-down) [11], что означает, что соответствующий поставщик услуг освобождается от ответственности только в том случае, если он удаляет или отключает доступ к контенту после получения уведомления о нарушении. В соответствии с этими исключениями провайдеры не обязаны активно отслеживать свои платформы и сервисы на предмет наличия нарушающего права контента. Этот режим остается неизменным для контента, удаления которого добиваются по причинам, не связанным с нарушением авторских прав, через платформы обмена онлайн-контентом, о чем кратко говорится ниже.

Новый режим ответственности для поставщиков услуг по обмену онлайн-контентом (OCSSP)

Директива об авторском праве и смежных правах на едином цифровом рынке ((EU) 2019/790) (Директива DSM) [12], которая была опубликована 17 мая 2019 г. и должна быть перенесена государствами-членами к июню 2021 г., была призвана радикально изменить режим ответственности для платформ обмена онлайн-контентом. Реализация Директивы DSM, в частности ст. 17, будет означать переход от режима «уведомления и удаления» к режиму «уведомления и приостановления» в отношении нарушающего права контента, а также может потребовать использования технологий фильтрации для предотвращения загрузки нарушающего права контента на такие платформы. Статья 17 налагает на Online Content-Sharing Service Providers (далее — OCSSP) гораздо более жесткий режим ответственности за нарушение авторских прав по сравнению с системой, в рамках которой они работают в настоящее время. Она требует, чтобы OCSSP принимали активные меры для получения «разрешения» от правообладателей, чьи произведения размещены на сайте OCSSP. Такое разрешение, как правило, принимает форму лицензионного соглашения (если соответствующие правообладатели согласны на такое лицензирование). Если лицензионные соглашения не заключены, платформы должны приложить «все усилия» для того, чтобы контент, не разрешенный правообладателями, не был доступен на их сайте.

Практическая реализация нового режима ответственности OCSSP

Европейская комиссия заявила, что обязательство «прилагать максимальные усилия» «не предписывает никаких конкретных средств или технологий» [13]. Более того, в самой Директиве говорится, что применение ст. 17 «не должно приводить к какому-либо общему обязательству по мониторингу» [12].

Однако многие ученые и заинтересованные стороны утверждают, что практическая интерпретация ст. 17 налагает на OCSSP обязательство по фильтрации, согласно которому они должны внедрить систему определения того, защищены ли авторским правом произведения, размещаемые в открытом доступе на их сайте, и активно запрашивать согласие правообладателей перед публикацией таких произведений в сети.

Этот стимул к использованию и разработке фильтров загрузки вызывает необходимость рассмотреть вопрос о законности такой технологии в соответствии с другими правовыми принципами и о том, как сбалансировать эти новые обязательства с исключениями «добросовестного использования», предусмотренными законодательством об авторском праве.

Кроме того, в Директиве DSM указано, что обработка персональных данных (в отношении как правообладателей, так и пользователей), осуществляемая в рамках Директивы DSM, должна проводиться в соответствии с Директивой об обработке персональных данных и защите частной жизни в секторе электронных коммуникаций (2002/58/EC) (Директива e-Privacy) [14] и Общим регламентом по защите данных (Регламент (ЕС) 2016/679) (GDPR) [15]. Поэтому внедрение этих механизмов необходимо будет оценивать как в контексте ст. 17 Директивы [12], так и в соответствии с принципами и процедурами GDPR (например, прозрачность, необходимость, пропорциональность, правовая основа, раскрытие, хранение, права личности и т.д.).

