

UNIwersYTET ŁÓDZKI
WYDZIAŁ PRAWA I ADMINISTRACJI

Igor Kowalewski

Nr albumu 55436/P

Ochrona prawna
nazw domen internetowych

Praca magisterska napisana
w Katedrze Prawa Gospodarczego
i Handlowego
pod kierunkiem
prof. dr hab. U. Promińskiej
w roku akademickim 1999/2000

Łódź 2000

Rozdział 1

Zagadnienia wstępne.

Prawo, rozumiane jako system norm wyznaczających określone zachowania pełniło od zawsze wobec jego adresatów rolę służebną. Potrzeba uregulowania kształtujących się przez wieki stosunków społecznych i gospodarczych stanowiła główną siłę napędową powstawania oraz stopniowego rozwoju regulacji prawnych. Do podstawowych zadań ustawodawców należy nieustanne dążenie do utrzymania odpowiednich relacji między treścią obowiązującego prawa a realiami życia, w myśl rzymskiej paremii *ius sequitur vitae*.

Postęp cywilizacyjny trwający od wieków wywiera znaczący wpływ na ewolucję i kształt systemów prawnych. Osiągnięcia w dziedzinach informatyki i telekomunikacji są dziś obecne praktycznie we wszystkich dziedzinach ludzkiej aktywności. Jednocześnie ten ogromny obszar pozostaje nadal nieuregulowany w ramach nowych gałęzi prawa. Brak jasnych reguł wykorzystywania nowoczesnych technologii może spowodować ujemne konsekwencje dla jednostek oraz bardzo daleko idące niebezpieczeństwa w skali globalnej.

1. Internet – uwagi ogólne.

Rewolucyjnym osiągnięciem ludzkiego umysłu w dwudziestym wieku było stworzenie zbioru połączonych ze sobą sieci komputerowych zwanych obecnie Internetem. W 1993 roku została opracowana szczególna aplikacja umożliwiająca korzystanie z dokumentów hypertextowych, które mogą być przesyłane pomiędzy różnymi komputerami (hostami) bez względu na miejsce ich położenia (ang. World Wide Web). Już w 1990 roku naukowcy z Europejskiego Centrum Badań Jądrowych (CERN)

w Genewie uruchomili pierwszy serwer WWW . Wprowadzenie tej usługi spowodowało ogromny wzrost popularności i zwiększenie liczby użytkowników Sieci, jednak historia tego wynalazku rozpoczęła się już w latach sześćdziesiątych. 29 października 1969 roku przesłano pierwszy komunikat przez dwa węzły zbudowane na potrzeby agencji Advanced Research Projects Agency (ARPA) Departamentu Obrony USA. Uruchomiona sieć (ARPANET) działała niezwykle efektywnie i w roku 1973 miała już 37 węzłów. Zatem Internet, podobnie jak większość wynalazków został pierwotnie stworzony dla celów militarnych. Kryzys kubański i związane z nim zagrożenia zmusiły amerykańskich specjalistów do stworzenia sieci, która nie posiadałaby żadnego centrum zarządzającego. Uszkodzenie takiego ośrodka mogłoby zakłócić pracę całego systemu obrony. Amerykańska korporacja RAND podjęła wówczas prace dotyczące stworzenia zdecentralizowanego systemu obrony. Główną ideą było połączenie wszystkich wojskowych i uniwersyteckich komputerów w jedną gigantyczną sieć, która nie miałaby żadnego centrum zarządzającego. Przyjęto, że każdy węzeł systemu będzie pełnił takie same funkcje polegające na przekazywaniu i odbieraniu informacji oraz kontroli wykonywania tych procedur. Wiadomości zostały podzielone na pakiety, które miały być indywidualnie adresowane i przekazywane kolejno przez węzły sieci, aż do momentu dostarczenia go właściwemu adresatowi.

Początkowo Sieć wykorzystywana była do przekazywania danych i informacji. Jej budowa pozwalała na przyłączanie nowych komputerów, węzłów przybywało w ogromnym tempie. Na przełomie lat 70-tych i 80-tych opracowano używany do dziś protokół TCP/IP (Transmission Control Protocol / Internet Protocol), który wpłynął na polepszenie efektywności działania Sieci. W tym czasie zaczęła pojawiać się coraz częściej nazwa Internet, ze względu na wielość węzłów w różnych krajach.

W latach 80-tych nastąpił bardzo szybki rozwój Sieci. Usprawnienie komunikacji i polepszenie przepustowości łącz sprawiło, że Internet rozpowszechnił się w Europie i Japonii. Pod koniec dekady liczba komputerów podłączonych do Sieci przekroczyła 100 000, aby pod koniec 1992 roku osiągnąć milion¹.

Dziś do Internetu dołączonych jest około 95 000 sieci, dlatego często nazywany jest 'siecią sieci'. Jest to światowy organizm oparty na współpracy, tolerancji, demokracji, swobodzie wypowiedzi, z której użytkownicy powinni korzystać z poszanowaniem prawa i zasad obowiązujących w sieci (tzw.etykiety sieciowej- netykiety, ang.network etiquette)². Cechami Internetu jest także jego masowość i globalność. Sprzęt komputerowy i oprogramowanie wykorzystywane do poruszania się po Sieci rozwija się niezwykle szybko, dzięki czemu staje się ona narzędziem potężniejszym, a zarazem łatwiejszym w użyciu. Społeczność internetowa staje się nie tylko coraz liczniejsza, ale także coraz bardziej wykształcona w dziedzinie obsługi oprogramowania komputerowego. Pojawiają się w niej nowe specjalności i grupy zajmujące się świadczeniem różnorodnych usług internetowych. Wyraźnie widoczny jest również wzrost wartości akcji spółek inwestujących w działalność związaną z Internetem. Polskie firmy będące właścicielami największych portali internetowych zapowiadają wejście na światowe giełdy, na których dominują spółki związane z rozwojem technologii teleinformatycznych (m.in. nowojorska giełda NASDAQ)³.

Dynamiczny rozwój Sieci nie pozwala pozostawać biernym wobec powstających problemów prawnych związanych z jej użytkowaniem. Potrzeba podjęcia skutecznych działań prawodawczych wynika z jednej

¹ K.Pikoń, ABC Internetu, Helion 1998, s.7

² J.Zieliński, Etykieta sieciowa

<http://www.winter.pl/etykieta.html> Wiadomości internetowe 1997

³ M.Samcik, Z.Domaszewicz, Szarża na sieć, Rzeczpospolita 04.02.2000
www.rzeczpospolita.pl

z najważniejszych cech Internetu, a mianowicie jego globalności. W cyberprzestrzeni granice wytyczone pomiędzy poszczególnymi państwami nie mają żadnego znaczenia. Powstaje jednak pytanie, czy rzeczywistość wirtualna powinna być samodzielnym obszarem regulowanym wyspecjalizowanym dla jej potrzeb zbiorem przepisów prawnych? Można wskazać na dwa konkurujące ze sobą stanowiska.

Zdaniem niektórych autorów, przestrzeń wirtualna stanowi zupełnie odmienną rzeczywistość, której należałoby przyznać odrębny status prawny⁴. Prawo cyberprzestrzeni powinno być rozbudowaną, kompleksową regulacją o charakterze międzynarodowym, obejmującą między innymi prawo autorskie, prawo znaków towarowych, prawo patentowe, ochronę dóbr osobistych oraz elementy regulacji prawno-karnej.

Inne stanowisko reprezentują autorzy raportu Światowej Organizacji Własności Intelektualnej (WIPO)⁵, dotyczącego nazw domenowych. Propozycje, które zawiera raport polegają raczej na odpowiednim dostosowaniu obecnie już istniejących regulacji prawnych, których celem jest ochrona dóbr własności przemysłowej (głównie prawa z rejestracji znaku towarowego), nie zaś na tworzeniu nowych przepisów dotyczących cyberprzestrzeni.

Wśród członków społeczności internetowej panuje również opinia, iż wprowadzenie jakichkolwiek reguł i kontroli spowoduje totalitaryzację Internetu. Powyższe stanowisko trudno jednak moim zdaniem uznać za słuszne. Proces tworzenia prawa cyberprzestrzeni miałby bowiem polegać na wprowadzeniu pewnych minimalnych standardów ochrony określonych dóbr, do naruszenia których często dochodzi, nie zaś na ograniczeniu wszelkich istniejących obecnie liberalnych zasad korzystania z Sieci.

⁴ J.Barta, R.Markiewicz, Prawo cyberprzestrzeni i stare konwencje, Rzeczpospolita 15.11.1997,nr.263, s.16

⁵ Final Report of the WIPO Internet Domain Names Process
<http://wipo2.int/process/eng/finalreport.rtf>

2. Domena internetowa.

2.1. Pojęcie domeny internetowej.

Każdy komputer podłączony do sieci (host) posiada własny numer IP. Jest on niezbędny oprogramowaniu sieciowemu do przesyłania pakietów danych. Tego rodzaju oznaczenie umożliwia identyfikację określonego komputera ponieważ składa się ono z ciągu niepowtarzalnych cyfr. W praktyce system ten pozwala na uniknięcie problemów jakie mogłyby wystąpić podczas przesyłania informacji pomiędzy hostami. Wiadomość wysłana z jednego komputera dociera do innego, ściśle określonego hosta. Jednakże ten sposób oznaczania, wymagający zapamiętania numeru złożonego z wielu cyfr okazał się zbyt uciążliwy dla użytkowników Sieci. W celu uproszczenia tej procedury wprowadzono słowne adresy domenowe (ang. Internet Domain Names), które zostają odczytane przez serwer jako numery IP (komputer automatycznie zamienia znaki słowne na numery występujące w adresie IP). Taki sposób identyfikacji hostów jest znacznie prostszy dla użytkowników Internetu, lecz właśnie jego opracowanie i wykorzystywanie zrodziło bardzo wiele problemów prawnych.

