

PRAWNA OCHRONA TREŚCI CYFROWYCH

Katarzyna Chałubińska-Jentkiewicz

PRAWNA OCHRONA TREŚCI CYFROWYCH

Katarzyna Chałubińska-Jentkiewicz

Zamów książkę w księgarni internetowej

profinfo.pl
księgarnia internetowa

Polecamy w serii:

Media w erze cyfrowej. Wyzwania i zagrożenia

redakcja naukowa

Katarzyna Chałubińska-Jentkiewicz, Monika Nowikowska, Krzysztof Wąsowski

Wpływ decyzji Urzędu Patentowego RP na postępowanie cywilne
w sprawach z zakresu prawa własności przemysłowej

Arkadiusz Sadza

Ochrona wzorów użytkowych

Marcin Balicki

Tłumaczenie w prawie autorskim

Jakub M. Doliński

Test trójstopniowy w prawie autorskim. Paradygmaty prawa autorskiego

Piotr Niezgodka

Domeny internetowe. Teoria i praktyka

redakcja naukowa Ireneusz Matusiak

Ustalenie kwoty stosownego wynagrodzenia za naruszenie autorskich praw majątkowych

Lukasz Maryniak

Naukowe i krytyczne wydania tekstów jako przedmiot prawa autorskiego i praw pokrewnych

Bohdan Widła

Ograniczenia ochrony patentowej a naruszenie patentu

Justyna Ożegalska-Trybalska

Pośrednicy internetowi w prawie Unii Europejskiej. Rola i obowiązki wobec treści użytkowników

Magdalena Piech

Autorskie prawa osobiste w obrocie prawnym

Michał Wyrwiński

Swoboda wypowiedzi artystycznej. Standardy międzynarodowe i krajowe

Marcin Górski

Naruszenie prawa do znaku towarowego renomowanego. Studium prawnoporównawcze

Joanna Sitko



SERIA **MONOGRAFIE**

Publikacja dofinansowana przez Akademię Sztuki Wojennej

Stan prawny na 1 października 2021 r.

Redakcja serii

Janusz Barta, Ryszard Markiewicz

Andrzej Matlak, Alicja Pollesch

Recenzenci

Dr hab. Adrian Niewęglowski

Dr hab. Dorota Sokołowska, prof. US

Wydawca

Monika Pawłowska

Redaktor prowadzący

Kinga Zając

Opracowanie redakcyjne

Violet Design Wioletta Kowalska

Projekt okładek serii

Wojtek Kwiecień-Janikowski, Przemek Dębowski

prawolubni

Ta książka jest wspólnym dziełem twórcy i wydawcy. Prosimy, byś przestrzegał przysługujących im praw. Książkę możesz udostępnić osobom bliskim lub osobiście znanym, ale nie publikuj jej w internecie. Jeśli cytujesz fragmenty, nie zmieniaj ich treści i koniecznie zaznacz, czyje to dzieło. A jeśli musisz skopiować część, rób to jedynie na użytek osobisty.

Szanujmy prawo i własność

Więcej na www.legalnakultura.pl

Polska Izba Książki

© Copyright by Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., 2022

ISBN 978-83-8246-234-0

ISSN 1897-4392

Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o.

Dział Praw Autorskich

01-208 Warszawa, ul. Przyokopowa 33

tel. 22 535 82 19; e-mail: PL-ksiazki@wolterskluwer.com

księgarnia internetowa www.profinfo.pl

Moim Dzieciom

Duże stanowcze państwo lub korporacja może dyktować warunki i ograniczenia wolności wypowiedzi, ale największa siła generowana jest wówczas, gdy władza publiczna i władza prywatna łączą się ze sobą; powstaje w ten sposób „władza do kwadratu”, czyli w skrócie „W²”. Stwarza ona niektóre z najpoważniejszych dla niej zagrożeń.