Стоит обратить внимание на следующие вопросы:

- фильтры загрузки, обрабатывающие персональные данные пользователя или правообладателя, вероятно, участвуют в автоматизированном принятии решений, имеющих юридические последствия (поскольку они определяют, защищено ли произведение авторским правом), и поэтому могут подпадать под действие ст. 22 GDPR (требующей гарантий прав и свобод личности);
- фильтры загрузки также могут не выявить пользовательский контент, на который распространяются исключения, указанные в ст. 17(7) Директивы [12] (например, цитирование, пародия, критика). Знание культурного контекста часто необходимо для определения того, нарушает ли произведение авторское право, поскольку фильтры, использующие только анализ содержания, могут не обнаружить, например, сатирический или критический характер произведения. Поэтому сомнительно, что технология фильтрации может обеспечить необходимую контекстуальную и культурную осведомленность для защиты свободы самовыражения пользователей [12] при выявлении случаев нарушения авторских прав.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЮРИДИЧЕСКИЕ И НОРМАТИВНЫЕ ВОПРОСЫ В ОБЛАСТИ ЗАЩИТЫ АВТОРСКИХ ПРАВ НА ПЛАТФОРМАХ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Законодательство ЕС об авторском праве влияет на онлайн-контент и другими способами, в числе которых [16]:

- *скриптинг (Screen Scraping)*: Суд Европейского союза (далее — CJEU) принял решение [5] по вопросу об экранировании в области нарушения авторских прав и прав на базы данных, постановив, что в обстоятельствах, когда владелец веб-сайта не может полагаться на свои права на базы данных для борьбы с нарушением путем «экранирования», он может полагаться на свои положения и условия для предотвращения этого;
- *гиперссылки (Hyperlinking)*: законодательство о последствиях гиперссылок для авторского права все еще развивается [6], но на сегодняшний день CJEU установил следующие правила:
 - размещение гиперссылки на произведение, защищенное авторским правом, которое уже находится в свободном доступе в интернете с разрешения владельца авторских прав, не нарушает авторских прав;
 - гиперссылка, делающая защищенные авторским правом работы доступными для «новой публики», может представлять собой нарушение авторских прав, т.е. если размещение ссылки делает работу доступной для пользователей, которые в противном случае не должны иметь доступа к этому контенту;
 - нарушение происходит, если ссылка ведет на произведение, о котором разместивший ссылку знал (или должен был знать), что произведение было размещено на стороннем ресурсе или сайте без согласия правообладателя (при условии, что произведение действительно было размещено без согласия правообладателя). Это может произойти, например, в случае, когда разместивший ссылку знает или должен был знать, что конкретный правообладатель никогда не предоставляет контент бесплатно, однако его контент оказывается на другом ресурсе. CJEU постановил, что, когда размещение гиперссылок осуществляется в целях получения прибыли, ожидается, что лицо, размещающее ссылку, проведет необходимые проверки, чтобы убедиться, что оно не нарушает авторские права.

На онлайн-контент также распространяются определенные права, предусмотренные GDPR [15]. Например, «право на забвение» позволяет людям требовать

удаления личных данных с онлайн-платформ и поисковых систем, если больше нет оснований для публикации такой информации (например, данные больше не являются точными).

ТЕХНОЛОГИИ, ФОРМИРУЮЩИЕ БУДУЩЕЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Несколько технологических инноваций проложили путь в будущее электронной коммерции [17]. Благодаря этим инновациям предпринимателям стало намного проще и эффективнее управлять своим бизнесом в сфере электронной коммерции и увеличивать свои шансы на получение прибыли.

Мобильная коммерция

Мобильная коммерция, также известная как *m-commerce*, произвела революцию в сфере покупок, позволив покупателям совершать покупки на ходу, не выходя из своих мобильных устройств [18]. Компании, которые принимают эту новую парадигму, разрабатывая и предлагая мощные мобильные приложения, будут впереди всех, предлагая своим покупателям более персонализированный опыт покупок в соответствии с их потребностями.

Блокчейн

Технология блокчейн стала неожиданным игроком в индустрии электронной коммерции, что потенциально может иметь серьезные последствия для безопасности транзакций [19]. Компании электронной коммерции используют блокчейн, чтобы сделать транзакции более прозрачными и безопасными, управлять цепочками поставок и даже бороться с поддельными товарами и мошенническими операциями.