Pojęcie domeny internetowej może być rozumiane w dwojaki sposób. Z jednej strony jest to fragment adresu internetowego strony WWW, występujący najczęściej w postaci skrótu określonych wyrazów (np.: '**com.**', '**com.pl.**', '**gov.**' itp.). Z drugiej strony domena internetowa to pewien obszar cyberprzestrzeni, wirtualnej przestrzeni adresowej, w którym znajdują się adresy stron internetowych należących do podmiotów prowadzących określony rodzaj działalności.

2.2. Rodzaje i funkcja adresów internetowych.

Globalny zasięg Internetu spowodował wzrost zainteresowania tym medium wśród przedsiębiorców wielu różnych branż. Obecnie większość stron WWW posiada charakter komercyjny. Zaistnienie w cyberprzestrzeni jest niezwykle istotnym elementem działalności marketingowej firm. Powszechny dostęp do informacji w Sieci stworzył dla przedsiębiorców bardzo atrakcyjną formę komunikacji z rynkiem. Wprowadzenie do Internetu strony WWW ma znaczenie reklamowe. W ten sposób przedsiębiorcy mogą w łatwy, szybki oraz czytelny sposób przedstawić szerokim kręgom potencjalnych odbiorców, oferowane towary lub usługi. Już dziś w powszechnym obrocie wiele transakcji handlowych odbywa się za pośrednictwem Sieci. W związku z powyższym adresy domenowe, oprócz swojej pierwotnej funkcji (identyfikacja określonego hosta), wraz z rozwojem popularności Internetu nabrały również wartości handlowej. Adresy domenowe pełnią zatem również funkcję gwarancyjną i reklamową, które dotychczas zostały wyodrębnione w odniesieniu do oznaczeń odróżniających, zwłaszcza znaków towarowych. Funkcja identyfikacyjna, choć pierwotna, straciła nieco na znaczeniu. Należy bowiem zwrócić uwagę na fakt, iż dla większości użytkowników Sieci największe znaczenie będzie miała informacja jaki podmiot, kryje się pod określonym adresem, a nie jaki komputer jest podłączony w tym miejscu do Internetu⁶. Wydaje się, że wszystkie wymienione funkcje powinny być jednak uwzględnione przy analizie sytuacji prawnej nazw domen. Na uwagę zasługuje chyba myśl, że ich wyróżnienia dokonuje się ze względu na inne kryteria, a w konsekwencji inne interesy powinny być brane pod uwagę przy ocenie ich ochrony. Pierwotna funkcja identyfikująca hosta wiąże się z relacjami zachodzącymi wewnątrz cyberprzestrzeni. Pozwala

⁶ Podobnie M.Schwimmer, F.Z.Lehrman, (w:) Domain Names Protection, A Worldwide survey, Managing Intellectual Property, April 1997 USA –Dilution law a powerful weapon, s.46.

na jego wyodrębnienie od innych komputerów przyłączonych do Sieci. Natomiast funkcje reklamowa i gwarancyjna objawiają się po uzyskaniu dostępu do Internetu i pozwalają przyciągnąć uwagę innych użytkowników, tak konkurentów jak i potencjalnych odbiorców.

Funkcja jaką pełnią adresy internetowe determinuje ich podziały. Można wyróżnić zatem:

1. Adresy stron WWW - umożliwiające wyszukiwanie publicznie dostępnych stron internetowych. Pełny adres WWW (Uniform Resource Locators –URL) składa się z następujących elementów.

‘http://www.domena/pełna ścieżka dostępu do poszukiwanego dokumentu’

http -protokół transmisji (Hypertext Transfer Protocol)

www -oznaczenie logicznego serwera strony WWW (World Wide Web)

domena -element adresu internetowego identyfikujący oznaczony host

2. Adresy poczty elektronicznej (e-mail) -wskazujące indywidualne konto (skrzynkę pocztową) użytkownika, któremu informacja ma być wysłana. Adresy tego rodzaju są zapisywane w podany poniżej sposób:

‘login@domena wskazująca serwer obsługujący usługi poczty elektronicznej’

W adresach internetowych występują domeny, które można generalnie podzielić na:

1. Domeny pierwszego poziomu (TLD-Top Level Domain)
2. Domeny drugiego poziomu (SLD-Second Level Domain)

Ad.1. Domeny pierwszego poziomu dzielą się na:

A: ogólne (generic Top Level Domain)

B: krajowe (country code Top Level Domain)

Ad. A: Ogólne TLD pełnią funkcję informacyjną wskazując dziedzinę działalności, branżową przynależność instytucji, do której należy komputer. Obecnie istnieje siedem ogólnych domen pierwszego poziomu:

- com. - dla firm komercyjnych
- net. - dla dostawców internetu, administratorów sieci
- org. - dla organizacji (głównie pozarządowych i non profit)
- edu. - dla instytucji edukacyjnych
- gov. - dla instytucji rządowych
- mil. - dla sił zbrojnych
- int. - dla organizacji międzynarodowych

International Ad Hoc Committee (IAHC) postuluje utworzenie siedmiu nowych grup ogólnych domen pierwszego poziomu:

- firm. - dla firm i innych instytucji komercyjnych
- store. - dla sklepów sieciowych i sprzedaży towarów
- web. - dla instytucji, których działalność jest związana z www
- arts. - dla kultury i sztuki
- rec. - dla rozrywki i rekreacji
- info. - dla serwisów informacyjnych
- nom. - dla osób prywatnych

Wprowadzenie nowych generic TLD miałooby przede wszystkim zapobiec nagromadzeniu zbyt dużej liczby zarejestrowanych adresów w domenie ‘com’ szczególnie atrakcyjnej dla firm pochodzących często z różnych branży.

Ad. B: Domeny krajowe są przyznawane poszczególnym państwom. Obecnie istnieją dwieście czterdzieści trzy domeny krajowe. Składają się z dwuliterowego oznaczenia np: ‘it.’ –Włochy, ‘gb’ – Wielka Brytania, ‘jp.’ – Japonia itp. Ten człon adresu domenowego informuje zatem pośrednio o pochodzeniu podmiotu, który posiada adres zarejestrowany w domenie krajowej. Z uwagi na popularność Internetu w Stanach Zjednoczonych, kraj ten nie posiada własnej domeny krajowej.

Ad.2: Wśród domen drugiego poziomu (tzw.subdomen) można wyróżnić:

A: domeny funkcjonalne

B: domeny regionalne

Ad. A: Pełnią bardzo istotną funkcję, mianowicie wskazują zakres działalności (branżę) właściciela tego rodzaju domeny. W Polsce w ogólnej domenie ‘PL.’ znajdują się trzydzieści trzy subdomeny np.:

- agro.pl. - instytucje związane z rolnictwem
- biz.pl. - nazwy produktów, hasła reklamowe
- com.pl. - nazwy i skróty nazw firm komercyjnych
- nom.pl. - dowolne nazwy
- shop.pl. - sklepy internetowe
- sklep.pl. - sklepy internetowe
- targi.pl. - imprezy targowe dowolnego rodzaju
- tm.pl. - znaki towarowe

Ad. B : Domeny regionalne wskazują podobnie jak ogólne domeny krajowe na związek danego podmiotu z obszarem geograficznym np.: ‘warszawa.pl.’.

Od pojęcia domeny internetowej należy wyraźnie wyodrębnić nazwę jaką posiada każda domena. Nazwa domeny jest kolejnym elementem adresu internetowego, który indywidualizuje podmiot, do którego należy ten adres⁷. Brzmienie nazwy jest ustalane przez podmiot zamierzający wprowadzić do Sieci swoją stronę. Najczęściej nazwą domeny jest nazwa przedsiębiorstwa, imię bądź nazwisko, oznaczenie odróżniające głównie w postaci znaku towarowego itp.

⁷ Formalnie, nazwa domenowa jest jednocześnie subdomeną w stosunku do występującej po niej SLD lub TLD.

Czytelne odróżnienie nazwy domeny od pojęcia domeny jest zatem niezbędne. To właśnie nazwa domeny, a nie sama domena podlega rejestracji oraz powinna być przedmiotem ochrony prawnej⁸. W innych opracowaniach dotyczących problematyki adresów internetowych autorzy nie dokonują wyraźnie wyżej wymienionego rozróżnienia⁹. Jednakże konfuzja pojęć 'nazwa domeny' i 'domena internetowa' prowadzi do wielu nieporozumień nie tylko na płaszczyźnie teoretycznej.

2.3. Budowa i brzmienie nazw domen internetowych.

Budowa nazw domenowych jest w pewnym sensie analogiczna do budowy innego dobra niematerialnego jakim jest firma. Podobnie jak w przypadku wymienionego oznaczenia, w nazwie domenowej można wyodrębnić dwa elementy charakterystyczne dla firmy: corpus i dodatki. Corpus stanowią oznaczenia, które bezpośrednio indywidualizują podmiot będący posiadaczem określonego adresu. W takim charakterze najczęściej używane są powszechnie wykorzystywane w obrocie oznaczenia odróżniające (znaki towarowe, firmy, nazwiska). Należy zaznaczyć, że to właśnie corpus będzie z reguły stanowił przedmiot sporu pomiędzy kilkoma podmiotami zainteresowanymi użyciem określonego oznaczenia w swoim adresie domenowym. Natomiast dodatki są w omawianym przypadku domenami pierwszego poziomu (TLD), zarówno krajowymi, jak i generycznymi. Biorąc pod uwagę budowę nazw domenowych, w których zawsze występuje domena pierwszego poziomu, można zatem przyjąć, że dodatki takie z pewnością są obligatoryjne. O ile corpus indywidualizował określony podmiot, o tyle dodatki pełnią jedynie rolę specjalizacyjną. Wskazują one na daną dziedzinę, w ramach której podmiot

⁸ Wyluczając przypadki, gdy dochodzi do sporu pomiędzy dostawcami usług internetowych (ang. internet providers), dotyczącego uprawnienia do administrowania domenami internetowymi.