T. Garton Ash, *Wolne słowo. Dziesięć zasad dla połączonego świata*, Kraków 2018, s. 90

SPIS TREŚCI

Wykaz skrótów	15
Wstęp	23
1. Integralność treści cyfrowych i ich moderowanie	27
2. Rodzaje treści cyfrowych	30
3. Treści cyfrowe jako dane automatycznie przetwarzane	37
4. Prawo dostępu do treści cyfrowych	37
5. Prawo własności do zasobów cyfrowych (danych internetowych)	38
6. Odpowiedzialność	39
Rozdział I	
Treść cyfrowa jako dobro prawnie chronione – charakterystyka ogólna	45
1. Treści cyfrowe – definicja	46
2. Integralność treści cyfrowych	58
3. Treści cyfrowe – dane osobowe jako przedmiot obrotu	60
4. Treść cyfrowa jako utwór	61
5. Usługi cyfrowe	66
6. Treści cyfrowe a usługi medialne udostępniania treści online	78
6.1. Rodzaje audiowizualnych usług medialnych	80
6.2. Usługi udostępniania treści online	81
6.3. Audiowizualne usługi medialne	85
6.4. Audiowizualne usługi medialne na żądanie	90
6.5. Treści cyfrowe a usługi operatora platformy udostępniania plików wideo	94

7. Treści cyfrowe jako informacje prasowe	101
7.1. Odpowiedzialność redakcyjna	107
7.2. Mowa nienawiści w treściach cyfrowych	113

Rozdział II

Treść cyfrowa na jednolitym rynku cyfrowym	119
1. Treść cyfrowa jako przedmiot regulacji w strategii UE	125
2. Problematyka jurysdykcji a ochrona treści cyfrowych	163
2.1. Wyłączenia od zasady państwa pochodzenia	173
2.2. Skuteczność odesłania z art. 11 u.ś.u.d.e. na tle zasady państwa pochodzenia	178
2.3. Jurysdykcja	179
2.4. Orzecznictwo TSUE	189
3. Zarządzanie rozwojem jako funkcja administracji publicznej na jednolitym rynku treści cyfrowych	196
3.1. O biznesowych wymiarach udostępniania treści cyfrowych	199
3.2. O wizerunkowym i ekonomicznym potencjale cyfryzacji	201
3.3. O podwójnej funkcji prawa	202
3.4. Podstawowy cel – nowe zadania publiczne?	205

Rozdział III

Treści cyfrowe i ich użytkownik w mediach społecznościowych	209
1. Wpływ mediów społecznościowych na sferę publiczną	212
2. Status dostawców treści cyfrowych i ich odpowiedzialność	218
3. Prawa użytkowników usług w otoczeniu cyfrowym	229
4. Powiadamianie i zatrzymywanie w działalności dostawców usług udostępniania online	235
5. Problematyka powiadamiania i blokowania a prawo do prywatności, wolność słowa i prawo własności	245

Rozdział IV

Ochrona prawnoautorska treści cyfrowych – wybrane zagadnienia	265
1. Treści cyfrowe a domena publiczna	274
2. Promocja idei wolnego dostępu do zasobów cyfrowych w społeczeństwie informacyjnym	281
3. Multimedia – generowanie treści cyfrowych	287

4. Aplikacje mobilne	298
5. Transgraniczne zarządzanie prawami do treści cyfrowych	303
6. Korzystanie z treści cyfrowych w ramach platform edukacyjnych	316
7. E-book a audiobook	320
8. Wyczerpanie prawa – e-booki	327
9. Udostępnianie publiczne utworu a używanie udostępnionych treści cyfrowych	343
10. Piractwo	350

Rozdział V

Treść cyfrowa jako dobro w stosunkach konsumenckich	367
1. Treść cyfrowa w systemie praw konsumenckich	371
2. Ochrona praktyk konsumenckich w warunkach umownych	378
3. Środki ochrony prawnej w przypadku niedostarczenia treści cyfrowych lub usługi cyfrowej	390
3.1. Środki ochrony prawnej w przypadku braku zgodności z umową	392
3.2. Środki marketingowe wpływu na wybory konsumenckie a prawo do prywatności	401
3.2.1. Profilowanie	407
3.2.2. <i>Web bugs</i>	411
3.2.3. Ciasteczka (ang. <i>cookies</i>)	412