ИИ и машинное обучение

ИИ и машинное обучение становятся доминирующими технологиями в электронной коммерции и применяются в таких случаях, как персонализация рекомендаций по товарам, оптимизация ценообразования и предиктивная аналитика для управления запасами [20]. Используя эти технологии, предприятия электронной коммерции могут вести деятельность гораздо эффективнее, обеспечивая своим клиентам превосходный опыт.

Чат-боты и виртуальные помощники

Многие компании, занимающиеся электронной коммерцией, начали использовать чат-боты и виртуальные помощники, часто работающие на основе технологий искусственного интеллекта, для обслуживания клиентов. Поскольку эти ресурсы обычно доступны

24 часа в сутки семь дней в неделю, их можно использовать для ответов на вопросы и помощи в процессе покупки, причем мгновенно, что значительно повышает качество обслуживания клиентов.

Большие данные и аналитика

Многие предприятия электронной коммерции также начинают использовать революцию больших данных, собирая и анализируя информацию о клиентах, чтобы понять их поведение, принимать более обоснованные решения и предлагать персонализированный опыт покупок. Таким образом, эти компании могут минимизировать свои расходы и повысить вероятность конверсии в продажи.

AR и VR

Дополненная реальность (AR) и виртуальная реальность (VR) — два инструмента, которые произвели революцию в работе с покупателями в электронной коммерции. Например, с их помощью покупатели могут виртуально примерить одежду, аксессуары или представить, как будет выглядеть декор в их доме или офисе, что позволяет им принимать более взвешенные решения о покупке.

Голосовой поиск и умные колонки

Устройства с голосовым управлением, такие как умные колонки, привели к интеграции голосового поиска в электронную коммерцию, облегчая покупателям поиск и покупку товаров у их любимых продавцов. Некоторые из них даже начали предлагать возможность оформить заказ, просто произнеся команду на смарт-динамике.

Услуги по подписке

Некоторые платформы электронной коммерции также начали предлагать услуги подписки, чтобы сделать этот процесс еще более удобным для потребителей. Позволяя клиентам подписываться на автоматические поставки, часто стимулируемые небольшими скидками, платформы электронной коммерции могут обеспечить постоянный бизнес, а также предоставить своим клиентам регулярный доступ к товарам, которые они используют.

ЗАЩИТА АВТОРСКИХ ПРАВ В ОНЛАЙН-МИРЕ: ПРАКТИКА КИТАЯ

После шести лет подготовки Закон об электронной коммерции вступил в силу в январе 2019 г. Новый закон предусматривает, в частности, важный инструмент правоприменения — систему «уведомления и удаления», которая была введена в Гражданский кодекс и вступила в силу 1 января 2021 г.

Если пользователь онлайн-сервиса в ответ на уведомление правообладателя представит заявление об отсутствии нарушений, провайдер интернет-услуг или оператор платформы электронной коммерции может прекратить меры по удалению, блокировке или отключению обжалуемых ссылок при условии, что правообладатель не подал гражданский иск или административную жалобу в разумный срок. Задержки, которые могут быть вызваны обстоятельствами, не зависящими от правообладателя, например нотариальное заверение и легализация процессуальной документации, не включаются в расчет такого разумного срока. Однако подобный срок не должен превышать 20 рабочих дней.

Если заявление о ненарушении прав подано недобросовестно, правообладатель вправе требовать взыскания штрафных санкций.

Если правообладатель допустил фактическую ошибку в уведомлении об изъятии, но может обосновать, что жалоба была подана добросовестно, он должен быть освобожден от ответственности.

Платформы электронной коммерции

Продавец, осуществляющий деятельность на платформе электронной торговли, также может обратиться за судебным запретом, обязывающим данную платформу электронной торговли восстановить ссылку, удаленную по требованию правообладателя, если в силу неотложности обстоятельств его законным интересам будет нанесен непоправимый ущерб.

