

IDŹ DO

PRZYKŁADOWY ROZDZIAŁ

SPIS TREŚCI

KATALOG KSIĄŻEK

KATALOG ONLINE

ZAMÓW DRUKOWANY KATALOG

TWÓJ KOSZYK

DODAJ DO KOSZYKA

CENNIK I INFORMACJE

ZAMÓW INFORMACJE
O NOWOŚCIACH

ZAMÓW CENNIK

CZYTELNIA

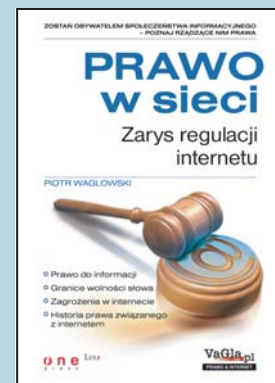
FRAGMENTY KSIĄŻEK ONLINE

Prawo w sieci. Zarys regulacji internetu

Autor: Piotr Wąglowski

ISBN: 83-7361-854-6

Format: A5, stron: 408



Dynamiczny rozwój internetu sprawił, że organy ustawodawcze wielu państw nie nadążały z przygotowywaniem regulacji prawnych dotyczących korzystania z niego. Początkowy okres rozwoju sieci przypominał kolonizację nowego lądu – pełna bezkarność, chaos i brak jakichkolwiek ograniczeń. Ten stan rzeczy doprowadził do sytuacji, w której nawet najgorętsi orędownicy wolności w sieci zaczęli się zastanawiać, jak uniknąć płynących z niej zagrożeń. Zaczęto więc tworzyć prawa, regulacje i przepisy, które jednak nie zawsze spełniają swoją rolę. Na całym świecie toczy się dyskusja nad kształtem regulacji prawnych społeczeństwa informacyjnego (czykolwiek ono jest).

Książka „Prawo w sieci. Zarys regulacji internetu” to zbiór felietonów publikowanych przez autora w ramach prowadzonego przez niego od 1997 roku serwisu internetowego. Przedstawia opisy sporów sądowych oraz interpretacje przepisów prawnych dotyczących sieci. Autor nie ogranicza się do suchego przytaczania kolejnych paragrafów, lecz omawia je, posługując się językiem zrozumiałym nie tylko dla prawników, ale także dla zwykłych użytkowników sieci.

- Obieg informacji w internecie i granice wolności słowa
- Własność intelektualna i prawa wyłączne a dostęp do dóbr kultury i ochrona praw człowieka
- Handel elektroniczny oraz marketing a ochrona konsumentów i pewność obrotu gospodarczego
- Zagrożenia czyhające w sieci
- Rozwój prawa dotyczącego internetu – globalizacja
- Historia regulacji prawnych w Polsce i na świecie

**Warto znać regulacje prawne związane z internetem,
nawet gdy nie jest się prawnikiem**

Spis treści

O Autorze	9
Zamiast wstępu	13
Rozdział 1. Jak sobie pościelisz...	19
Internet? Nie widzę problemów! — czyli niewidomi korzystają z sieci	21
Netykieta — nie stosujesz na własne ryzyko	24
Neutralność technologiczna państwa	27
Powszechna znajomość prawa — jak to zrobić?	30
Nie było wyjścia, musieliśmy wejść: Unia Europejska, tłumaczenie i harmonizacja prawa	36
Dziękujemy za już, prosimy o jeszcze. Dlaczego prawo sieci może być niedoskonałe?	41
Czym skorupka za młodu nasiąknie — jak dzieci nadużywają sieci?	44
Bo nauka to potęgi klucz! Szkolne problemy z internetem	47
Cisza! Internet nie śpi. Kampania wyborcza online	52
Trudny wybór elektroniczny. Głosowanie i nowe technologie	54
Sto i jeden serwisów administracji publicznej. Dostępność instytucji państwowych	58
Rozdział 2. Dynamika obiegu informacji	61
Nie każdy uzna, że deszcz pada. Zniesławienie oraz pomówienie	63
Nieskuteczna klauzula nieodpowiedzialności	67
Wystarczy uzasadniona obawa. Groźba karalna również w sieci	71
Zeskanuję Twojego chipa, czyli o prywatności użytkowników sieci	74
Chowanie głowy w piasek, czyli filtrowanie, blokada, cenzura	77
Walcz o (s)pokój. Nikogo nie można niepokoić nowymi technologiami	84