⁹ R.Chmura, W. Włodarczyk, Bezprawne używanie zarejestrowanych znaków towarowych w adresach domenowych w świetle ustawy o znakach towarowych [w] „Internet – problemy prawne” Lublin 1999

prowodzi działalność, a co za tym idzie znacznie ułatwiają identyfikację tego podmiotu.

W nazwie domenowej mogą występować słowa, litery, cyfry, nazwiska, znaki towarowe, nazwy przedsiębiorców, firmy. Należy jednak zauważyć, że Internet *ex natura* ogranicza wykorzystywanie wskazanych dóbr. Bez znaczenia jest bowiem forma graficzna wymienionych powyżej oznaczeń ponieważ adresy internetowe są przedstawiane za pomocą standardowych czcionek (a tym samym nie uwzględniają dodatkowych elementów graficznych oznaczenia, stylizacji itp.)

Należy zaznaczyć, że pomimo dokonanego powyżej wyróżnienia (corpus / dodatki), w przypadku oceny możliwości powstania określonego rodzaju ryzyka należałoby brać pod uwagę adres domenowy w całości, a nie tylko ograniczyć się do badania budowy i brzmienia corpus.

Chociaż brak w tym przedmiocie wyraźnego wskazania należałoby przyjąć, że brzmienie nazwy domenowej nie może być obierane zupełnie dowolnie. Adres internetowy nie powinien bowiem przede wszystkim mylnie wskazywać użytkownikom Sieci stron, na których spodziewają się oni uzyskać informacje na temat działalności określonego podmiotu.

2.4. System rejestracji nazw domen internetowych.

Obecnie nie istnieją jednolite reguły określające zasady przydzielania podmiotom ich miejsc w cyberprzestrzeni¹⁰. Nie ulega wątpliwości, że dostęp i pozostanie w Internecie, choć wolny, musi być zorganizowany. Organizacja przyznawania wyłączności oznaczania pewnej sfery przestrzeni wirtualnej wymaga zastanowienia nad kilkoma kwestiami.

¹⁰ J. Zieliński, Problemy polskiego Internetu w roku 1997
<http://www.winter.pl>

A: Po pierwsze, kto ma decydować o przyznawaniu nazw domenowych. Ponieważ Internet nie posiada scentralizowanych władz, w zasadzie są one określane przez podmioty rejestrujące w sposób dowolny¹¹. W związku z powyższym problemy związane z przydzielaniem domen internetowych i rejestrowaniem ich nazw występują niezwykle często. Trudno udzielić odpowiedzi na pytanie, na jakiej podstawie określone podmioty, najczęściej będące dostawcami usług internetowych (Internet providers) przypisały sobie prawo administrowania domenami i ich rejestrowania. Na tym tle, w Stanach Zjednoczonych wybuchły trwające do dziś spory określane wręcz mianem "wojny o domeny"¹². Dotychczas kontrolę nad funkcjonowaniem systemu nazw domenowych sprawował Internet Assigned Numbers Authority (IANA), natomiast bezpośrednim administrowaniem głównymi serwerami nazw i rejestracją domen zajmował się Internet Network Information Center (InterNIC)¹³, obsługiwany faktycznie przez firmę Network Solution Incorporation (NSI)¹⁴. W Europie organem kontrolującym system nazw domenowych jest RIPE¹⁵.

W 1996 roku miejsce IANA zajął International Ad Hoc Committee (IAHC)- Międzynarodowy Komitet do spraw Internetu. IANA zrzekła się zajmowanej dotychczas pozycji pod naporem zarzutów społeczności internetowej, w których eksponowano głównie, iż organizacja ta stanowiła zbyt wąską reprezentację owej społeczności. Decyzje dotyczące administrowania domenami podejmowane były bez konsultacji z innymi firmami, władzami państwowymi, organizacjami międzynarodowymi.

¹¹ http://www.nask.pl/dns_rules.html

¹² J.Rafa, Wojna o domeny
<http://www.wsp.krakow.pl/Pl-asc/papers.html>

¹³ <http://www.internic.net>

¹⁴ <http://www.networksolutions.com>

¹⁵ www.ripe.net/ripencc/about/index.html

Obecnie sytuacja uległa zmianie i w skład IAHC wchodzi przedstawiciele między innymi: Światowej Organizacji Własności Intelektualnej (WIPO), Międzynarodowego Stowarzyszenia Znaków Towarowych (INTA) oraz Międzynarodowej Rady Sieciowej (FNC). Udział wymienionych podmiotów w procesie tworzenia systemu rejestracji nazw domen internetowych ma niebagatelny wpływ na kształt powstających reguł. Zapobiega to ustalaniu, a następnie narzucaniu odbiorcom usług internetowych niekorzystnych warunków rejestracji i administrowania domenami (np.: nakładanie zbyt wysokich opłat za administrowanie domeną).

B: Kolejne sporne zagadnienie dotyczy kształtu i liczby domen istniejących lub mających powstać w Internecie. Pojawiły się liczne głosy, iż przestrzeń adresowa w głównej domenie (TLD) nie powinna być kształtowana przez jedną instytucję posiadającą monopol w sprawach dotyczących rejestracji i określania domen pierwszego poziomu. Powyższą ideę potwierdził opublikowany w 1996 roku tzw. draft Deningera, w myśl którego generyczne TLD stanowią przedmiot wolnej konkurencji.

Interesującym rozwiązaniem była propozycja utworzenia domen, których nazwy opierałyby się na Międzynarodowej Klasyfikacji Towarów i Usług. Ten sposób rejestracji zapobiegałby konfliktom powstającym w sytuacjach, gdy dwie firmy z różnych branż chciałyby zarejestrować domenę o tej samej nazwie. Chociaż prawo dopuszcza, aby dwie różne firmy, których zakres działalności jest różny posiadały takie same lub podobne nazwy, to jednak w chwili obecnej, przy istniejącym systemie rejestracji nazw domen internetowych sytuacja taka jest niedopuszczalna ponieważ w określonej domenie pierwszego lub drugiego poziomu nie mogą istnieć dwie domeny o takich samych nazwach¹⁶. Ten branżowy system rejestracji nazw domenowych zdecydowanie ograniczyłby ilość

¹⁶ Podobnie J.Barta, R.Markiewicz, Internet a prawo, Kraków 1998

nazw domen zarejestrowanych w domenie 'COM.' oraz spowodowałby udostępnienie adresów domenowych dla większej grupy przedsiębiorców.

C: Również niezbędne jest określenie, jak ma wyglądać procedura przyznawania omawianego monopolu. Jest oczywiste, że mając na uwadze funkcje nazw domenowych, narzuca się transponowanie na użytek organizowania przyznawania wyłączności system, który obecnie powszechnie funkcjonuje w innych dziedzinach. Najlepiej zdaje się odpowiadać tym wymaganiom system rejestracji – zbliżony do systemu rejestracji oznaczeń odróżniających, zwłaszcza znaków towarowych. Można wyróżnić w nim następujące elementy oraz zasady:

➤ organ rejestacyjny:

W Polsce rejestracją nazw domen internetowych zajmuje się Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa (NASK)¹⁷. Na początku lat dziewięćdziesiątych ta organizacja rządowa połączyła Polskę ze światową siecią - Internet i rozbudowała ogólnopolską sieć komputerową. Jako dostawca usług internetowych, NASK działa na podstawie koncesji Ministra Łączności na świadczenie usług telekomunikacyjnych transmisji danych oraz na zakładanie i używanie sieci telekomunikacyjnej użytku publicznego. Bez odpowiedzi pozostaje jednak pytanie, na jakiej podstawie NASK prowadzi działalność jako administrator większości domen. Ten fakt wywołuje fale krytyki wśród odbiorców usług internetowych, jak i innych operatorów świadczących takie usługi¹⁸. Główne zarzuty dotyczą niejasnych zasad rejestrowania nazw domen oraz nadużywania pozycji dominującej na rynku przez NASK¹⁹.

¹⁷ www.nask.pl

¹⁸ J.Zieliński, Problemy ..., op.cit.

¹⁹ Wyrokiem z dnia 29 września 1999 roku Sąd Antymonopolowy oddalił zarzuty dotyczące stosowania praktyk monopolistycznych przez NASK.

➤ wnioskowość:

Procedura rejestracyjna rozpoczyna się z chwilą złożenia wniosku o rejestrację domeny, wypełnienia formularza zgłoszeniowego oraz wniesienia odpowiednich opłat. Co do zasady podmiot żądający rejestracji posiada stosunkowo szeroki zakres swobody wyboru nazwy domeny. Reguła ta podlega jednak pewnym ograniczeniom, o których mowa poniżej.