Что касается жалоб или заявлений о ненарушении патентов, платформа электронной коммерции может потребовать представить описание сравнения технических или конструктивных особенностей. Если речь идет о патенте на промышленный образец или полезную модель, платформа электронной торговли может также потребовать представить отчет об оценке новизны такого патента, выданный Китайским национальным управлением интеллектуальной собственности (CNIPA).

В руководящих документах определены критерии, которые необходимо учитывать при принятии решения о недобросовестности (bad faith); о факте принятия платформой электронной коммерции разумных мер (reasonable measures); о том, знали или должны были знать платформы электронной торговли о нарушении (know or should have known).

КЕЙС: СЮЙ ЧУНЬШАНЬ ПРОТИВ ТЯНЬ ЦИНХУНА, ЛЮ ЯНЬБО И ШАНЬДУН ШИБО [21]

4 сентября 2019 г. Сюй Чуньшань, онлайн-продавец желатинового торта из ослиной шкуры (традиционное китайское тонизирующее средство), обратился

в окружной суд провинции Ухань за досудебным запретом, попросив суд обязать трех ответчиков немедленно прекратить действия по захвату его интернет-магазина на Taobao.com.

Суд организовал срочное слушание и поддержал иск Сюя 16 сентября 2019 г., подтвердив следующее: Тянь Цинхун также является онлайн-продавцом желатинового торта из ослиной шкуры и прямым конкурентом Сюя.

Тянь подала в общей сложности 17 уведомлений о снятии ограничений, основанных на ее предполагаемых авторских правах на упаковку торта; однако Тянь подозревает, что авторские свидетельства были поддельными.

Лю Яньбо и Шаньдун Шибо подали еще шесть уведомлений о нарушении авторских прав в отношении интернет-магазина Сюя; однако предоставленная информация о регистрации авторских прав не соответствовала той, что была зарегистрирована в Бюро по авторским правам.

Доказательства показали, что Тянь, Лю и Шаньдун Шибо имеют очевидные связи — они использовали одного и того же агента для сохранения доказательств нарушения, имели один и тот же адрес электронной почты и использовали один и тот же IP-адрес при подаче уведомлений о нарушении авторских прав. Таким образом, используя частично измененные или поддельные свидетельства о собственности, публикации и разрешениях, а также другие материалы для подачи жалоб о нарушении авторских прав на магазин Сюя на Таобао несколько раз, три ответчика успешно удалили аукционы товаров Сюя, чтобы достичь цели устранения конкурента, получения конкурентного преимущества и захвата доли рынка. Такие жалобы подозреваются в том, что они совместно представляют собой акты недобросовестной конкуренции.

Суд посчитал, что непринятие запретительных мер нанесет непоправимый вред Сюю. Осень и зима — пиковые сезоны продаж желатинового торта из ослиной шкуры. Национальный день, Новый год, Праздник весны и рекламные дни “Double Eleven” и “Double Twelve” на платформе электронной коммерции осенью и зимой также являются пиковыми сезонами. Если бы не было принято никаких запретительных мер, это повлияло бы на продажи и привело бы к убыткам для компании Сюя.

Убытки, вызванные жалобой на неправомерные действия, необратимы. Онлайн-продажи отличаются от офлайн-продаж. Рейтинг аукциона — это результат непрерывного рекламного воздействия, накопления объема продаж и положительных потребительских оценок, напрямую влияющих на вероятность успешных сделок. После удаления все преимущества, связанные с этим конкретным аукционом, исчезают и не могут быть восстановлены.

Согласно правилам Таобао, как только жалоба на нарушение установлена, помимо удаления с аукциона она часто влечет за собой такие наказания, как снижение рейтинга магазина, ограничение на выпуск товаров или отказ в доступе к маркетинговым возможностям, что скажется на продажах всего магазина.

Наконец, принимая во внимание длительный период рассмотрения споров о недобросовестной конкуренции между двумя сторонами, чтобы соблюсти баланс интересов обеих сторон, а также учитывая пиковый сезон продаж соответствующих товаров, суд постановил, что запрет ответчикам подавать жалобы на недобросовестную конкуренцию будет действовать до конца февраля 2020 г.