Rozdział VI

Prawna ochrona treści cyfrowych dostarczanych przez użytkownika	429
1. Warunki samoregulacyjne korzystania z treści cyfrowych – wybrane media cyfrowe	431
1.1. Facebook	432
1.2. Twitter	437
1.3. Instagram	440
1.4. Storytel	444
1.5. Audioteka	446
2. Rodzaje dostarczanych treści cyfrowych	449
3. Treści generowane przez użytkowników	452
4. Monetyzacja treści cyfrowych	461

Rozdział VII

Odpowiedzialność za treści cyfrowe	487
1. Odpowiedzialność pośredników przekazu treści cyfrowych	492
2. Odpowiedzialność redakcyjna za treści cyfrowe	495
3. Projekt aktu o usługach cyfrowych – nowe zasady odpowiedzialności pośredników	503
3.1. <i>Mere conduit</i> (art. 3 projektu aktu o usługach cyfrowych)	504
3.2. <i>Caching</i> (art. 4 projektu aktu o usługach cyfrowych)	505
3.3. <i>Hosting</i> (art. 5 projektu aktu o usługach cyfrowych)	506
4. Powiadomienia i inne mechanizmy działania pośredników	513
5. Odpowiedzialność dostawcy usług medialnych za treści cyfrowe	528
6. Odpowiedzialność operatorów platform udostępniania plików wideo	530
7. Odpowiedzialność na gruncie przepisów dyrektywy 2019/790 o prawie autorskim na jednolitym rynku cyfrowym	542

Rozdział VIII

Ponowne wykorzystywanie informacji sektora publicznego – re-use treści cyfrowych	557
1. Prawo dostępu do internetu jako prawo podstawowe człowieka	566
2. Publiczne zasoby cyfrowe	568
3. Zasoby cyfrowe jako zasoby zawierające informacje sektora publicznego i zasady ich udostępniania	572
4. Ustawa <i>re-use</i> – nowa regulacja	576
4.1. Dane o wysokiej wartości, dane dynamiczne i dane badawcze	589
4.2. Szanse	609
4.3. Zagrożenia	610
Podsumowanie	619
1. Interes publiczny	624
2. Własność w sieci	626
3. Odpowiedzialność	627
4. Prawo do przenoszenia danych i monetyzacja	632

Wnioski	639
1. Regulacja treści cyfrowych	639
2. Poziom regulacji	640
3. Otwartość zasobów cyfrowych	640
4. Regulacja mediów społecznościowych	643
5. Jurysdykcja	644
6. Regulacja zawartości	652
7. Bezpieczeństwo prawne obrotu treściami cyfrowymi	654
8. Konkurencja	655
9. Odpowiedzialność za przekazywane treści cyfrowe	657
 Bibliografia	 661

WSTĘP

W okresie wzmoczonych procesów cyfryzacji pojawiają się istotne pytania o granice podporządkowywania zawartości regulacjom dotyczącym infrastruktury, gdzie dominujące znaczenie zawsze miała kwestia regulamentacji rynku i ustalenie warunków prawnych odpowiedzialności podmiotów, które są pośrednikami w przekazie. Wydaje się, że nowym kierunkiem jest sytuacja odwrotna, kiedy to regulację infrastruktury przyporządkujemy regulacji w zakresie zawartości treści cyfrowych. Można powiedzieć, że mamy również do czynienia z początkiem nowego podejścia do kwestii odpowiedzialności za treści udostępniane cyfrowo. Z wykorzystaniem takiego charakteru regulacji powstaje również obecna koncepcja ochrony treści cyfrowych. Problematyka regulacji tych dwóch obszarów w zakresie polityki związanej z funkcjonowaniem cyberprzestrzeni, jako ważnej sfery komunikacji i wymiany dóbr oraz usług, jest od dawna przedmiotem rozważań i wątpliwości, przede wszystkim na forum unijnym. Podstawowym przedmiotem wymiany są treści cyfrowe, czyli dane, na podstawie których za pomocą odpowiedniego oprogramowania i sprzętu można po przetworzeniu uzyskać informację. Przykładem takich danych są wszelkie informacje zawarte w formie plików elektronicznych, takich jak: książki elektroniczne (e-booki, audiobooki), programy komputerowe, aplikacje na urządzenia mobilne, pliki z muzyką, filmami oraz zdjęciami. Ogólnie mówiąc, każdy produkt, który istnieje w formie zapisu cyfrowego, może stać się przedmiotem odpowiedzialności prawnej – jako dobro chronione. Jednak ochrona ta ma charakter wielowymiarowy. Regulacje dotyczące treści cyfrowych związane są głównie z ochroną autorskoprawną oraz prawami konsumenckimi, jednak należy zauważyć, że coraz częściej treści cyfrowe to dane związane z osobą użytkownika