➤ odróżnialność i prawdziwość oznaczenia:

Nazwa domeny musi być niepowtarzalna oraz musi kojarzyć się z nazwą firmy lub typem prowadzonej działalności. O tym, czy dana nazwa zostanie zarejestrowana w określonej domenie przesądza głównie zasada pierwszeństwa zgłoszenia wniosku, w myśl której rejestracja następuje według kolejności wpływających zgłoszeń. Zatem podmiot rejestrujący rozpatrując kolejne zgłoszenie jest zobowiązany zbadać czy wcześniej nie została zarejestrowana już taka sama nazwa domeny. Powyższe rozwiązanie powoduje tzw. efekt blokowania ponieważ w systemie nazw domenowych nie mogą istnieć dwie domeny o tej samej nazwie. Zasadniczo więc, z chwilą zarejestrowania określonej nazwy domeny żaden inny podmiot nie będzie mógł już wówczas posiadać domeny o nazwie identycznej z nazwą domeny zarejestrowaną wcześniej. NASK stwierdzając powyższy fakt odmawia rejestracji nazwy domenowej (przeszkody względne). Odmowa rejestracji ma miejsce również wówczas, gdy nazwa domen jest nazwą podmiotu nie związanego z wnioskodawcą, bądź gdy nazwa ta jest powszechnie uznana za obraźliwą, naruszającą dobre obyczaje lub zasady współżycia społecznego (przeszkody bezwzględne)

Gdy nie wchodzi w rachubę przeszkody rejestracyjne wynikające z zasady pierwszeństwa, podmiot składający wniosek jest zobowiązany

wykazać związek między wybraną przez niego nazwą domeny, a rodzajem działalności jaką podmiot ten prowadzi. W raporcie Światowej Organizacji Własności Intelektualnej (WIPO) z 30 kwietnia 1999 roku²⁰ wskazuje się na konieczność zgłoszenia, wraz z wnioskiem o rejestrację domeny tzw. contact details, w których zawarte powinny być dane dotyczące osoby zgłaszającej. W porozumieniu rejestracyjnym zawierany między zgłaszającym, a organem rejestracyjnym powinno znaleźć się oświadczenie wnioskodawcy, w którym zapewni on, iż według jego najlepszej wiedzy i przekonania rejestracja oraz sposób w jaki domena będzie używana nie będą naruszać praw własności intelektualnej.

➤ naruszenie wyłączności i skutki takiego naruszenia:

Nadanie mocy wiążącej powyższym rozwiązaniom poprzez ustanowienie odpowiednich przepisów prawnych jest moim zdaniem nieodzowne. Prawne uregulowanie procedury rejestracji adresów internetowych położyłoby kres nagminnym w ostatnich latach wypadkom bezpodstawnym i dokonywanym w złej wierze rejestracji nazw domen, naruszających prawa do znaków towarowych. Takie działania określane mianem – cybersquatting mają głównie na celu uzyskanie korzyści majątkowych w drodze odsprzedaży praw z rejestracji domeny podmiotom, których nazwy zostały wcześniej bezpodstawnie zarejestrowane w adresie domenowym. Często motywem tego typu zachowań jest również chęć zmylenia użytkowników Internetu, którzy wpisując dany adres domenowy niespodziewanie dotrą do stron szerzących kontrowersyjne treści. Przejawem złej wiary dokonującego rejestracji jest również, oprócz dwóch wyżej wymienionych przypadków rejestracja dokonana w celu uniemożliwienia uprawnionemu do znaku umieszczenia go w nazwie domenowej.

²⁰ Final Report of the WIPO..., op.cit.

Sformułowano już nawet definicję bezpodstawnej rejestracji nazw domenowych (ang.cybersquatting). Aby stwierdzić tego typu naruszenie należy ustalić następujące przesłanki, występujące kumulatywnie:

1. Nazwa domeny jest identyczna lub myląco podobna do znaku
2. Zgłaszający domenę nie ma żadnych praw lub uzasadnionego interesu w używaniu znaku
3. Domena została zarejestrowana w złej wierze

Natomiast w orzeczeniu wydanym w sprawie *Intermatic Inc. v. Toppen*²¹ zostało sformułowane pojęcie "cybersquatter" określające podmiot, który uzyskuje korzyści majątkowe przez rejestrowanie, a następnie odsprzedaż albo licencjonowanie nazwy domenowej podmiotowi uprawnionemu do oznaczenia użytego w adresie strony internetowej.

W celu ograniczenia przypadków bezpodstawnej rejestracji nazw domenowych, organ rejestrujący powinien obciążać wnioskodawcę obowiązkiem wniesienia opłaty rejestracyjnej jeszcze przed uaktywnieniem domeny. Ponadto spory wynikające z umyślnej rejestracji w złej wierze oznaczenia odróżniającego powinny być rozstrzygane w drodze obligatoryjnej procedury administracyjnej.

²¹ J.F.Delaney, A.Lichstien, *The Law of the Internet: Summary of the U.S. Internet Case Law and Legal Developments*, Journal Copyright Society of the U.S.A., vol.45, nr 2, winter 1997, s.229

Rozdział 2

Nazwy domen internetowych.

Na wstępie trzeba zaznaczyć, że rozważania dotyczące ochrony prawnej nazw domen internetowych należy utożsamiać obecnie z problematyką ochrony samych domen, rozumianych (jak była o tym mowa w poprzednim rozdziale) jako wirtualna przestrzeń adresowa. Oczywiście pozostaje do rozważenia kwestia przyznania samoistnej ochrony, której przedmiotem byłaby sama domena. W takim przypadku możnaby również zastanawiać się jakiego rodzaju ryzyko mogłoby powstać. Poniższe rozważania dotyczyć jednak będą nazw domen internetowych. Tego rodzaju zabieg jest zgodny z tokiem rozumowania zawartym w innych opracowaniach związanych z omawianą problematyką. Ponadto, wobec braku regulacji prawnej w zakresie wykorzystywania nowoczesnych technologii teleinformatycznych, przyjęcie proponowanej powyżej metody badawczej ułatwi dostosowanie istniejącego obecnie ustawodawstwa do ochrony nowych dóbr własności intelektualnej.

W charakterze nazw domen internetowych mogą występować różnorodne oznaczenia. Należy w tym miejscu silnie zasygnalizować, że przedmiot dalszych rozważań będą jedynie oznaczenia słowne. Do najczęściej używanych w tym zakresie symboli należą znaki towarowe, nazwiska, nazwy przedsiębiorstw. W zależności od rodzaju używanego oznaczenia, ewentualne zastosowanie znajdą różnorodne grupy przepisów, które obecnie chronią różnego rodzaju dobra niematerialne. Zatem zakres ochrony nazwy domenowej (domeny) będzie ściśle uzależniony od natury dobra niematerialnego użytego w nazwie domenowej. Również ryzyko,

przed którym należy chronić nazwy domenowe będzie odmienne dla poszczególnych nazw domenowych.

Poniżej zostaną przedstawione szersze uwagi dotyczące użycia różnorodnych oznaczeń w adresach stron WWW, ze szczególnym uwzględnieniem mogących pojawić się problemów natury prawnej.

1. Użycie nazwiska w nazwie domeny internetowej

Nazwiska są oznaczeniami słownymi często wykorzystywanymi w adresach stron WWW. Będąc równocześnie dobrem osobistym, wymienionym *expressis verbis* w art. 23 kodeksu cywilnego, nazwisko podlega ochronie również w przypadku umieszczenia go w charakterze nazw domenowych przez osoby nieuprawnione. Analizując przesłanki dopuszczalności użycia nazwisk w adresach internetowych należy wyodrębnić kilka różnorodnych sytuacji. Może bowiem w tym przypadku wchodzić w rachubę wnioski o zarejestrowanie nazwiska własnego, albo cudzego, a wśród ostatnio wymienionych nazwiska popularnego albo sławnego.

Możliwość zarejestrowania własnego nazwiska jako nazwy domeny nie powinna budzić zastrzeżeń. Osoba, której przysługuje prawo do nazwiska może czynić z niego użytek również w wymieniony powyżej sposób. Jednakże także w tym przypadku mogą pojawić się komplikacje, wynikające z natury systemu nazw domen internetowych, o których będzie mowa w dalszych rozważaniach.

Więcej zastrzeżeń należy poczynić rozpatrując możliwość użycia cudzego nazwiska w nazwie domeny. Podmiot wnioskujący o rejestrację tego rodzaju oznaczenia musiałby uzyskać zgodę osoby noszącej to nazwisko lub ewentualnie, w przypadku nazwiska osoby nieżyjącej – zgodę jej spadkobierców. Trudności może rodzić określenie

statusu prawnego zgody na użycie nazwiska w charakterze nazwy domenowej. W doktrynie wyrażono pogląd, że niezbywalny charakter tego dobra nie uchyla bezprawności działania, nawet w przypadku udzielenia zgody przez uprawnionego²². Z kolei A. Szpunar uważa, że o naruszeniu pewnych dóbr można mówić tylko w razie działania bez zgody uprawnionego²³. Trafny wydaje się także pogląd M. Poźniak–Niedzielskiej, iż wyrażenie zgody na użycie nazwiska w celach gospodarczych należy uznać za rezygnację z zakazu, który służy uprawnionemu do nazwiska podmiotowi. Autorka argumentuje dalej, że dochodzi wówczas do udzielenia *quasi* – licencji na wykorzystywanie w nazwie domenowej cudzego nazwiska. Nie można mówić zaś w takim przypadku o zrzeczeniu się prawa do nazwiska²⁴.