Pozyskiwanie v. rozpowszechnianie. Trudny konflikt uznanych wartości	86
Niebezpieczne ideologie i nawoływanie do waśni	89
Zarzucają sieci w sieci. Przejmowanie osobistych danych	93
Nadchodzi czas wielkiej kwarantanny	97
Warto wiedzieć, co w trawie piszczy. O podsłuchiowaniu sieci	104
Rozdział 3. Nowa „własność”	109
Intelektualna... własność? Należy ograniczyć zasięg pojęcia	111
Wielu chętnych do jednej domeny. Zasady potrzebne	114
Prosta informacja prasowa. Nie wszystko jest przedmiotem prawa autorskiego	121
Czy jest o co kruszyć kopie? Naruszenie prawa autorskiego przez automaty	126
Walka z plagiatami. Uprawnienia autora, decyzja sądu	128
Sieć użytkowników i administratorów. Odpowiedzialność za aktywność nie tylko na WWW	131
Patenty na logikę. O wynalazkach wdrażanych za pomocą komputera	134
Płaskie, relacyjne, chronione. Sui generis ochrona baz danych	139
Jeden do jednego. Zmiana granic dozwolonego użytku?	143
Różne historie twardych dysków. Trzeba chronić nośniki!	147
Archiwizacja oceanów informacji. Brak dostępu do zasobów	152
Rozdział 4. Niezwykły ferment rynku	157
Normatywna promocja konkurencji. Przepisy nie powinny wskazywać komercyjnych rozwiązań	159
Reklamowe metadane, czyli o problemach pozycjonowania serwisów internetowych	161
Bijące źródła i problemy odnośników. Linkowanie a technika obrony ..	165
Kto da więcej elektronicznego handlu? Na razie brak orzeczeń	171
Konsument! Bądź czujny! Coraz więcej obowiązków	178
Byk i niedźwiedz w internecie. Manipulacja informacjami o spółkach	182
Niebieski dymek regulacji. O ograniczeniach marketingu wyrobów tytoniowych	185
Leki z wirtualnej apteki. Problemy z dystrybucją leków w sieci	188
Na razie — wyższa stawka ryzyka. Premium rate services	192
To jest napad! Bankowość elektroniczna	196
Czerwone wygrywa, czarne przegrywa. O hazardzie online	199

Rozdział 5. Proza życia	205
Nie trać nadziei i daj... szansę. Haracz, wymuszenie, okup	207
Pedofile również online. Co robi Twoje dziecko?	209
Cyberpornografia dziecięca. Wizerunek dziecka jako przedmiot ochrony	215
Co też oni robią w pracy? Nie można kontrolować pracowników	217
Informatyka prawo do strajku. Co się stanie, jak przestaną pracować?	220
Gdy się skończy stosunek... Ochrona tajemnicy pracodawcy	222
Wirtualny terror. Błędy programistów i obsługi a podatność infrastruktury	225
Globalny wyścig zbrojeń. Obrót bronią a transgraniczność sieci	228
Ważny jest kolor kapelusza. O problemach z hakingiem	232
Podstawowa komórka w internecie. Rodzina zaczyna się od małżeństwa	234
Sprawca nie jest wirtualny. Internet w cieniu zbrodni	237
Co zrobić z uzależnieniem od internetu?	240
Rozdział 6. Rozwój środowiska	245
Moda na prawo internetowe	247
Prawdziwa krytyka cnoty się nie boi. Pluralizm polityczny online	250
To legalna zabawa! Sieć w służbie legislacji	253
Proszę wstać! Sąd idzie! Informatyzacja sądów	256
And justice for all dot com. Ktoś powinien patrzeć na ręce biegłym sądowym	260
Informatyka prawnicza czy informatyczna? O edukacji informatycznej humanistów	262
Marketingowe podejście do zawodu. Ograniczenia rynkowe prawników	265
Prawnicy, wirusy i poufność danych. Obowiązek zachowania bezpieczeństwa danych	268
Aby spać mógł ktoś. Internet a policja	271
Informacyjna resocjalizacja. Przywrócenie społeczeństwu informacyjnemu	276
Sądy właściwe i normy kolizyjne	280

Rozdział 7. Podsumowania	287
2000, mamy przed sobą dużo pracy!	289
2001, odyseja prawno-internetowa	294
2002, coś drgnęło w Polsce	308
2003, jazda bez trzymanki?	323
2004, beton stygnie	352
Czy coś z tego wynika?	379
Podziękowania	385
Wybrana bibliografia	389
Skorowidz	401

Rozdział

4



Niezwykły ferment rynku

Normatywna promocja konkurencji. Przepisy nie powinny wskazywać komercyjnych rozwiązań

W naszej rzeczywistości wszystko — co powoduje, że produkt się sprzedaje, a interes się kręci — jest warte zachodu, a zwłaszcza normatywny, poparty autorytetem państwowym zapis w akcie wykonawczym. Wynika to chyba z nieświadomości prawodawcy, a jednak pojawiają się akty normatywne, które odwołują się do narzędzi komercyjnie oferowanych na rynku. Tak być nie powinno. Należy promować standardy interoperacyjne, wynikające z dobrej, międzynarodowej praktyki.

Minister zdrowia wydał rozporządzenie z 30 maja 2003 roku w sprawie sposobu przedstawiania dokumentacji oraz wzoru wniosku o dopuszczenie do obrotu produktu homeopatycznego i produktu homeopatycznego weterynaryjnego, które przewiduje w paragrafie drugim, iż „dokumentację składa się w formie papierowej i elektronicznej, w formacie Word”. Powinno być jeszcze napisane, że składający dokumentację zobowiązany jest mieć na sobie buty marki... O nie! Nie chcę być posądzony o kryptoreklamę.

To ważne — rzecz nie w tym, że ktoś jest przeciwko jakiejś firmie. Chodzi o możliwość wyboru. Chodzi o to, że akt normatywny promuje pewne, komercyjne rozwiązanie, gdy istnieje możliwość wskazania standardu bez konieczności wskazywania produktu. Zresztą to nie pierwszy raz administracja publiczna na swój sposób popiera wolną konkurencję. Pamiętam, jak prezydent Kwaśniewski „podpisał” elektronicznie ustawę o podpisie elektronicznym. Podpisał ją, mimo że jeszcze nie obowiązywała w danym momencie, więc to był tylko show dla mediów. Jednak bardziej interesujące z punktu widzenia prowadzonych tu rozważań jest to, że klucz prywatny dla potrzeb tego podpisu wystawiła prezydentowi konkretna, komercyjna firma...