BAYER ПРОТИВ ЛИ ЦИН [22]

В мае 2015 г. Ли Цин как физическое лицо подал заявку и в июле 2016 г. получил регистрацию 3-го класса на два знака устройств, имитирующих отличительную часть защищенных авторским правом образцов компании Bayer, используемых на ее солнцезащитных средствах Coppertone.

Начиная с сентября 2016 г. Ли начал борьбу с дистрибьюторами и мелкими и средними продавцами на Таобао, которые предлагали продавать солнцезащитные средства Coppertone от Bayer с использованием защищенных авторским правом образцов, неоднократно подавая оператору платформы уведомления о снятии защиты. Эти жалобы привели к удалению ссылок на аукцион и снижению рейтинга продавцов. Ли также отправлял дилерам Bayer письма с требованием прекратить нарушение авторских прав и возместить ущерб, даже угрожая прибегнуть к уголовному или административному преследованию или судебному разбирательству, если получатели не подчинятся. После того как ему не удалось запугать Bayer, чтобы компания купила его товарные знаки, Ли подал многочисленные жалобы на 121 продавца Таобао и открыто предложил отозвать свои жалобы, если продавцы согласятся возместить ущерб.

В 2017 г. Bayer инициировала два иска против Ли Цина в окружной суд Уханя, требуя декларативного решения о ненарушении прав, прекращения действий по недобросовестной конкуренции и выплаты компенсации.

В своем решении от 8 марта 2018 г. суд сослался на ст. 2.1 Закона о борьбе с недобросовестной конкуренцией и отметил, что если судебный акт нарушает принцип добросовестности и признанную деловую этику, то такой акт представляет собой недобросовестную конкуренцию.

Суд установил следующее:

- доказательств было достаточно, чтобы доказать, что Байер является владельцем авторских прав на дизайн солнцезащитного крема Coppertone, что предшествовало применению товарных знаков Ли;
- использование компанией Байер таких защищенных авторским правом образцов не нарушает исключительного права Ли на использование его зарегистрированных товарных знаков;
- на основании своей недобросовестной регистрации товарного знака ответчик, используя нечестные средства, подорвал конкурентные преимущества Байер и получил прибыль от этого процесса, что представляет собой акт недобросовестной конкуренции.

Суд также обязал Ли прекратить действия в области недобросовестной конкуренции и выплатить компенсацию в пользу компании Байер.

ВЫВОДЫ

На основе обширного исследования, посвященного обеспечению защиты авторских прав на платформах электронной коммерции и использованию новых технологий, стало очевидно, что защита прав интеллектуальной собственности в цифровую эпоху имеет решающее значение для устойчивого развития электронной коммерции и цифровой экономики. В исследовании подчеркивается значение цифрового контента для увеличения продаж и вовлечения потребителей в электронную коммерцию, а также проливается свет на проблемы, связанные с нарушением авторских прав, такие как несанкционированное воспроизведение, распространение и публичная демонстрация защищенных авторским правом материалов в интернете.

Платформы электронной коммерции служат важнейшими каналами для распространения цифрового контента — от текстов и изображений до видео и музыки, что повышает риск нарушения авторских прав. Для эффективного решения этих проблем были проанализированы различные стратегии защиты авторских прав на платформах электронной коммерции. Эти стратегии включают в себя внедрение надежной политики в области авторского права, использование таких технологических инструментов, как управление цифровыми правами (DRM) и водяные знаки, регулярный мониторинг на предмет нарушения авторских прав и принятие упреждающих мер против нарушителей.