Gdy chodzi o wykorzystywanie w adresach internetowych nazwisk sławnych możemy wyróżnić dwie grupy sytuacji. W pierwszym przypadku rozpatrzyć należy możliwość zarejestrowania sławnego nazwiska osoby żyjącej. Nie ulega wątpliwości, że tego rodzaju oznaczenie może być wykorzystywane w nazwie domenowej tylko w razie udzielenia zgody przez osobę noszącą sławne nazwisko. Natomiast w przypadku nazwisk, które weszły do dziedzictwa kulturowego, upoważnienie, o którym mowa może być uzyskane od spadkobierców osoby, która nosiła sławne nazwisko. Takie stwierdzenie można między innymi wywieść *per analogiam* z brzmienia art. 29 oraz art. 32 § 2 k.h., zgodnie z którymi ochronę *post mortem* realizują spadkobiercy. Z uwagi na szczególną rangę nazwisk, które weszły do dziedzictwa kulturowego udzielenie rejestracji takiego oznaczenia powinno być poprzedzone wyjątkowo szczegółowym badaniem wniosku rejestracyjnego, w którym powinny znaleźć się

²² S. Grzybowski, Ochrona dóbr osobistych według przepisów ogólnych prawa cywilnego, Warszawa 1957, s.119 - 124

²³ A. Szpunar, Ochrona dóbr osobistych, Warszawa 1975, s.159 i nast.

²⁴ M. Poźniak – Niedzielska, Użycie cudzego nazwiska jako znaku towarowego, „Rejent” 1994, nr. 7-8 s.34

wyczerpujące dane dotyczące wnioskodawcy oraz celu, dla którego zamierza utworzyć stronę WWW dostępną pod określonym adresem.

W praktyce do naruszenia tego dobra osobistego dochodzi stosunkowo często²⁵. Dla osoby, której nazwisko zostało zgłoszone jako nazwa domeny przez inny, nie posiadający tytułu prawnego podmiot wynikają niekorzystne konsekwencje dwojakiego rodzaju.

Po pierwsze osoba taka traci możliwość użycia swojego nazwiska w nazwie domenowej w sytuacji, gdy chciałaby wprowadzić do Internetu własną stronę WWW, którą można byłoby odnaleźć pod adresem zawierający właśnie to nazwisko. Powyższe komplikacje wynikają z zasady pierwszeństwa obowiązującej obecnie podczas rejestracji nazw domen, która jak już wcześniej wspomniano powinna podlegać jednak pewnym ograniczeniom. Konflikty powstające w tej sytuacji mogą wystąpić pomiędzy:

1. osobami uprawnionymi do nazwiska (tzn. posiadającymi takie same nazwiska)
2. osobą uprawnioną do nazwiska oraz podmiotem, który nie posiadając żadnego tytułu prawnego do nazwiska rejestruje to nazwisko w adresie strony WWW.

W pierwszym przypadku, nie wdając się w szczegółową analizę poszczególnych spornych sytuacji, rozsądnym rozwiązaniem wydawałoby się konsekwentne stosowanie zasady pierwszeństwa. Wynikałoby z niej zatem, że z kręgu osób posiadających takie samo nazwisko, prawo używania tego nazwiska w adresie internetowym przypadnie jedynie tej z nich, która pierwsza zarejestruje nazwisko w danej domenie. Obecnie zasada ta funkcjonuje podczas wyboru nazwy użytkownika poczty

²⁵ Dla przykładu; nazwisko szefa firmy America Online zostało złośliwie zarejestrowane przez Christophera Alana Cooka. Występuje ono w adresie www.stephencase.com, z którego nieuprawniony do nazwiska Cook nie zamierza zrezygnować.

elektronicznej tzw. (login user name@). Jeżeli na danym serwerze konto pocztowe chciałoby założyć kilka osób posiadających takie samo nazwisko, wówczas możliwość użycia tego nazwiska w charakterze login będzie miała tylko ta z nich, która pierwsza złoży wniosek o założenie konta emailowego. W powyższym przykładzie chodzi oczywiście o użycie nazwiska bez jakichkolwiek dodatkowych znaków (np.: Kowalski@ i Kowalski_3@ to dwie różne nazwy użytkownika poczty elektronicznej).

Dalsze komplikacje mogą wystąpić w sytuacji, gdy brzmienie nazwiska jest identyczne z brzmieniem nazwy miasta²⁶, zarejestrowanego znaku towarowego bądź nazwy przedsiębiorstwa. Należałoby rozstrzygnąć, który z wyżej wymienionych podmiotów miałby 'mocniejsze' prawo do zarejestrowania nazwiska w adresie WWW. Przyznanie pierwszeństwa byłoby uzależnione od okoliczności konkretnego przypadku. Uogólniając jednak można stwierdzić, że fakt posiadania prawa z rejestracji znaku towarowego i funkcja jaką pełnią we współczesnych stosunkach rynkowych adresy internetowe są na pewno argumentami przemawiającymi za przyznaniem również prawa z rejestracji nazwy domenowej tożsamej z tym znakiem.

Analizując drugi rodzaj mogących powstać konfliktów dotyczących użycia nazwiska w nazwie domeny internetowej, odpowiedź na pytanie jak rozstrzygnąć powstałe w tym przypadku komplikacje wydaje się być prosta. Obowiązek zbadania wniosku zgłoszeniowego, głównie od strony podmiotowej spoczywa na organie rejestracyjnym. Jeżeli zatem organ taki stwierdzi, że wnioskodawca nie posiada żadnego tytułu prawnego do nazwiska powinien odmówić rejestracji tego rodzaju nazwy. Gdyby jednak doszło już do zarejestrowania cudzego nazwiska przez nieuprawnionego wówczas, na wniosek podmiotu uprawnionego do nazwiska organ rejestracyjny powinien unieważnić prawo z rejestracji nazwy domenowej.

²⁶ C.V.Einem, K.Lorenz (w:) Domain Name Protection, Niemcy – Starting points to solve conflicts, s.41

Można również postawić pytanie czy tego rodzaju unieważnienie powinno następować z urzędu, tzn. z inicjatywy organu rejestrującego. Odpowiedź wydaje się być twierdząca, z uwagi na fakt możliwości naruszenia dóbr osobistych danego podmiotu bez jego wiedzy. Przemawia za tym z kolei ogromna ilość stron WWW i rejestrowanych dla nich adresów internetowych.

Naruszenie nazwiska przez nieuprawnione użycie w adresie internetowym może nastąpić również w innej postaci. Chodzi o sytuacje, gdy adres strony WWW zawierający określone nazwisko skieruje użytkowników Sieci do stron, których treść może przedstawiać w negatywnym świetle osobę, której nazwisko zostało w tym adresie użyte. Dla przykładu można wskazać, iż tego typu naruszenia dopuściła się amerykańska organizacja głosząca poglądy rasistowskie – Stormfront. Pod adresem www.martinlutherking.org, Stormfront stworzył stronę poświęconą jednemu z czołowych przywódców ruchu antyrasistowskiego w Stanach Zjednoczonych. Biografia Martina Luthera Kinga, którą można tam znaleźć przedstawia jego osobę w jak najgorszym świetle, będąc starannie spreparowanym zbiorem oszczerstw. Zatem w tym przypadku dochodzi równocześnie do naruszenia innego dobra osobistego jakim jest cześć. Według najnowszych zaleceń Światowej Organizacji Własności Intelektualnej organ rejestrujący jest zobowiązany zbadać przedmiot działalności wnioskodawcy. Jak zatem można wytłumaczyć zarejestrowanie wymienionego powyżej adresu internetowego dla skrajnie prawicowej, rasistowskiej organizacji? Tego rodzaju naruszenia czci mają miejsce w Internecie niezwykle często (dotyczą również działań prowadzących do osłabienia renomy danego przedsiębiorstwa).

W pierwszym z rozważanych przypadków bardziej istotnym elementem podczas badania wniosku rejestracyjnego był podmiot, natomiast w tym miejscu organ rejestracyjny powinien równie wiele uwagi

poświęcić analizie przedmiotu działalności wnioskodawcy. Staranne badanie wniosku rejestracyjnego w takich sytuacjach jest niezmiernie ważne, ponieważ konsekwencje wynikające z zajęcia nazwy domenowej są w tym przypadku znacznie dalej idące i prowadzą również do naruszenia czci, dobrego imienia lub renomy podmiotu uprawnionego do nazwiska.

2. Znaki towarowe w adresach stron WWW.

Znaki towarowe mogą przybierać różnorodne postacie. Zgodnie z brzmieniem art. 4 ustawy o znakach towarowych: ' Znakiem towarowym może być w szczególności wyraz, rysunek, ornament, kompozycja plastyczna, melodia lub inny sygnał dźwiękowy bądź zestawienie tych elementów'. Dla poniższych rozważań jednak istotne znaczenie mają jedynie znaki towarowe w postaci słownej. W nazwie domeny internetowej mogą występować zatem znaki towarowe, ale tylko i wyłącznie we wskazanej powyżej postaci. Mogą być to litery, wyrazy, nazwy, nazwiska. Nie istnieją również przeszkody, aby w nazwie domenowej były rejestrowane litery nie tworzące jakiegokolwiek wyrazu, a będące najczęściej skrótowymi zapisami określonych nazw (np.: www.wp.pl , www.mp3.com), choć w takim przypadku nie będą one wówczas znakami towarowymi.

Stosunkowo szeroka ochrona prawna przyznana znakom towarowym skłania wielu przedsiębiorców do zarejestrowania oznaczenia, które miałyby identyfikować określone towary lub usługi pochodzące od danego przedsiębiorstwa. Marketingowe znaczenie posiadania znaku towarowego jest obecnie trudne do przecenienia. Urząd Patentowy rejestruje rocznie około 13 000 nowych znaków towarowych. Wzrost popularności nowego medium jakim jest Internet spowodował, iż przedsiębiorcy zakładają

własne strony internetowe. W adresach stron WWW zaczęły zatem pojawiać się różnorodne oznaczenia odróżniające.