sieci i jego działalnością, które nie stanowią przedmiotu obrotu konsumenckiego ani nie są utworami w rozumieniu prawa autorskiego. Pojawia się więc pytanie, kto jest ich właścicielem. Kto może z nich korzystać, w jakim zakresie, kto ma prawo decydowania o ich dalszym udostępnianiu, czy mogą one być poddane zmianom i jak daleko posunięta jest możliwość naruszenia integralności tych treści, czy np. mogą być one wykorzystywane do profilowania, które stanowi podstawę w dzisiejszych działaniach marketingowych, także w marketingu politycznym. Jak daleko sięga upoważnienie dostawców usług cyfrowych do ingerencji w te dane, także generowane przez użytkownika sieci z zasobów tam dostępnych.

Konwergencja technologiczna powoduje, że współczesne media są nieodłącznym atrybutem działań ludzkich w każdej dziedzinie. Pojawia się problem nadmiaru informacji i poszukiwania ich wiarygodnych źródeł. W następstwie tej ewolucji dokonują się zmiany w przepisach prawnych, które w coraz większym zakresie obejmują dziedzinę mediów, także tych społecznościowych. Proces ten następuje w okresie rozwoju technologicznego, rozwoju techniki cyfrowej, przy jednoczesnym wzroście potrzeb konsumenckich i globalizacji przekazu. Wprowadzenie sieci teleinformatycznej i World Wide Web całkowicie zmieniło tendencję regulacyjną przejawiającą się we fragmentaryzacji zasięgu terytorialnego mediów informacyjnych. Co więcej, doprowadziło to do zmiany tendencji w tak istotny sposób, że przekształciło rozpowszechnianie informacji w zjawisko globalne, a nie tylko krajowe. Zauważalne jest to w szczególności w regulacjach dotyczących zarządzania danymi, w tym danymi osobowymi i nieosobowymi. Wykorzystując nośnik o charakterze technicznym, w postaci cyfrowej, ale zarazem niematerialnym, umożliwiając gromadzenie informacji w wielkich ilościach i ich natychmiastowe rozpowszechnienie w jakimkolwiek miejscu i czasie, stajemy się eksploratorami treści o zróżnicowanym charakterze, kierowanych paradoksalnie do powszechnego odbiorcy, co czynimy całkiem świadomie lub wcale nie. Nowe technologie przekazu dostarczają bezprecedensowej platformy dla komunikacji społecznej. W ten sposób z jednej strony przekształceniu ulega koncepcja przestrzenna związana z terytorialnym aspektem komunikowania się, według której globalizuje się stosunki społeczne, z drugiej – dochodzi do minimalizacji