Sprawę „Płatnika” większość czytelników zna. Zakład Ubezpieczeń Społecznych wymaga dostarczenia dokumentów płatników składek za pomocą udostępnionego przez siebie oprogramowania, które nie jest odpłatne. Samo oprogramowanie nie jest odpłatne, ale nie zadziała, jeśli nie dysponuje się komercyjnym systemem operacyjnym, na który zostało napisane. Wszelkie próby wydobycia od ZUS-u specyfikacji technicznej, która pozwoliłaby na opracowanie programu (również bezpłatnego) na inne platformy — na razie nie przynoszą rezultatu. Trudno ocenić, co wygra: determinacja osób, które pragną rozwijać oprogramowanie bezpłatne o otwartym kodzie, czy firmy komercyjne, które przeznaczają olbrzymie pieniądze na marketing swoich produktów.

Światem rządzi kasa (kto się obruszył, palec do góry). Nie ma w moim odczuciu nic złego w tym, że producenci oprogramowania, którzy poczynili spore nakłady na rozwój swoich przedsiębiorstw, dbają o swoje interesy. Dzięki nim pracę ma wielu ludzi. Gospodarka ma szansę skierować wektor wzrostu w kierunku wiecznej szczęśliwości. Czy w naszej rzeczywistości wszystko, co powoduje, że produkt się sprzedaje, a interes kręci, jest warte zachodu, a zwłaszcza normatywny, poparty autorytetem państwowym zapis w akcie wykonawczym? Pytany o całą sprawę Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdził, że nie wolno mu się wypowiadać na temat aktów prawnych.

Właśnie przypomniało mi się, jak z projektu pewnej ustawy znikły dwa słowa, które — jak się okazało — miały istotne znaczenie dla kształtowania stosunków gospodarczych w mediach elektronicznych. Stało się to powodem wielogodzinnych obrad komisji śledczej. W przypadku rozporządzenia ministra zdrowia mamy do czynienia z wyraźnym wskazaniem formatu komercyjnego, zamkniętego oprogramowania. Jego zastosowanie jest wymogiem skutecznego złożenia wniosku. I co z tym zrobić?

Może minister nie wiedział, że są inne formaty dokumentów, dajmy na to RTF (ang. *Rich Text Format*), które można przygotować i odczytać na wielu platformach... Ten, kto nie dysponuje Wordem, również miałby szansę złożyć taki wniosek... A może inny format, znacznie prostszy, czyli format txt? Zwyczajny „czysty” tekst, który nie ma „zaszytych” w sobie żadnych pogrubień, kursywy, a co ważniejsze, nie zachowuje szeregu informacji o autorach, poprawkach, konfiguracji sprzętu, na którym był przygotowany, mapy katalogów na dysku i Bóg wie, czego jeszcze... Tak na marginesie — wiecie, co przechowuje w sobie dokument opracowany w Wordzie? W 2003 roku brytyjskie władze opublikowały raport na temat stanu irackiej armii. Okazało się, że był to plagiat analogicznej pracy napisanej przez Amerykanów. Analiza ukrytych przez Worda zapisów w opublikowanym na rządowej stronie dokumencie dostarczyła dziennikarzom nazwiska osób, które nad nim pracowały. No i plama...

Albo inny przykład: SIMIK. Jest to System Informatyczny Monitoring i Kontroli Finansowej Funduszy Strukturalnych i Funduszu Spójności, którego zadaniem jest „wspomaganie procesu absorpcji funduszy UE”. Aby projektodawca ubiegający się o dofinansowanie mógł złożyć poprawnie przygotowany wniosek, musi go przygotować za pomocą udostępnionego Generatora Wniosków. Ten generator działa tylko pod systemem operacyjnym Windows 95/98/NT/2000/XT. Procedury dla wnioskodawców mówią, że wniosek ma być utworzony w aplikacji Generator Wniosków i z niej wydrukowany. Jeśli zatem złożę wniosek przygotowany i wydrukowany za pomocą innego programu, narażam się na odrzucenie go z przyczyn formalnych.

Na świecie wyraźnie widać tendencję do wprowadzania w administracji publicznej oprogramowania o otwartym kodzie, udostępnianego bezpłatnie. Przykładowo niemieckie Ministerstwo Spraw Wewnętrznych opracowało na potrzeby jednostek administracji publicznej zestaw wytycznych w zakresie migracji systemów informatycznych w kierunku platform *open source*... A dlaczego? Wiele jest argumentów za i zapewne są też argumenty przeciw, w każdym razie nazwa „wolne oprogramowanie”, podobnie jak „wolna konkurencja”, nie wzięła się od tego, że działa po woli. A resztę proszę sobie dopowiedzieć.

Reklamowe metadane, czyli o problemach pozycjonowania serwisów internetowych

Czasem, gdy wykorzystana się „ukryte” informacje, by uzyskać przewagę nad konkurentami działającymi w internecie, taka praktyka w pełni ujawnić się może przed sądem. Sprawa reklamy targetowanej w wyszukiwarce, a nawet zbyt częstego pisanie o konkurencji we własnym serwisie internetowym nie jest taka prosta. Istnieje już pewna praktyka.