Używanie znaków towarowych w charakterze nazw domenowych zrodziło bardzo skomplikowane oraz często obecnie występujące problemy prawne. Nie ulega wątpliwości, że własny znak towarowy słowny może być wykorzystywany w nazwie domeny. Z treści prawa do znaku towarowego wynika bowiem posługiwanie się nim w handlu i reklamie. Spory powstają jednak w wyniku rejestrowania przez przedsiębiorców nazw domen internetowych, które są identyczne ze znakiem towarowym należącym do innego przedsiębiorstwa. Konflikty, o których mowa powstają ponieważ, o ile prawo znaków towarowych zezwala na to, aby dwa przedsiębiorstwa używały takiego samego oznaczenia dla różnych towarów i usług, o tyle nazwa domeny musi być niepowtarzalna, jedyna w swoim rodzaju. Powyższy fakt wynika z funkcji pełnionych przez adresy domenowe. Analogicznie trudno sobie wyobrazić istnienie dwóch identycznych numerów telefonicznych lub identycznych adresów wskazujących miejsce zamieszkania lub pobytu osoby fizycznej²⁷.

Rozmiaru problemów prawnych związanych z używaniem oznaczeń odróżniających w adresach domenowych upatrywać należy głównie w nieograniczonych możliwościach komunikacyjnych Internetu. Światowy zasięg Sieci i związane z nim ogromne możliwości wykorzystania Internetu w celach reklamowych sprawiły wzrost zainteresowania tym medium wśród przedsiębiorców. Zajęcie własnego miejsca w cyberprzestrzeni przez przedsiębiorcę ma z marketingowego punktu widzenia bardzo istotne znaczenie. Trudno przecenić korzyści płynące z wszechobecnej w Internecie reklamy, biorąc pod uwagę liczbę potencjalnych odbiorców, do których jest ona kierowana. Praktycznie na wszystkich niemalże

²⁷ Podobnie S. Stanisławska – Kloc, D. Kot, *Naruszenie prawa do znaku towarowego w związku z jego rejestracją i używaniem w nazwie domeny internetowej*, [w] *Wynalazczość i ochrona własności intelektualnej*, zeszyt nr.23, Kielce, 1999, str. 104

stronach internetowych pojawiają się atrakcyjnie przedstawione hasła reklamowe. W tzw. bannerach (oknach, w których może być wyświetlany tekst, a nawet krótkie sekwencje filmowe) prezentowane są różnorodne towary i usługi. Siła oddziaływania na klientelę tej formy reklamowej jest szczególnie duża, ponieważ bannery pozostają widoczne dla użytkownika przez cały czas przeglądania przez niego danej strony.

Zaznaczenie swojej obecności w cyberprzestrzeni przez przedsiębiorców jest również istotne z uwagi na możliwość dokonywania zakupów przez Internet. Rośnie liczba stron określanych mianem sklepów internetowych, w których klient po dokładnym i wszechstronnym zapoznaniu się z oferowanym asortymentem, może złożyć zamówienie, a następnie w krótkim czasie otrzymać dany produkt lub usługę, nie wychodząc nawet z domu²⁸.

Upowszechnienie się Internetu w procesie zawierania transakcji handlowych sprawia, że znak towarowy, jak również adres domenowy, w którym został on użyty nabierają coraz większej wartości komercyjnej. Można powiedzieć zatem, że adres internetowy, (a ściślej, jego część indywidualizująca, czyli nazwa domeny) nabrał zdolności odróżniającej przypisywanej dotychczas znakom towarowym.

Należy zastrzec jednak w tym miejscu, że o ile jednak zdolność odróżniająca znaku towarowego polega na odróżnianiu towarów i usług określonego przedsiębiorcy od towarów i usług tego samego rodzaju pochodzących od innych przedsiębiorców (art.4. ust.1. ustawy o znakach towarowych²⁹), o tyle stwierdzić trzeba, że w odniesieniu do adresów internetowych zdolność odróżniająca należy rozumieć odmiennie.

²⁸ Odrębny problem stanowi kwestia bezpieczeństwa dokonywania zakupów przez Internet wobec dosyć często występujących włamań do Sieci, dzięki którym osoby trzecie mogą zdobyć numery kart płatniczych lub kredytowych, za pomocą których klient dokonuje płatności za określony towar lub usługę drogą elektroniczną. Następnie osoba, która zdobyła wyżej wymienione dane może dokonać zakupów w ten sam sposób.

²⁹ Ustawa o znakach towarowych z dnia 31 stycznia 1985 r. (Dz. U. Nr.5 poz. 17, z późn. zm.)

Po pierwsze adres domenowy, co do zasady nie jest nakładany na towar oraz ze swej istoty nie identyfikuje pochodzenia towaru od oznaczonego przedsiębiorcy³⁰. Należałoby raczej stanąć na stanowisku, że zdolność odróżniająca adresu domenowego polega na możliwości odróżniania określonej strony WWW³¹ spośród ogromnej liczby innych stron internetowych dostępnych w Sieci. W tym miejscu należałoby wspomnieć również o funkcji identyfikacyjnej adresu domenowego, który pośrednio może wskazywać podmiot, z którego inicjatywy doszło do utworzenia danej strony i zarejestrowania dla niej odpowiedniego adresu. Dla przedsiębiorcy istotne zatem będzie, aby strona internetowa, na której prezentuje on swoje towary lub usługi była dostępna dla użytkowników Sieci pod adresem zawierającym w nazwie domeny znak towarowy tego przedsiębiorcy. Uzasadnieniem takiego wyboru oznaczenia występującego w adresie domenowym jest chociażby fakt, że dotychczasowa klientela wytworzyła już określone wyobrażenie o związku między znakiem, a towarem. Można zatem postawić tezę, że zdolność odróżniająca znaku towarowego, z którym klientela kojarzy towary i usługi danego przedsiębiorcy zostaje sędowana na adres internetowy. Między innymi z tego względu, użytkownik Sieci z dużo większą łatwością odszuka stronę WWW, w adresie której znajduje się oznaczenie w postaci znaku towarowego. Argumentem potwierdzającym powyższą tezę może być chociażby analiza obsługi programów służących do wyszukiwania stron internetowych, w których w celu odnalezienia określonego adresu wystarczy wpisać niekiedy jedynie jedno słowo. Osoba, która nie zna adresu internetowego danej strony WWW należącej do określonego przedsiębiorcy może słusznie przypuszczać, że poszukiwana przez nią strona będzie dostępna pod adresem zawierającym właśnie znak towarowy

³⁰ Nie wchodzi oczywiście w rachubę przypadki, gdy adres internetowy znajduje się na opakowaniu określonego produktu.

³¹ Oczywiście formalnie adres domenowy identyfikuje serwer (komputer), na którym dana strona jest udostępniona, por. J. Barta, R. Markiewicz, Twardy orzech... op. cit.

lub nazwę tego przedsiębiorstwa.³² Zatem, znak towarowy w postaci słownej występujący w adresie internetowym w dużym stopniu ułatwia odnalezienie danej strony oraz zapamiętanie jej adresu.³³

Wobec powyższych ustaleń należy postawić pytanie, czy istnieje skuteczny sposób ochrony prawnej znaków towarowych użytych w adresach internetowych. Chodzi w tym przypadku o sytuacje, w której uprawniony z rejestracji znaku towarowego przeciwstawia swoje prawo podmiotowi używającemu w adresie strony WWW oznaczenia identycznego lub podobnego do zarejestrowanego znaku towarowego.

Punktem wyjścia dla rozważań dotyczących ochrony wymienionych powyżej dóbr powinna być z pewnością analiza przepisów ustawy o znakach towarowych. Powstaje bowiem kolejne pytanie, czy ochrona przewidziana w tym akcie prawnym mogłaby rozciągać się również na znaki towarowe użyte w nazwie domeny internetowej. Innymi słowy czy bezpodstawne użycie znaku towarowego w adresie strony WWW uzasadniałoby podniesienie roszczeń przysługujących na podstawie ustawy o znakach towarowych? Aby uzyskać odpowiedź, należy zbadać przede wszystkim ustawowe przesłanki ochrony znaków towarowych, wynikającej z prawa wyłącznego używania tego rodzaju oznaczeń.

Prawo z rejestracji znaku towarowego powstające z chwilą zarejestrowania określonego oznaczenia w Urzędzie Patentowym składa się z dwojakiego rodzaju uprawnień. Z jednej strony będzie to pozytywne uprawnienie do używania znaku, z drugiej zaś strony uprawnienie negatywne do zakazu innym osobom określonych zachowań dotyczących znaku. Pierwsze z wymienionych wyżej uprawnień określone zostało w art. 13 ustawy o znakach towarowych (dalej jako 'u.z.t.'). Podmiot, na rzecz którego został zarejestrowany znak towarowy, nabywa wyłączne

³² Podobnie S. Stanisławska – Kloc, D. Kot, op.cit., s.102

³³ Por. też orzeczenia Panavision Int' IL.P v Toppen 1996 WL 653726 (C.D. Calif. Nov. 5, 1996)

prawo używania znaku w obrocie gospodarczym na całym terytorium państwa dla towarów objętych rejestracją (zasada specjalizacji). Uprawnienie to ma charakter prawa podmiotowego.