Кроме того, в исследовании рассматриваются международные аспекты защиты авторских прав. В Соединенных Штатах Америки Закон об авторском праве в цифровую эпоху (DMCA) играет ключевую

роль в защите прав интеллектуальной собственности в интернете. В нем прописаны положения о «безопасной гавани» для платформ, которые оперативно реагируют на запросы владельцев авторских прав, тем самым обеспечивая баланс между защитой прав авторов и стимулированием инноваций в интернете.

В Европейском союзе реализация Директивы ЕС по авторскому праву имеет значительные последствия для платформ электронной коммерции. Директива вводит новые обязательства для платформ по активному мониторингу и фильтрации контента, защищенного авторским правом и загружаемого пользователями, в целях усиления защиты авторских прав. Эта нормативная база отражает стремление ЕС к укреплению прав интеллектуальной собственности в цифровом пространстве. Аналогичным образом в Китае платформы электронной коммерции работают в сложной правовой среде, сочетающей элементы как государственного контроля, так и рыночной динамики. Защита интеллектуальной собственности является одним из ключевых направлений в Китае, а технологические достижения играют решающую роль в обеспечении соблюдения законов об авторском праве. Платформы используют самые современные инструменты, такие как системы обнаружения нарушений авторских прав на основе искусственного интеллекта, для оперативного выявления и удаления нарушающего авторские права контента.

В заключение отмечу, что исследование подчеркивает ключевую роль охраны авторских прав в формировании эволюции электронной коммерции и цифровой экономики. Гармонично сочетая защиту авторских прав с поощрением творчества и защитой интеллектуальной собственности, компании могут создать устойчивую экосистему, способствующую инновациям, защите интеллектуальной собственности и выгоде потребителей в глобальном масштабе. Таким образом, навигация по динамичному ландшафту электронной коммерции с помощью упреждающих мер, соблюдения правовых норм, технологических решений, международного сотрудничества и постоянной адаптации к возникающим проблемам имеет важное значение для обеспечения эффективной защиты авторских прав в цифровой сфере.

ПРЕДЛОЖЕНИЯ И РЕКОМЕНДАЦИИ

В рамках проведенного исследования можно предложить несколько стратегических решений по усилению защиты авторских прав на платформах электронной коммерции. Эти рекомендации направлены на решение проблем, связанных с нарушением авторских прав в цифровую эпоху, и обеспечение безопасной среды

для создателей контента и предприятий, работающих в интернете. Выполняя эти рекомендации, платформы электронной коммерции могут укрепить свою политику в области авторского права, внедрить технологические решения и принять упреждающие меры для эффективной борьбы с нарушениями авторских прав. Рассмотрим эти рекомендации, чтобы получить полное представление о том, как защитить права интеллектуальной собственности в цифровой среде.

1. Платформы электронной коммерции должны разработать четкую и всеобъемлющую политику в области авторского права, которая описывает правила и последствия, связанные с нарушением авторских прав. Эти правила должны быть легко доступны для пользователей и эффективно доносить до них информацию о приверженности платформы защите интеллектуальной собственности.

2. Внедрение технологий DRM может помочь предотвратить несанкционированный доступ, воспроизведение и распространение защищенного авторским правом контента на платформах электронной коммерции. Средства DRM могут шифровать цифровой контент, контролировать разрешения на доступ и отпугивать потенциальных нарушителей авторских прав.

3. Использование методов нанесения водяных знаков на цифровые активы может помочь определить происхождение материалов, защищенных авторским правом, и предотвратить их несанкционированное использование. Водяные знаки служат в качестве визуального или цифрового маркера, встроенного в контент, что позволяет владельцам авторских прав отслеживать и защищать свою интеллектуальную собственность.

4. Платформы электронной коммерции должны активно отслеживать свои веб-сайты и пользовательский контент на предмет потенциального нарушения авторских прав. Внедрение автоматизированных инструментов мониторинга и ручные проверки помогут оперативно выявлять и устранять несанкционированное использование материалов, защищенных авторским правом.