Sąd w Nanterre pod Paryżem nałożył na wyszukiwarkę *Google* grzywnę w wysokości 1,5 tys. euro, gdyż wyszukiwarka (a raczej firma tę wyszukiwarkę udostępniająca) pozwala reklamodawcom na uzależnienie

pojawiania się ich reklamowych linków od tego, czego szuka internauta. Niby normalna sprawa — „targetowanie” reklam — co w tym takiego złego? Treść „zapytania”, od którego uzależnione jest pojawienie się reklamowego linku, może okazać się jednak zastrzeżonym znakiem towarowym konkurenta, jego

Sąd Okręgowy w Poznaniu Wydział X Gospodarczy 27 października 2004 roku wydał wyrok (sygn. X GC 210/03/2), w którym zakazał pozwanej firmie umieszczania w kodzie źródłowym strony internetowej słów, które są częścią nazwy konkurencyjnego przedsiębiorstwa. Sąd uznał, że posługiwanie się takimi słowami narusza ustawę o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

nego nazwą lub reklamowym sloganem. Wszystko zaczęło się od tego, że francuskie biuro turystyczne Bourse des vols zażądało od Google Inc. zaprzestania takich praktyk. Po wstukaniu słów *bourse des vols* poszukujący informacji otrzymywał nie tylko adres strony tej firmy, lecz również kilka reklam zawierających linki

odsyłające do jej rywali. Firma Google Inc. odmówiła, twierdząc, że jej francuska filia nie ponosi za to odpowiedzialności. Zdaniem Google, zwrot *bourse des vols* (giełda lotów) nie jest chroniony jako marka handlowa, a cała sprawa ma charakter technologiczny i nie może być rozwiązana. Potem już sprawą zajął się sąd. Google dostała 30 dni na zaniechanie praktyk typowych dla wszystkich wyszukiwarek w internecie.

Polski system prawa również zna rozwiązania, które można by zastosować w podobnym przypadku: chodzi mi o ustawę o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy czy klienta. Łatwo sobie wyobrazić, że pojawiający się w wyszukiwarce link reklamowy, wykupiony i związany z chronioną nazwą konkurenta, jego słownymi znakami towarowymi czy sloganami reklamowymi, godzi w jego interesy. Ustawa również wprost nazywa jeden z deliktów nieuczciwej konkurencji — wprowadzającą w błąd reklamę. Francuski sąd uznał najpewniej, że tego typu praktyka, opisana na wstępie, jest niezgodna z prawem lub dobrymi obyczajami. Przypuszczam, że polskie sądy również mogą tak uznać, jeśli sprawa tego typu do nich trafi, a już były takie przypadki.

Opisywany na początku przypadek Bourse des vols nie jest jedyny. W 2001 roku producent filtrów do kawy Coffilter — wykupił słowo wyszukiwawcze „Melitta” (zastrzeżony znak towarowy oraz nazwa konkurencyjnej firmy) w jednej z większych, duńskich wyszukiwarek

„Jubii”. Coffilter umieścił również to słowo w kodzie stron WWW (jako *metadane*). W efekcie takich działań konsumenci poszukujący informacji na temat firmy Melitta za pomocą wspomnianej wyszukiwarki trafiali na strony konkurenta. Wedle firmy Melitta, tego typu działania są nieuczciwą konkurencją i w związku z tym zapowiedziała ona podjęcie stosownych działań prawnych. Zapewne skończyło się na straszeniu przeciwnika, chociaż łatwo wyobrazić sobie orzeczenie w tej sprawie.

Sądy na świecie rozważały również zawiłości natury prawnej związane z umieszczaniem na stronach wyszukiwarek reklamy bannerowej. Bo przecież nie tylko linki reklamowe mogą pojawiać się w efekcie zapytania zadanego wyszukiwarce. W maju 2001 roku regionalny sąd we Frankfurcie orzekł, że nie jest nieuczciwą konkurencją działanie polegające na umieszczeniu reklamy dostępnej za pośrednictwem wyszukiwarki w postaci takiego banera reklamowego tak długo, jak słowa wyszukiwawcze związane z działalnością biznesową danej, reklamującej się firmy znajdują się w bazach danych systemu wyszukiwawczego. Trochę to enigmatycznie brzmi, ale chodzi o to, by rozważyć, czy jest „legalne” w ogóle stosowanie reklamy targetowanej przez zadawane wyszukiwarce pytanie.

A tak w ogóle, to wyszukiwanie dokumentów w internecie jest bardzo wdzięcznym tematem badawczym. Obok serwowania reklamowych linków, uzależnionych o zadanego „query”, wielu problemów może przysparzać stosowanie w opisie dokumentów tzw. metadanych, o których wspomniałem już wyżej. Stosuje się je właśnie ze względu na możliwość dotarcia do stosownych stron za pośrednictwem wyszukiwarki. Jednocześnie niektóre firmy robią wszystko, by internauta, poszukując produktów konkurenta, trafił właśnie na ich strony.

Oto przykładowe sytuacje: pod koniec 2000 roku, w sprawie *Eli Lilly & Co. v. Natural Answers, Inc.* sąd stwierdził, że Natural Answers używa znaku Eli Lilly w metatagach (albo jak ktoś woli: metaznacznikach) znajdujących się w kodzie źródłowym na ich stronach WWW. Wedle sądu stanowi to dowód złych intencji oraz uzasadnia rozważania, czy zachodzi okoliczność „znacznego podobieństwa”, powodująca niebezpieczeństwo konfuzji (czyli mówiąc po ludzku oraz nieco upraszczając — wprowadzenia w błąd).