Z kolei istotą uprawnienia negatywnego przysługującego uprawnionemu z rejestracji znaku towarowego jest możliwość zakazu używania zarejestrowanego oznaczenia w obrocie gospodarczym na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej dla towarów objętych rejestracją. Bezpodstawne używanie, o którym mowa w art. 19 u.z.t. polega na używaniu bez jakiegokolwiek tytułu zarejestrowanego oznaczenia przez osobę trzecią. Zatem, z treści tego przepisu wynika, iż ma on szerszy zakres niż art. 13 u.z.t. ustanawiający uprawnienie pozytywne. Uprawniony z rejestracji znaku może zakazać używania oznaczenia nie tylko identycznego ze znakiem towarowym zarejestrowanym dla określonej grupy towarów (tzw. podwójna identyczność: identyczność oznaczeń oraz identyczność towarów). Naruszenie zakazu w ten sposób określane jest mianem reprodukcji.

Zakaz używania obejmuje również używanie oznaczeń podobnych dla towarów objętych rejestracją lub towarów podobnych (tzw. imitacja). W tym przypadku kolizje mogą wystąpić trzy różnorodne stany faktyczne:

- używanie identycznego znaku dla towarów podobnych
- używanie podobnego znaku dla takich samych towarów
- używanie podobnego znaku dla podobnych towarów

Nadto niezbędną przesłanką zastosowania art. 19. wyżej wymienionej ustawy będzie jednocześnie powstanie, w związku z używaniem danego oznaczenia ryzyka wprowadzenia w błąd co do pochodzenia towarów (ryzyko konfuzji) oraz stwierdzenie bezpodstawności używania, o której mowa powyżej.

3. Nazwa przedsiębiorstwa w adresie domenowym.

Wolna konkurencja, stanowiąca jeden z elementów gospodarki rynkowej jest dla przedsiębiorców bodźcem do podejmowania działań mających na celu jak najlepsze wyeksponowanie, zwrócenie uwagi klienteli na dany podmiot występujący w obrocie. Jednym z środków wykorzystywanych w ramach walki konkurencyjnej są z pewnością nazwy przedsiębiorstw³⁴. Tego rodzaju oznaczenia o charakterze indywidualizującym mają podobnie, jak znaki towarowe szczególnie dużą siłę oddziaływania na klientelę. Symbole, o których w tym miejscu mowa wywołują u uczestników obrotu skojarzenia z działalnością prowadzoną przez przedsiębiorcę, który się takim oznaczeniem posługuje. Można zatem stwierdzić, że podstawowym zadaniem tych oznaczeń jest indywidualizacja przedsiębiorcy i wyróżnienie prowadzonego przez niego przedsiębiorstwa³⁵. Powyższą cechą wyróżnia zatem nazwy przedsiębiorców od znaków towarowych, które służą do odróżniania towarów pochodzących od danego przedsiębiorcy³⁶. W poniższych wywodach symbole, o których mowa będą określane pojęciem 'nazwy przedsiębiorstw'. Generalnie nazwy te można podzielić na dwie grupy, wyróżniając wśród nich:

A: firmy (nazwy spółek prawa handlowego)

B: nazwy innych podmiotów prowadzących działalność gospodarczą

Wprowadzenie takiego podziału wydaje się konieczne, chociażby z uwagi na odmiennosc regimów prawnych regulujących wymienione grupy nazw przedsiębiorstw.

³⁴ Wg. T. Opalskiego synonimem pojęcia 'nazwa przedsiębiorstwa' jest określenie 'nazwa handlowa', por. T. Opalski, Ochrona nazwy handlowej w Polsce, PUG 1980, nr 11, s. 318 - 320

³⁵ K. Golat, R. Golat, Oznaczenia indywidualizujące przedsiębiorców, Warszawa 1998, s.19

³⁶ Por. wyrok S.N. z dnia 14 czerwca 1988 r. II CR 367/87, OSP 1987, nr 9 poz. 325

Ad.A. Zgodnie z artykułem 26 kodeksu handlowego : 'Firma jest nazwą, pod którą kupiec rejestrowy prowadzi przedsiębiorstwo'. Zatem firma jest oznaczeniem przynależnym tylko i wyłącznie spółkom prawa handlowego. Jak wynika z art. 5 § 2 k.h., w tym przypadku w rachubę wchodzić będą następujące rodzaje spółek: jawna, komandytowa, z ograniczoną odpowiedzialnością oraz akcyjna.

Przepisy prawne regulujące kwestie związane z firmą, określane są mianem prawa firmowego. Dział III kodeksu handlowego zawiera kluczowe rozwiązania dotyczące prawa do firmy. W doktrynie brak jest zgodności, co do prawnego charakteru tego prawa. Trudno w istocie jednoznacznie stwierdzić, czy ma ono charakter osobisty, czy majątkowy. S. Sołtysiński, A. Szajkowski, J. Szwaja opowiadają się za stanowiskiem, w myśl którego prawo do firmy ma charakter mieszany. Autorzy słusznie argumentują, że o cechach prawa osobistego świadczy przede wszystkim funkcja, jaką pełni firma. Podobnie jak nazwiska, będące dobrem osobistym osoby fizycznej, pełni funkcję indywidualizującą, wyróżniając dany podmiot spośród innych uczestników obrotu. Z kolei o majątkowym charakterze prawa do firmy może świadczyć wartość handlowa, marketingowa, jaką oznaczenie to uzyskuje na rynku. Powyższa uwaga odnosi się również do nazw przedsiębiorstw nie występujących w obrocie w formie spółek prawa handlowego.

Gdy chodzi o kwestię skuteczności prawa do firmy, nie ma wątpliwości, że jest ono skuteczne erga omnes. Zatem każdy, kto używa firmy, nie będąc jednocześnie uprawnionym, dopuszcza się naruszenia prawa do firmy. Warto wskazać, że prawo do używania nazwy (firmy) polega na możliwości korzystania z tego oznaczenia przy dokonywaniu zabiegów związanych z prowadzeniem przedsiębiorstwa. Chodzi w tym miejscu o wszelkie przypadki posługiwania się tymi oznaczeniami w obrocie (np.: używanie w celach reklamowych i promocyjnych,

posługiwanie się nimi przy zawieraniu umów, umieszczanie na opakowaniach towarów)³⁷. Przyjęcie tezy, że wykorzystanie firmy w nazwie domeny internetowej mieściłoby się również w zakresie używania tego oznaczenia, przesądziłoby o możliwości zastosowania prawa firmowego w przypadkach kolizji powstających na skutek stosowania nazw przedsiębiorstw w adresach internetowych³⁸.

Ad.B. W obrocie gospodarczym można wyodrębnić również grupę podmiotów, które występują w nim jedynie pod nazwą, a nie pod kwalifikowaną postacią nazwy czyli firmą. W tym miejscu należy silnie podkreślić dystynkcje, jakie występują pomiędzy tymi rodzajami nazw przedsiębiorstw. Jak już była o tym mowa, prawo firmowe odnosi się wyłącznie do spółek prawa handlowego. Natomiast inne podmioty, takie jak: przedsiębiorstwa państwowe, stowarzyszenia, fundacje, spółdzielnie lub spółki cywilne mogą występować w obrocie jedynie pod nazwą. Takie rozstrzygnięcie w warunkach gospodarki rynkowej nie zapewnia bezpieczeństwa obrotu. W związku z powyższym pojawiły się postulaty rozszerzenia podmiotowego zakresu stosowania prawa firmowego³⁹. Należy jednak wyraźnie podkreślić, że na gruncie aktualnie obowiązującego prawa, nie jest dopuszczalne używanie pojęcia 'firma', w odniesieniu do podmiotów innych, niż spółki handlowe⁴⁰.

Nazwa (firma) przedsiębiorstwa jest dobrem osobistym podmiotu identyfikowanego przez to oznaczenie. Symbole takie, jako element przedsiębiorstwa w rozumieniu art. 55¹ k.c., stanowi często bardzo wartościowy aktyw majątkowy osoby prawnej. Włączanie do adresów

³⁷ K.Golat, R. Golat, Oznaczenia ..., op cit., s. 20

³⁸ Szerzej na ten temat w rozdziale III

³⁹ K. Kruczałak, Działalność gospodarcza w formie spółki prawa handlowego i cywilnego, Gdańsk 1991, s.208

⁴⁰ por. uchwałę S.N. z dnia 12 czerwca 1991 r. III CZP 48/91 (OSNCP 1992, nr. 1, poz. 15), w której Sąd Najwyższy użył wyrazu 'firma' dla oznaczenia nazwy spółki cywilnej.

internetowych nazw przedsiębiorstw, szczególnie tych powszechnie znanych, nadaje tym adresom szczególny walor ekonomiczny. W takim przypadku adres strony WWW pełni nie tylko swą pierwotną funkcję, polegającą jedynie na wskazywaniu określonego hosta. Adres domenowy będzie wówczas pośrednio wskazywał podmiot, który będąc przedsiębiorcą zaznaczył swoją obecność w Sieci, zakładając własną stronę internetową. Zatem użycie nazwy przedsiębiorstwa w adresie strony WWW sprawia, że uzyskuje on cechy właściwe dla oznaczeń indywidualizujących. Trudno również w takich przypadkach odmówić adresom domenowym wartości marketingowej, reklamowej. Poparciem powyższej tezy może być orzeczenie zapadłe w sprawie *Cardservice International v. McGee*, w którym sąd w uzasadnieniu stwierdził, że: 'nazwa domenowa jest czymś więcej niż adresem internetowym lokalizującym określony serwer; identyfikuje ona stronę internetową tego, kto ją prowadzi i jest podobna do nazwy przedsiębiorstwa'⁴¹.