znaczenia wpływu regionalnego lub państwowego. Ostatecznie wpływa to na rozwój przestrzeni niematerialnej, której nie można zdefiniować w oparciu o aspekt *stricte* rzeczowy, czyli cyberprzestrzeni – miejsca i niemiejsca – pozbawionej granic, i wydawać się może, że w równym stopniu ograniczeń, w tym ograniczeń prawnych. Ponadto dochodzi do zmiany koncepcji czasowej stosunków społecznych zarówno ze względu na natychmiastową dostępność treści cyfrowych, jak i ze względu na to, że mogą one pozostawać w sieci – co do zasady – nieskończenie długo. W konsekwencji środki społecznego przekazu, które decydują się na rozpowszechnianie treści w sieci teleinformatycznej, tworzą metodę ich dystrybucji odmienną od tej konwencjonalnej, klasycznie analogowej. Dystrybucja odbywa się w dowolnym miejscu, w którym istnieje dostęp do sieci teleinformatycznej, przy czym inne są techniki marketingowe towarzyszące temu przekazowi. Dodatkowym problemem wydaje się być kontrola sprawowana przez duże korporacje – platformy internetowe (BIG TECH) – w zakresie dystrybucji i dostępu do treści. Jest ona rozproszona na wielu poziomach odbioru i dalszego przekazu treści cyfrowych. Zarówno osoby prywatne, jak i instytucje publiczne stają się bezpośrednimi dystrybutorami treści, będąc jednocześnie ich odbiorcami. Takim środkiem przekazu mogą być portale społecznościowe, komunikatory przekazujące wiadomości elektroniczne, blogi, serwisy informacyjne i sklepy online. Nie ma tu praktycznie znaczenia, czy dystrybucja ta jest ograniczana za pomocą przyjętego modelu biznesowego (np. *pay per view*), czy za pomocą granic cyfrowych. Także te metody w wolnym obszarze dystrybucji treści, jakim jest sieć teleinformatyczna, napotykają na poważne przeszkody w kontrolowaniu i monitorowaniu treści, ich odbiorców – użytkowników i całego procesu ich udostępniania (przykładem tych trudności jest ustalenie zasięgu dotarcia reklamy w sieci). Pojawiają się potencjalnie o wiele istotniejsze naruszenia dotyczące treści cyfrowej w środowisku nowych technologii, a przysługująca im dotychczasowa ochrona prawna (np. w zakresie praw konsumenckich czy praw autorskich) jednocześnie ulega osłabieniu.

Zagadnienie niepewności co do stosowania prawa w warunkach funkcjonowania cyberprzestrzeni jest tym bardziej złożone, że korzystanie z treści cyfrowych może podlegać całemu szeregowi reżimów

Rozdział I

TREŚĆ CYFROWA JAKO DOBRO PRAWNIE CHRONIONE – CHARAKTERYSTYKA OGÓLNA

*Musisz dokonać właściwego wyboru.
Dopóki nie wybierzesz, wszystko jest możliwe.*

Wiek Nemo 9, „Pan. Nikt” Pan Europeenne, 2009

Konwergencja technologiczna powoduje, że współczesne media są nieodłącznym atrybutem działań ludzkich w każdej dziedzinie. Rozwój sieci multimedialnych, telefonii mobilnej i telewizji satelitarnej sprzyja wymianie informacji. Pojawia się problem jej nadmiaru i poszukiwania wiarygodnych źródeł. W następstwie tej ewolucji dokonują się zmiany w przepisach prawnych, które w coraz większym zakresie obejmują dziedzinę mediów, także społecznościowych. Proces ten następuje w okresie rozwoju technologicznego, rozwoju techniki cyfrowej, przy jednoczesnym wzroście potrzeb konsumenckich i globalizacji przekazu.

Wprowadzenie sieci teleinformatycznej i World Wide Web całkowicie zmieniło tendencję regulacyjną przejawiającą się we fragmentaryzacji zasięgu terytorialnego mediów informacyjnych. Co więcej, zmieniło tę tendencję w tak istotny sposób, że przekształciło rozpowszechnianie informacji w zjawisko globalne, a nie krajowe. Wykorzystując nośnik o charakterze technicznym, ale zarazem niematerialnym, umożliwiając gromadzenie informacji w wielkich ilościach i ich natychmiastowe

rozpowszechnienie w jakimkolwiek miejscu i czasie, stajemy się eksploratorami treści o zróżnicowanym charakterze, kierowanymi paradoksalnie do masowego odbiorcy. Nowe technologie przekazu dostarczają bezprecedensowej platformy dla komunikacji społecznej. W ten sposób z jednej strony przekształceniu ulega koncepcja przestrzenna związana z terytorialnym aspektem komunikowania się, według której globalizuje się stosunki społeczne, z drugiej strony dochodzi do minimalizacji znaczenia wpływu regionalnego lub państwowego, co ostatecznie wpływa na rozwój przestrzeni niematerialnej, której nie można zdefiniować w oparciu o aspekt *stricte* rzeczowy. Ponadto dochodzi do zmiany koncepcji czasowej stosunków społecznych zarówno ze względu na natychmiastową dostępność treści oraz ich trwałość w czasie i przestrzeni. W konsekwencji środki przekazu, które decydują się na rozpowszechnianie treści w sieci teleinformatycznej, tworzą metodę ich dystrybucji odmienną od tej konwencjonalnej, tradycyjnej, i nie odnosi się to jedynie do kwestii nośnika czy sposobu dystrybucji treści cyfrowych. Dystrybucja odbywa się w dowolnym miejscu, w którym istnieje dostęp do sieci teleinformatycznej, przy czym inne są techniki marketingowe towarzyszące temu przekazowi, a wykorzystywane także dane, które poddane zostają wygenerowaniu zarówno przez użytkowników sieci, jak i przez dostawców usług cyfrowych w oparciu o dane udostępniane, jak też wygenerowane w procesie korzystania z tych usług. Dodatkowym problemem wydaje się być kontrola sprawowana przez platformy internetowe w zakresie dystrybucji i dostępu do treści. Jest ona rozproszona na wielu poziomach odbioru i dalszego przekazu treści.