5. Необходимо обеспечить пользователей удобными механизмами коммуникации с платформой для сообщения о предполагаемых случаях нарушения авторских прав. Предоставление четких инструкций о том, как сообщать о нарушениях, и оперативное расследование инцидентов могут помочь смягчить проблемы с авторскими правами на платформах электронной коммерции.

6. Важно разработать и ввести в действие более «строгие» меры наказания для пользователей, участвующих в нарушении авторских прав на платформах электронной коммерции. Применение дисциплинар-

ных мер, таких как приостановка или прекращение действия учетной записи, может отпугнуть потенциальных нарушителей и подчеркнуть приверженность платформы соблюдению законов об авторском праве.

Приняв во внимание эти практические рекомендации, платформы электронной коммерции смогут усилить меры по защите авторских прав, снизить риски их нарушения и обеспечить безопасную среду как для создателей контента, так и для пользователей.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works, 1886 // СПС «КонсультантПлюс».
2. Digital Millennium Copyright Act, 1998. (DMCA), 17 U.S.C. § 512(c).
3. Рузакова О.А., Гринь Е.С. Вопросы защиты интеллектуальной собственности в области технологий виртуальной и дополненной реальности (VR, AR) // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2020. № 49. С. 502–523.
4. Шугуров М.В. Парадигма модернизации авторского права Европейского союза в контексте цифровой экономики // Международное право. 2019. № 4. С. 1–26.
5. Stokes S. Digital copyright: law and practice. Bloomsbury publishing, 2019.
6. Menell P.S. Envisioning Copyright Law's Digital Future // NYL Sch. L. Rev. 2002. Vol. 46. P. 63.
7. Zenkina E. V. About current trends in global e-commerce // Beneficium. 2022. Vol. 1 (42). P. 68–73.
8. Chaffey D. E-business and E-commerce Management: Strategy, Implementation and Practice. Pearson Education, 2007.
9. Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market ("Directive on electronic commerce").
10. Directive 2001/29/EC of the European Parliament and of the Council of 22 May 2001 on the harmonisation of certain aspects of copyright and related rights in the information society.
11. Pokrovskaya A. Intermediaries liability for copyright infringement: application of the "safe harbor" model // E3S Web of Conferences. 2023. Vol. 420. P. 06046.
12. Directive (EU) 2019/790 of the European Parliament and of the Council of 17 April 2019 on copyright and related rights in the Digital Single Market and amending Directives 96/9/EC and 2001/29/EC.
13. Официальный сайт, онлайн ресурс: Copyright Reform: Questions and Answers. — URL: <https://digital->