Tu również można wymienić sprawę *Netbula LLC v. Distinct Corporation*. Obie firmy są konkurentami i rozwijają technologię RPC (ang. *Remote Procedure Call*). Netbula podniosła przed sądem zarzut, że firma Distinct umieściła na swoich stronach (właśnie w metadanych, a więc danych „ukrytych” normalnie dla oglądających, chociaż możliwych do zobaczenia

poprzez opcję „zobacz źródło strony”) chroniony znak towarowy PowerRPC, który jej przysługuje. Firma Distinct wykorzystała w metatagach również nazwę konkurenta. Co więcej (a co wiąże się z pierwszym z przytoczonych w tym rozdziale przypadkiem), znak towarowy konkurenta został wykupiony przez firmę

Pod koniec stycznia 2005 roku francuski oddział Google przegrał sprawę, jaką wytoczyła mu sieć hotelarska Le Méridien, podnosząc zarzuty naruszenia chronionych przez prawo uprawnień ze znaków towarowych w systemie reklamy AdWords. Sąd zakazał uzależniania prezentowania reklamy w serwisie wyszukiwawczym od słów, takich jak „meridien” czy „le meridien”. Słowo „méri dien” znajdziemy jednak we francuskim słowniku, podobnie jak w polskim słowniku znajdziemy „południk”.

Distinct jako hasło w wyszukiwarce Google, od którego uzależnione było prezentowanie jej reklamy (ang. *key word advertisement*). Interesujące jest to, że przed sądem okazało się, że Netbula zastosowała na swoich stronach podobny trick jak ten, o który oskarżała konkurenta.

Tak naprawdę chodzi o mechanizmy wyszukiwania. Nie muszą one być związane z danymi ukrytymi w kodzie strony. Me-

chanizm wyszukiwawczy analizuje przecież treści widoczne na witrynach, co się wiąże z kolejną sprawą. W 2002 roku sędzia federalny nakazał w postępowaniu przedwstępnym, by dysponent jednej z witryn nie umieszczał tak często na niej nazwy swojego konkurenta, gdyż ma to wpływ na pozycję w wynikach wyszukiwania w popularnych wyszukiwarkach. J.K. Harris, założyciel J.K. Harris and Company of Charleston, S.C. pozwał Steve’a Kassel, prowadzącego konkurencyjną witrynę: *Taxes.com*.

Generalnie — co potwierdził w 2003 roku sąd regionalny w Düsseldorfie (zachodnie Niemcy) — używanie metatagów niezwiązanych z treścią serwisu internetowego można traktować jako czyn nieuczciwej konkurencji. Jak z tego wynika — również wówczas, gdy wykorzysta się „ukryte” informacje, by uzyskać przewagę nad konkurentami w internecie — taka praktyka w pełni ujawnić się może przed sądem. Powyższe dotyczyć będzie również reklamy targetowanej w wyszukiwarce, a nawet zbyt częstego pisania o konkurencie we własnym serwisie internetowym.

Bijące źródła i problemy odnośników. Linkowanie a technika obrony

Podawanie źródeł zwiększa wartość merytoryczną opracowania, a czasem może świadczyć o rzetelności dziennikarskiej. Jest to działanie normalne i oczekiwane. Linki stanowią podstawę funkcjonowania internetu, jego kwintesencję i tajemnicę sukcesu. Prawnicy potrafią jednak skomplikować nawet proste sprawy.

Globalna sieć WWW charakteryzuje się tym, że jest hipertekstowym, multimedialnym, sieciowym (opartym na protokole TCP/IP) systemem informacyjnym, w którym współistnieją ze sobą różne (otwarte najczęściej) standardy (ogłoszone przez takie organizacje jak IETF, W3C czy ISO). Publikowane w tej sieci zasoby składają się z tak zwanych leksji, a więc z najmniejszych fragmentów hipertekstu. Ten ostatni zaś to nic innego jak swoista organizacja tych leksji, połączonych hiperłączami. W efekcie użytkownik przeglądarki, zapoznając się z internetową stroną, może podążać za dostępnymi hiperłączami (linkami), które prowadzą do innych stron internetowych w ramach tego samego serwisu — serwera lub innych zasobów dostępnych w internecie. Linkowanie jest samym sednem istnienia sieci WWW (przynajmniej tak by się mogło wydawać). Prawnicy potrafią jednak skomplikować nawet najprostsze sprawy.

Jeśli korzysta się z utworów (chronionych przez prawo autorskie), na przykład na zasadzie licencji ustawowej, wówczas — zgodnie z polską ustawą (o czym była już mowa) — należy podać twórcę i źródło informacji. Podanie źródła informacji jest również jednym z działań, dzięki którym możemy mówić o staranności i rzetelności dziennikarskiej na gruncie prawa prasowego. Filozofia internetu pozwala podać źródło pewnych informacji, ale jednocześnie ułatwi użytkownikom serwisu dotarcie do nich. Dlatego właśnie kontrowersje wokół stosowania linków (niezależnie od tego, czy nazwiemy je hiperłączami, czy odnośnikami hipertekstowymi) są takie zajmujące.