1. Treści cyfrowe – definicja

Na rynku usług cyfrowych, na jednolitym rynku cyfrowym, podstawowym pojęciem, które wymaga wyjaśnienia definicyjnego, jest pojęcie treści cyfrowych. Pierwotnie definicja treści cyfrowych została umieszczona w projekcie dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie niektórych aspektów umów sprzedaży towarów zawieranych przez internet lub w inny sposób na odległość¹. Zgodnie z tą definicją treści

¹ Zob. wniosek – dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie niektórych aspektów umów sprzedaży towarów zawieranych przez internet lub w inny sposób na odległość, COM(2015) 635 *final*.

cyfrowe oznaczały dane, wytwarzane i dostarczane w formie cyfrowej, niezależnie od tego, czy ich właściwości zostały określone przez konsumenta, w tym treści wizualne, dźwiękowe, treści w formie obrazów lub pisma, gry cyfrowe, oprogramowanie i treści cyfrowe umożliwiające personalizację istniejącego sprzętu lub oprogramowania. Definicja ta nie obejmuje: 1) usług finansowych, w tym usług bankowości internetowej; 2) doradztwa prawnego lub finansowego w formie elektronicznej; 3) elektronicznych usług zdrowotnych; 4) usług i sieci łączności elektronicznej oraz powiązanych zasobów i usług; 5) gier hazardowych; 6) tworzenia nowych treści cyfrowych oraz zmiany istniejących treści cyfrowych przez konsumentów lub innych form interakcji z działami innych użytkowników². Oczywiście definicja treści cyfrowych może być określana w różny sposób przez ustawodawcę krajowego. Ta definicja może być także zróżnicowana w zależności od tego, z jakim obszarem regulacyjnym mamy do czynienia. Przykładowo, w ustawodawstwie polskim to przepisy dotyczące kwestii konsumenckich, czyli ustawa z 30.05.2014 r. o prawach konsumenta, określają nową kategorię „towaru”, jakim jest treść cyfrowa. Zgodnie z art. 2 pkt 5 tej ustawy treść cyfrowa oznacza dane wytwarzane i dostarczane w postaci cyfrowej. Z kolei rozpowszechnianie w sieci treści cyfrowych za pomocą audio-wizualnych usług medialnych jest z definicji transgraniczne i dotyczy rozpowszechniania zawartości sieci, przede wszystkim w kontekście autorskoprawnym. Natomiast zakazy dotyczące rozpowszechniania określonych treści cyfrowych będą wynikały z uwarunkowań prawa medialnego. Dotychczas przepisy prawa wprost odnosiły się tylko do fizycznych przedmiotów dostarczanych do konsumenta oraz do świadczonych usług cyfrowych, w szczególności w zakresie odpowiedzialności za dostarczanie towaru³. W obecnym stanie rozwoju usług cyfrowych treści cyfrowe są nieodłącznym i znaczącym elementem codziennych interakcji użytkowników sieci. Procesy digitalizacji oraz udostępnianie treści cyfrowych w sposób globalny przyczyniają się do

² Wniosek – rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie wspólnych europejskich przepisów dotyczących sprzedaży, COM(2011) 635 *final*.