- strategy.ec.europa.eu/en/faqs/copyright-reform-questions-and-answers
14. Directive 2002/58/EC of the European Parliament and of the Council of 12 July 2002 concerning the processing of personal data and the protection of privacy in the electronic communications sector (Directive on privacy and electronic communications).
 15. Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation).
 16. Shapiro T., Hansson S. The DSM Copyright Directive: EU Copyright Will Indeed Never Be the Same // European Intellectual Property Review. 2019. Vol. 41 (7). P. 404–414.
 17. Chodak G. The Future of E-commerce. Springer Books, 2024.
 18. Safieddine F. M-commerce // Innovations in E-systems for business and commerce. 2017. P. 227–243.
 19. Albshaier L., Almarri S., Hafizur Rahman M.M. A Review of Blockchain's Role in E-Commerce Transactions: Open Challenges, and Future Research Directions // Computers. 2024. Vol. 13(1). P. 27.
 20. Anderson J., Johnson D. The Role of Artificial Intelligence in Enhancing E-Commerce Customer Experience // EasyChair. 2024. No 13355.
 21. Xu Chunshan v Tian Qinghong, Liu Yanbo and Shandong Shibo, 2019. — URL: <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=a6a9ba62-7f0d-4982-b60a-c0c816d42297>
 22. Bayer v Li Qing, 2017. — URL : <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=a6a9ba62-7f0d-4982-b60a-c0c816d42297>
 6. Menell P.S. Envisioning Copyright Law's Digital Future // NYL Sch. L. Rev. 2002. Vol. 46. P. 63.
 7. Zenkina E.V. About current trends in global e-commerce // Beneficium. 2022. Vol. 1 (42). P. 68–73.
 8. Chaffe D. E-business and E-commerce Management: Strategy, Implementation and Practice. Pearson Education. 2007.
 9. Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market ("Directive on electronic commerce").
 10. Directive 2001/29/EC of the European Parliament and of the Council of 22 May 2001 on the harmonisation of certain aspects of copyright and related rights in the information society.
 11. Pokrovskaya A. Intermediaries liability for copyright infringement: application of the "safe harbor" model // E3S Web of Conferences. 2023. Vol. 420. P. 06046.
 12. Directive (EU) 2019/790 of the European Parliament and of the Council of 17 April 2019 on copyright and related rights in the Digital Single Market and amending Directives 96/9/EC and 2001/29/EC.
 13. Официальный сайт, онлайн-ресурс: Copyright Reform: Questions and Answers. — URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/faqs/copyright-reform-questions-and-answers>
 14. Directive 2002/58/EC of the European Parliament and of the Council of 12 July 2002 concerning the processing of personal data and the protection of privacy in the electronic communications sector (Directive on privacy and electronic communications)
 15. Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation).
 16. Shapiro T., Hansson S. The DSM Copyright Directive: EU Copyright Will Indeed Never Be the Same / European Intellectual Property Review. 2019. Vol. 41(7). P. 404–414.
 17. Chodak G. The Future of E-commerce. Springer Books, 2024.
 18. Safieddine F. M-commerce // Innovations in E-systems for business and commerce. 2017. P. 227–243.
 19. Albshaier L., Almarri S., Hafizur Rahman M.M. A Review of Blockchain's Role in E-Commerce Transactions: Open Challenges, and Future Research Directions // Computers. 2024. Vol. 13(1). P. 27.
 20. Anderson, J., & Johnson, D. The Role of Artificial Intelligence in Enhancing E-Commerce Customer Experience // EasyChair. 2024. No 13355.

REFERENCES

1. Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works, 1886.
2. Digital Millennium Copyright Act, 1998 (DMCA), 17 U.S.C. § 512(c).
3. Ruzakov, O.A., Grin' E.S. Voprosy zashchity intellektual'noj sobstvennosti v oblasti tekhnologii virtual'noj i dopolnennoj real'nosti (VR, AR) // Vestnik permskogo universiteta. Yuridicheskie nauki. 2020. No 49. S. 502–523.
4. Shugurov M.V. Paradigma modernizacii avtorskogo prava Evropejskogo soyuza v kontekste cifrovoj ekonomiki // Mezhdunarodnoe pravo. 2019. No 4. S. 1–26.
5. Stokes S. Digital copyright: law and practice. Bloomsbury publishing, 2019.
16. Shapiro T., Hansson S. The DSM Copyright Directive: EU Copyright Will Indeed Never Be the Same / European Intellectual Property Review. 2019. Vol. 41(7). P. 404–414.
17. Chodak G. The Future of E-commerce. Springer Books, 2024.
18. Safieddine F. M-commerce // Innovations in E-systems for business and commerce. 2017. P. 227–243.
19. Albshaier L., Almarri S., Hafizur Rahman M.M. A Review of Blockchain's Role in E-Commerce Transactions: Open Challenges, and Future Research Directions // Computers. 2024. Vol. 13(1). P. 27.
20. Anderson, J., & Johnson, D. The Role of Artificial Intelligence in Enhancing E-Commerce Customer Experience // EasyChair. 2024. No 13355.

21. Xu Chunshan v Tian Qinghong, Liu Yanbo and Shandong Shibo, 2019. — URL: <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=a6a9ba62-7f0d-4982-b60a-c0c816d42297>
22. Bayer v Li Qing, 2017. — URL : <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=a6a9ba62-7f0d-4982-b60a-c0c816d42297>