Zastanówmy się. Czymże jest głębokie linkowanie (ang. *deep linking*)? Wydaje się, że jest to podawanie odnośnika do opublikowanych w internecie zasobów innego serwisu, przy czym wskazuje się inną stronę niż strona główna witryny linkowanej (przywoływanej). Próbowano przeskadzać tego typu praktykom, powołując się na ochronę baz danych. Warto tu wskazać orzeczenie sądu w Paryżu, który stwierdził, że internetowa wyszukiwarka Keljob naruszyła francuskie prawo tzw. własności

intelektualnej w ten sposób, iż prezentowała link do „głębokich” zasobów serwisu *Cadremploi*. Sąd uznał, iż serwis wyszukiwawczy wykorzystywał „kwalifikowaną substancję” bazy danych serwisu bez jego zgody, a to — w konsekwencji — powoduje naruszenie prawa *sui generis* przedstawionego we francuskiej ustawie o ochronie własności intelektualnej. Regulacje poświęcone ochronie baz danych były również podstawą innego orzeczenia, które w 2002 roku wydał sąd w Monachium. Zgodnie z nim używanie wyszukiwarki internetowej do znajdowania artykułów opublikowanych w internecie, a następnie kierowanie do nich użytkowników za pomocą odnośników hipertekstowych narusza prawo Unii Europejskiej (chodziło o dyrektywę o ochronie baz danych). To kolejny wyrok w toczącej się od dwóch lat sprawie przeciwko serwisowi wyszukiwawczemu NewsClub. Kroki prawne w tym przypadku rozpoczęła niemiecka gazeta „Mainpost”.

Stop. Tak jak kwintesencją sieci WWW jest stosowanie odnośników, tak ideą leżącą u podstaw sukcesu serwisów wyszukiwawczych jest kierowanie użytkowników do opublikowanych w internecie zasobów spełniających kryteria wyszukiwawcze! Dlatego z westchnieniem ulgi powitałem informację o orzeczeniu, które zapadło w innym głośnym, niemieckim procesie. Wydawca *Verlagsgruppe Handelsblatt* pozwał internetowy serwis wyszukiwawczy *Paperboy* w związku ze stosowaniem linków (żeby nie stwarzać fikcyjnych bytów, pomijam w tym miejscu określenie „głębokich”), kierujących do artykułów udostępnionych w internecie (*Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH v. Paperboy*). Sprawa dotarła do *Bundesgerichtshof*, Niemieckiego Sądu Najwyższego, który zdecydował, że interes publiczny związany z dobrze działającym internetem zasługuje na lepszą ochronę niż interes firmy, nawet jeśli — stosując linki — pomija się reklamy prezentowane na stronie głównej serwisu, do którego się linkuje (a to się wiąże z przychodem firmy). Dlaczego można było tak orzec? Ano dlatego, że — zdaniem sądu — każdy użytkownik samodzielnie może dotrzeć do opublikowanych bez żadnych restrykcji treści wydawcy. Wystarczy, że zna URL i poda go ręcznie w odpowiednim polu przeglądarki. Tak zwane głębokie linkowanie jest jedynie technicznym odpowiednikiem takiego wpisania adresu strony. Przywołane stanowisko Sądu Najwyższego Niemiec opiera się na tych samych przesłankach co wydane dwa lata wcześniej, wspomniane przy okazji omawiania prostych informacji prasowych, orzeczenie sądu w Rotterdamie, który odrzucił roszczenia wydawcy prasy PCM przeciwko serwisowi *Kranten.com*. Ten ostatni zamieszczał na swoich stronach (ale również za pośrednictwem list mailingowych) czołówki głównych informacji prasowych (ang.

headlines), a przy nich zamieszczał linki do artykułów opublikowanych w serwisie internetowym wydawcy. W tym przypadku sąd również uznał, że sieć linków stanowi podstawę działania internetu.

Wszystko wydaje się proste. Ale tylko na pierwszy rzut oka, gdyż w innej części globu, w Kopenhadze, w lipcu 2002 roku, sąd wydał wyrok, w którym zgodził się z roszczeniami duńskiego stowarzyszenia wydawców prasy *Dagblades Forening og Forhandlingsorganisationen (DDF)* w sprawie przeciwko serwisowi *Newsbooster (Danish Newspaper Publishers' Association v. Newsbooster.com ApS)*. Serwis linkował do artykułów prasowych dostępnych w internecie, na serwerach członków stowarzyszenia. Stowarzyszenie postanowiło bronić praw autorskich swoich członków, a tzw. polityki linkowania nie pozwalały na umieszczanie głębokich linków do ich zasobów. Mówimy już o prawach autorskich. W Danii sąd wydał orzeczenie niekorzystne dla dwóch mężczyzn. Stworzyli oni stronę zawierającą linki do plików MP3 znajdujących się na innych serwerach internetowych, prowadzonych przez osoby trzecie. W ten sposób „publicznie prezentowali” nielegalne (czyli naruszające prawa autorskie) pliki z muzyką. Każdy z mężczyzn został zobligowany do zapłaty 100 tys. duńskich koron w związku z wyrządzonymi szkodami oraz tytułem zadośćuczynienia za szkody niemajątkowe. Jednak w 2004 roku holenderski sąd z Haarlem zdecydował, że umieszczanie w serwisie internetowym linków do chronionych prawem autorskim utworów przechowywanych w plikach MP3 samo w sobie nie oznacza (na gruncie holenderskiego prawa autorskiego) publikowania tych utworów. W ten sposób sąd uznał, że działalność serwisu *Zoekmp3.nl*, który rozwija wyszukiwarkę plików MP3, nie narusza prawa autorskiego. Zarzuty w tej sprawie podniosła wcześniej holenderska organizacja antypiracka BREIN. Przywołując polską ustawę, trzeba zauważyć, że utworem rozpowszechnionym jest taki utwór, który za zezwoleniem twórcy (to ważne) został w jakikolwiek sposób (to również ważne) udostępniony publicznie. To o takich właśnie utworach mówi polska ustawa, stwierdzając, że można z nich korzystać bez zezwolenia twórcy, w zakresie własnego użytku osobistego. A co z wyszukiwarkami? Czy naruszają prawo autorskie? Odpowiedzi na to pytanie udzielił w 2001 roku regionalny sąd w Kolonii, który w dwóch orzeczeniach stwierdził, iż operator wyszukiwarki przeszukującej internetowe wydania gazet oraz udostępniającej linki do pełnych wersji artykułów prasowych (bez przechodzenia przez stronę główną serwisu wydawnictwa) nie narusza prawa autorskiego wydawnictwa. Sprawę komplikuje tu problem tworzenia kopii lokalnych tych artykułów na serwerach wyszukiwarek, ale o tym była już mowa.