³ Dyrektywa 2000/31/WE; dyrektywa 2011/83/UE; rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 910/2014 z 23.07.2014 r. w sprawie identyfikacji elektronicznej i usług zaufania w odniesieniu do transakcji elektronicznych na rynku wewnętrznym oraz uchylające dyrektywę 1999/93/WE (Dz.Urz. UE L 257, s. 73).

zwiększenia dostępu do wiarygodnych źródeł wiedzy, w tym często zasobów pozostających dotychczas w zapomnieniu, nie wyłączając także tych pozostających w domenie publicznej, jak też zasobów zupełnie nowych powstałych w oparciu o archiwa. Kiedy mówimy o treściach cyfrowych, w sposób naturalny pojawia się myśl – z jednej strony – o potrzebie ich ochrony, konieczności zabezpieczenia ich własności w sieci, z drugiej zaś – zwalczania ich nielegalnego charakteru. W warunkach rozwoju nowych technologii szczególne znaczenie ma specjalny rodzaj własności, czyli własność intelektualna. Jej ochrona kryje w sobie niezwykle ważny aspekt rozwojowy związany nie tylko z cechami samej twórczości w bardzo wielu dziedzinach ludzkiej aktywności, ale także ze ściśle określoną korzyścią materialną oraz moralną przynależną uprawnionym podmiotom. Podkreślić tu trzeba, że ochrona własności intelektualnej związana z treścią cyfrową ma przede wszystkim aspekt ekonomiczny. „Obejmuje ona zarówno wytwory i oznaczenia mające zastosowanie dla celów działalności gospodarczej (własność przemysłowa), jak również dzieła będące przedmiotem praw autorskich, tj. utwory o charakterze naukowym, literackim i artystycznym”⁴. Własność intelektualna jest ściśle związana z procesami tworzenia, rozwijania i wykorzystywania zdobytej wiedzy, a także stanowi wynik ludzkiej twórczości i kreatywności oraz wszelkich inwencji, które stanowią przedmiot obrotu gospodarczego. Zatem z jednej strony mamy przemysł medialny, rynek audiowizualnych usług medialnych, obszar wymiany idei, myśli, z drugiej – rynek usług związanych z dystrybucją i wszelkim innym korzystaniem z treści cyfrowych. Kolejnym aspektem definiowania treści cyfrowej jest jej charakter dobra osobistego, w tym szczególnie rodzaj jego odmiany – dane osobowe. Informacje na temat osób prywatnych, ich życia zawodowego i rodzinnego, ich intymności przybierają postać cyfrową, stając się jednocześnie przedmiotem wymiany za szeroko pojętą partycypacją ich właściciela lub posiadacza w świecie mediów społecznościowych, grupach zainteresowań, wspólnej ideologii czy po prostu w sklepach internetowych, na platformach udostępniania treści.

⁴ A. Potempa, *Zarządzanie prawami własności intelektualnej i ich wycena w przedsiębiorstwie* [w:] *Własność intelektualna w działalności przedsiębiorców*, red. U. Promińska, Łódź 2010, s. 121 – autor przytacza definicję sformułowaną przez Światową Organizację Własności Intelektualnej.

Ustawa o prawach konsumenta, która bezpośrednio odwołuje się do treści cyfrowych, w polskim porządku prawnym stanowić miała transpozycję dyrektywy 2011/83/UE w sprawie praw konsumentów, która zmieniała dyrektywę 93/13/EWG⁵ i dyrektywę 1999/44/WE⁶ oraz uchylała dyrektywę 85/577/EWG⁷ i dyrektywę 97/7/WE⁸. Ustawa ta uchylila ustawę z 2.03.2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny⁹, ustawę z 27.07.2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego¹⁰. Co więcej, poza transpozycją dyrektywy 2011/83/UE ustawa o prawach konsumenta miała na celu uporządkowanie oraz scalenie przepisów, które dotyczyły odpowiedzialności za jakość rzeczy sprzedanej. Projektowane wówczas dodatkowe zmiany w Kodeksie cywilnym odnosiły się do regulacji umowy sprzedaży, a w szczególności do przepisów dotyczących pojęcia rękojmi i gwarancji. Projektowana nowela Kodeksu cywilnego obejmowała przede wszystkim art. 555, który w pierwotnej wersji projektu brzmiał: „Przepisy o sprzedaży rzeczy stosuje się odpowiednio do sprzedaży energii, praw, wody oraz do umów o dostarczanie treści cyfrowych”¹¹. Ostatecznie ustawodawca zrezygnował z koncepcji regulacji dostarczania treści cyfrowych w oparciu o odpowiednie stosowanie przepisów o sprzedaży. W tym miejscu należy dodać, że w konsekwencji brakuje kodeksowej definicji treści cyfrowej, a jednocześnie należy zauważyć, że określenie tego pojęcia w art. 2 u.p.k. nie jest do końca precyzyjne. W trakcie prac legislacyjnych toczona była dyskusja odnośnie do