Ale co zrobić, gdy odpowiednio wykorzystane linki w powiązaniu z inną techniką tworzenia stron internetowych, a więc z zastosowaniem ramek (ang. *frame*), mogą powodować, że w jednym oknie przeglądarki znajdzie się serwis linkujący oraz elementy serwisu, do którego się linkuje? Może tu dojść do naruszenia integralności utworu (a takim utworem może być strona internetowa). W 2001 roku sąd w Hamburgu stwierdził, że pozwany narusza prawa autorskie powoda przez linkowanie do jego witryny w ten sposób, że zawartość strony powoda wyświetlana była właśnie w ramkach. Zdaniem sądu, „pobieranie” słownika z serwisu zewnętrznego i prezentowanie go w ramach własnego systemu stanowi powielanie, a to wymaga zgody uprawnionego, nawet jeśli dotyczy wyszukania pojedynczego hasła. Prawdą jest, że powód poprosił o link ze strony pozwanego, jednakże chodziło mu o reklamę, a to nie uzasadnia traktowania takiej prośby jako zgody na framing. W innej sprawie okręgowy sąd w Hamburgu zdecydował w 2000 roku, że link pomiędzy dwoma stronami WWW zastosowany w taki sposób, że strona, do której ten link prowadzi, pojawia się w ramce, narusza prawa autorskie, jeśli zawartość strony „podlinkowanej” można zakwalifikować jako bazę danych w myśl niemieckiego prawa autorskiego. Sąd uznał, że proceder ten wykracza poza zakres generalnej zasady, wedle której twórcy internetowych stron godzą się na dostęp do ich zasobów za pośrednictwem linków prowadzących z innych stron internetowych.

Stosowanie ramek nie jest już rekomendowane przez współczesne standardy tworzenia zasobów internetowych, jednocześnie przed takim linkowaniem można się uchronić. Wystarczy umieścić w treści strony kawałek kodu, który będzie sprawdzał, czy ktoś nie próbuje załadować naszej strony do ramki istniejącej w jego serwisie. Jeśli tak — linkowana strona otworzy się w nowym oknie. Widać z tego, że twórca strony ma wpływ na sposób, w jaki jego witryna będzie prezentowana po użyciu hipertekstowego odnośnika.

Wydaje się, że uporaliśmy się z ochroną baz danych oraz prawem autorskim. To jednak nie wyczerpuje wszystkich możliwości naruszenia prawa. Co począć z ochroną znaków towarowych? Sąd okręgowy w Monachium spróbował odpowiedzieć na to pytanie w 2000 roku, uznając, że firma udostępniająca wyszukiwarkę internetową nie jest odpowiedzialna za naruszenie prawa chroniącego znaki towarowe w ten sposób, że w wynikach wyszukiwawczych pojawił się link do strony WWW prowadzonej przez osobę trzecią. Może jednak dojść do naruszenia takiego prawa w przypadku innych linków. Sąd stwierdził, że w przypadku wyników wyszukiwania firma nie ma wpływu na te wyniki i nie jest w stanie ich przeglądać pod kątem potencjalnych naruszeń prawa o znakach

towarowych (co omówiłem już przy okazji stosowania metadanych i reklamy targetowanej). Wniosek z tego taki, że jeśli mamy wpływ na stosowanie odnośników — możemy być też odpowiedzialni za naruszenie praw do znaku towarowego. Jednak rok później sąd w Schleswig stwierdził, iż prywatny operator witryny nie jest odpowiedzialny za naruszenia uprawnień wynikających z ochrony znaków towarowych, a także że linkowanie do komercyjnych zasobów innych podmiotów nie narusza prawa autorskiego.

Naruszenie uprawnień wynikające z użycia znaków towarowych może być również uznane za delikt nieuczciwej konkurencji. Przyjrzyjmy się zatem orzeczeniom związanym z kolejną gałęzią prawa. Znową sąd niemiecki i rok 2001. Przenieśmy się do Brunshwiku. Tamtejszy sąd stwierdził, iż pod rządami niemieckiej ustawy dotyczącej świadczenia usług teleinformatycznych dostawca usług internetowych nie jest odpowiedzialny za umieszczanie linków, o ile informacja dostępna po użyciu linku jest informacją źródłową (czyli nie jest skopiowana, a jest udostępniona przez uprawnione podmioty, które prezentują tę informację na swoich serwerach). Kluczowe jest też stwierdzenie, że zewnętrzne pochodzenie tej informacji jest oczywiste (to czytelne nawiązanie do opisanego już *frameingu*). W bardziej stanowczym orzeczeniu z 2001 roku sąd okręgowy w Hamburgu stwierdził, że link prowadzący do stron konkurenta narusza tamtejszą ustawę o przeciwdziałaniu nieuczciwej konkurencji. Sąd nie przychylił się do argumentacji obrony, wedle której z natury internetu wynika przyzwolenie każdego wydawcy internetowego na umieszczanie linków do prezentowanych przez niego w internecie treści. Orzeczeń sądowych w tym zakresie było zresztą nieco więcej, ale zlituję się niniejszym nad zdezorientowanym czytelnikiem, dając mu sposobność do samodzielnego wyszukania kolejnych.

Czy internetowy wydawca może użytkownikom jednostronnie narzucić sposób, w jaki ci odsyłają do jego zasobów? Tym retorycznym pytaniem pragnę przejść do zasygnalizowanych już tzw. polityk linkowania. Serwis National Public Radio (NPR to międzynarodowa organizacja zrzeszająca niezależnych i niekomercyjnych dystrybutorów informacji) ogłosił nagle, że ktokolwiek chce podlinkować strony NPR, musi poprosić o pisemne zezwolenie. Po nagłej fali krytyki NPR zmieniło „zasady linkowania”. W odpowiedzi na przywołaną wyżej decyzję sądu w sprawie serwisu Newsbooster (zakazującej głębokiego linkowania) profesor prawa David E. Sorkin z The John Marshall Law School w Chicago uruchomił serwis *Don't Link to Us! — Dontlink.com*. W serwisie (o podtytule *Stupid linking policies — czyli „głupie polityki linkowania”*) znalazły się linki do tych serwisów internetowych, które w swoich politykach zabraniają

linkowania do nich (szczególnie głębokiego linkowania). W 2002 roku na stronie, której autorem był Chris Raettig, pojawił się link do zasobów KPMG. KPMG wysłało do autora strony list, w którym stwierdza, że umieszczenie na jego stronie linku do zasobów tej firmy badawczej może sugerować, iż obu wydawców łączy jakaś formalna umowa, co jednak faktycznie nie miało miejsca. KPMG stwierdziło w liście, że do momentu, w którym taka umowa (zgodna z *Web Link Policy* KPMG), nie zostanie zawarta — Raettig powinien usunąć link do stron firmy. Dwudziestodwuletni Raettig odesłał list z informacją, że polityka linkowania jego organizacji nie przewiduje zawarcia takiej umowy... Na marginesie warto wspomnieć, że to właśnie w polityce linkowania wspomnianego wyżej serwisu *Dontlink.com* znalazły się satyryczne postanowienia, zgodnie z którymi prof. Sorkin linkował do serwisów, które właśnie sobie tego nie życzą.

Da się przygotować serwis internetowy w taki sposób, by nie było możliwe podlinkowanie jego zasobów z pominięciem strony głównej (czykolwiek taka „główna” strona jest). Coraz powszechniejsze są również serwisy, które pobierają opłaty za przeglądanie swoich archiwów. W takich przypadkach ich „głęboko” umieszczone zasoby są zabezpieczone na przykład specjalnymi hasłami dostępowymi. Jeśli nie stosuje się takich zabezpieczeń (na przykład *htaccess*), nie można mieć do innych pretensji, gdy ktoś domyśli się, że dany zasób znajduje się na jego serwerze. Tu warto przywołać działania szwedzkiej firmy Intention International. Firma, co prawda, umieściła na swoim serwerze pewien raport finansowy, ale w taki sposób, że nie był on dostępny przez zwykłe „przeklikanie się” do niego ze strony głównej serwisu. Aby do niego dotrzeć, należało teoretycznie znać URL dokumentu. Czasem jednak można się domyślić, jak taki adres powinien wyglądać, rozumując w sposób następujący: raport pierwszego kwartału znajduje się pod adresem *raport_1*, raport drugiego kwartału zaś pod adresem *raport_2*. Pod jakim adresem będzie raport trzeciego kwartału? Tak czy inaczej — szwedzka spółka postanowiła pozwać Reutersa, oskarżając pracowników tej agencji o haking!

Znane są decyzje sędziów (tak było w Indiach i chodziło o serwis *Rediff.com*), zgodnie z którymi umieszczenie w ramach serwisu internetowego linków do innych zasobów opublikowanych w internecie może być uznane za rozpowszechnianie pornografii. Są też orzeczenia związane z przekierowaniem użytkowników internetu (a więc użyciem pewnej odmiany linku) do serwisu *ford.com* po odwiedzeniu innego serwisu internetowego dostępnego pod obraźliwą dla firmy domeną. Zainteresowanych odsyłam do sprawy *Ford Motors Company v. 2600 Enterprises & Ors (Case No 01-CV-DT-ED Michigan, 20 December 2001)*. Nawet w Polsce internauci bawili się systemami wyszukiwawczymi, pozycjonując na pierwszym

miejscu w wynikach wyszukiwawczych linki do stron internetowych niektórych posłów. Problem w tym, że szukanym słowem uruchamiającym subtelny mechanizm było słowo „debil” lub „kretyn”. Ten dość długi felieton pełen jest odwołań do wydanych na świecie wyroków związanych ze stosowaniem linków. Na koniec przywołam jeszcze jeden. Oto w 2002 roku sędzia federalny z Nowego Jorku stwierdził, że patent firmy British Telecommunications Inc. nie dotyczy hiperlinków! To kończyło pewien epizod dotyczący hipertekstowych odnośników, któremu przyglądał się cały świat (*British Telecommunications v. Prodigy Communications Corporation*).