⁵ Dyrektywa Rady 93/13/EWG z 5.04.1993 r. w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich (Dz.Urz. WE L 95, s. 29).

⁶ Dyrektywa 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 25.05.1999 r. w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji (Dz.Urz. WE L 171, s. 12).

⁷ Dyrektywa Rady 85/577/EWG z 20.12.1985 r. w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa (Dz.Urz. WE L 372, s. 31).

⁸ Dyrektywa 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 20.05.1997 r. w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość (Dz.Urz. WE L 144, s. 19).

⁹ Dz.U. z 2012 r. poz. 1225.

¹⁰ Dz.U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.

¹¹ T. Targosz, M. Wyrwiński, *Dostarczanie treści cyfrowych a umowa sprzedaży. Uwagi na tle projektu nowelizacji art. 555 kodeksu cywilnego*, „Forum Prawnicze” 2015/1, s. 19.

Publikacja kompleksowo omawia wszystkie aspekty dotyczące posługiwania się treścią cyfrową będącą nowym przedmiotem regulacji prawnych, w tym w szczególności:

- wyzwania i zagrożenia związane z jednolitym rynkiem cyfrowym,
- ochronę autorskoprawną treści cyfrowych,
- przepisy dyrektywy o udostępnianiu treści cyfrowych,
- zagadnienia obejmujące cyfrowe dziedzictwo kulturowe.

Czytelnik znajdzie w publikacji odpowiedzi m.in. na następujące pytania:

- Kto jest właścicielem danych związanych z osobą użytkownika sieci i jego działalnością, które nie stanowią przedmiotu obrotu konsumenckiego ani nie są utworami w rozumieniu prawa autorskiego?
- Kto może z nich korzystać, w jakim zakresie?
- Kto ma prawo decydowania o ich dalszym udostępnianiu?
- Czy mogą one być poddane zmianom i jak daleko posunięta jest możliwość naruszenia integralności tych treści?
- Jak daleko sięga upoważnienie dostawców usług cyfrowych do ingerencji w te dane, także generowane przez użytkownika sieci z zasobów tam dostępnych?

Książka przeznaczona jest zarówno dla przedstawicieli środowiska medialnego, jak i praktyków prawa. Problemy poruszone w publikacji zainteresują również podmioty gospodarcze i właścicieli służby, których przedmiotem działania jest cyberbezpieczeństwo.

Katarzyna Chałubińska-Jentkiewicz – doktor habilitowana nauk prawnych; profesor Akademii Sztuki Wojennej w Warszawie, kierownik Katedry Prawa Cyberbezpieczeństwa i Nowych Technologii w Instytucie Prawa na tej Uczelni; radca prawny; dyrektor Akademickiego Centrum Polityki Cyberbezpieczeństwa; członek Rady ds. Cyfryzacji przy Ministrze Cyfryzacji; redaktor naczelna pisma „Cybersecurity & Law”; wykładowca na Uniwersytecie SWPS.

PUBLIKACJA POLECANA PRZEZ KATEDRĘ PRAWA WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ
WYDZIAŁU PRAWA I ADMINISTRACJI UNIwersYTETU Jagiellońskiego



9788382462340 W01P01

ISSN 1897-4392
ISBN 978-83-8246-234-0



9 788382 462340

ZAMÓWIENIA:

INFOLINIA: 801 04 45 45

ZAMÓWIENIA@WOLTERSKLWUER.PL

WWW.PROFINFO.PL

Książka dostępna także
w aplikacji Smarteca



CENA 99 ZŁ (W TYM 5% VAT)