Gdy chodzi o konflikty powstające w związku z rejestrowaniem nazw przedsiębiorstw w charakterze nazw domenowych, należy odnieść się do uwag dotyczących znaków towarowych i nazwisk. Najczęściej występującym naruszeniem będzie również w przypadku nazw przedsiębiorstw –cybersquatting dotyczący tych oznaczeń.

⁴¹ M.Schwimmer, F.Z.Lehrman, (w) *Domain...* op.cit.

Rozdział 3

Ochrona nazw domen internetowych a ochrona dóbr niematerialnych wykorzystywanych w nazwach domenowych.

W chwili obecnej brak jest regulacji szczególnej, dotyczącej ochrony prawnej nazw domen internetowych. W przypadku problemów prawnych powstających w związku z rejestracją nazw domenowych, najczęściej na pierwszy plan wysuwany jest fakt naruszenia określonego prawa własności przemysłowej (np.: prawa z rejestracji znaku towarowego, prawa do firmy itp.). Pomimo tego należy zaznaczyć, że również legalnie nabyte prawo do domeny może być przedmiotem naruszeń. Potwierdzeniem powyższego stwierdzenia może być chociażby przypadków tzw. reverse domain name hijacking. Proceder ten polega na tym, że właściciele określonych oznaczeń uniemożliwiają wykorzystanie ich w adresach domenowych przez uprawnionych do domeny, którzy działają w dobrej wierze, w sposób nie naruszający praw do tych oznaczeń.

Z powyższych ustaleń wynika zatem konieczność wyodrębnienia grupy przepisów, które stanowiłyby podstawę prawnej ochrony nazw domenowych. Nasuwa się jednak pytanie, czy możliwe jest odpowiednie dostosowanie obecnie obowiązujących przepisów, które chronią oznaczenia odróżniające, używane w nazwach domen internetowych. Innym rozwiązaniem w tym przypadku byłoby stworzenie zupełnie nowych rozwiązań, dotyczących omawianego zagadnienia. Tego rodzaju dziedzina stanowiłaby część prawa komputerowego - gałęzi prawa, której powstanie w niedalekiej przyszłości będzie z pewnością niezbędne.

W poniższych rozważaniach została przeanalizowana możliwość ewentualnego zastosowania przepisów:

- ustawy o znakach towarowych
- ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji
- kodeksu cywilnego (dotyczących ochrony dóbr osobistych)
- kodeksu handlowego (dotyczących ochrony firmy)

1. Prawo znaków towarowych.

Wobec powyższych ustaleń powstaje pytanie, czy istnieje możliwość zastosowania przepisów ustawy o znakach towarowych w przypadku używania w adresie internetowym oznaczenia identycznego lub podobnego do zarejestrowanego znaku towarowego. Z uwagi na szczególne cechy Internetu oraz reguły wykorzystywania tego interaktywnego medium, nie jest możliwe stosowanie wprost przepisów wymienionej powyżej ustawy. Przeprowadzona poniżej analiza niezbędnych warunków uzasadniających przyznanie ochrony znakom towarowym użytym w nazwie domen internetowych uwidacznia konieczność rozstrzygnięcia wielu problemów związanych z próbą odpowiedniego zastosowania powołanych powyżej przepisów.

W literaturze dotyczącej problematyki adresów internetowych wyróżnia się szereg warunków uzasadniających ochronę znaków towarowych użytych w nazwie domeny⁴². Odnoszą się one głównie do cech używania danego oznaczenia. Zatem uprawniony z rejestracji znaku towarowego będzie mógł wystąpić o ochronę oznaczenia, jeżeli wykaże, że jest ono używane:

1. w charakterze znaku towarowego

⁴² S. Stanisławska Kloc, D. Kot, op. cit.

2. w obrocie gospodarczym
3. na terytorium RP
4. bezpodstawnie
5. w sposób rodzący ryzyko konfuzji co do pochodzenia towarów

Ad.1. Używanie oznaczenia w charakterze znaku towarowego:

Przepisy ustawy o znakach towarowych znajdują zastosowanie w przypadku kolizji występujących pomiędzy oznaczeniami identycznymi lub podobnymi do zarejestrowanych znaków towarowych. Dodatkowo, oznaczenie to musi być używane w obrocie gospodarczym w charakterze znaku towarowego. Z powyższych ustaleń wynika zatem, że dane oznaczenie, stanowiące element adresu internetowego będzie podlegało ochronie przewidzianej w ustawie o znakach towarowych jedynie wówczas, gdy adres ten będzie używany w obrocie gospodarczym w charakterze znaku towarowego. Odpowiedź na pytanie, czy używanie oznaczenia w adresie domenowym może być uznane za używanie w charakterze znaku towarowego wydaje się być twierdząca. Przemawia za tym brzmienie art.13 ust.2 u.z.t., w którym zostały wymienione przykładowe postaci używania oznaczenia w charakterze znaku towarowego. Skoro katalog postaci używania w charakterze znaku towarowego nie ma charakteru zamkniętego, możliwe jest więc jego rozszerzenie. W tym celu należy jednak ustalić w pierwszej kolejności, czy adres internetowy, którego główną funkcją jest identyfikacja stron WWW może pełnić również funkcje znaku towarowego. Nazwa domeny miałaby w takim przypadku identyfikować również pochodzenie towarów lub usług od określonego przedsiębiorstwa. S. Stanisławska- Kloc i D. Kot słusznie zauważają, że nazwa domenowa, podobnie jak znak towarowy wskazuje na związek towarów i usług oferowanych na stronach internetowych,

z przedsiębiorstwem, którego oznaczenie zostało użyte w adresie domenowym. Autorzy argumentują, iż pojęcie oznaczania towarów i usług użyte na gruncie ustawy o znakach towarowych powinno być rozumiane szerzej niż jako jedynie umieszczanie znaku na towarze. Chodzi w tym przypadku raczej o wytworzenie związku pojęciowego pomiędzy towarem a znakiem.

Również R.Chmura i W.Włodarczyk twierdzą, że adres domenowy jest używany w charakterze znaku towarowego, jeżeli obok funkcji polegającej na wskazywaniu poszczególnych stron internetowych, pełni również funkcję odróżniającą. Oczywiście adres internetowy ze swej istoty nie jest oznaczeniem odróżniającym. Może on jednak nabrać cech takiego oznaczenia, jeżeli będzie postrzegany w takim charakterze przez użytkowników Sieci. Jeśli wpisana nazwa domeny wywołuje skojarzenie z określoną grupą towarów lub usług oferowanych przez podmiot, który założył określoną stronę WWW, wówczas oprócz swej pierwotnej funkcji 'kodu adresowego' nabiera ona również swoście rozumianej zdolności odróżniającej. Dla przykładu można wskazać, iż w świadomości użytkownika wpisującego po raz kolejny adres popularnego portalu internetowego (np.: Wirtualna Polska, Onet itp.) powstaje natychmiast skojarzenie tego adresu z określoną gamą usług oferowanych na tej właśnie stronie, z jej szatą graficzną oraz innymi właściwościami. Adres internetowy identyfikuje, zatem bezpośrednio strony WWW, stanowiące swoistego rodzaju dobro posiadające wartość marketingową. Jednakże, pośrednio adres strony internetowej identyfikuje również towary lub usługi oferowane przez przedsiębiorcę, który posiada swoje miejsce w cyberprzestrzeni. Podsumowując, należy stwierdzić, że adres domenowy jest używany w charakterze znaku towarowego, jeżeli identyfikuje strony WWW związane z prowadzoną przez dany podmiot działalnością, które stanowią element komunikacji z rynkiem.

Ad.2. Używanie oznaczenia w obrocie gospodarczym.

Stwierdzenie używania oznaczenia w obrocie gospodarczym jest kolejnym warunkiem, którego spełnienie jest niezbędne dla zastosowania przepisów ustawy o znakach towarowych. Ochrona przyznana tym oznaczeniom przysługuje bowiem tylko wówczas, gdy są one używane w obrocie gospodarczym. W doktrynie prawa handlowego obrót gospodarczy rozumiany jest najczęściej jako wymiana dóbr i usług oraz towarzyszące tej wymianie stosunki prawne powstające pomiędzy uczestnikami tego obrotu. Obecnie wymiana dóbr i usług odbywa się również za pośrednictwem Internetu. Powszechnie mówi się nawet o powstaniu 'ryнку elektronicznego'. Biorąc pod uwagę specyficzne cechy Sieci oraz zasady jej wykorzystywania należy zbadać zakres pojęcia 'obróć gospodarczy' w odniesieniu do nowych obszarów, na których odbywa się wymiana.

R. Chmura i W. Włodarczyk trafnie zauważają, że adres internetowy jest używany w obrocie gospodarczym jeżeli umożliwia użytkownikom Sieci dotarcie do stron, na których oferowane bądź reklamowane są towary lub usługi. Komercyjny charakter mają również strony internetowe, do których dostęp możliwy jest jedynie po uiszczeniu odpowiedniej opłaty (tzw. płatne strony WWW). Warunek używania oznaczenia w obrocie gospodarczym zostanie spełniony również, gdy adres domenowy jest umieszczony na produktach, opakowaniach, w reklamach, dokumentach handlowych oraz innych materiałach, o ile mają one związek z działalnością komercyjną podmiotu posiadającego adres strony WWW. Nadto, stwierdzenie powyższych form używania oznaczenia przesądza jednocześnie o jego używaniu w charakterze znaku towarowego. Natomiast sama dostępność adresu w Internecie nie przesądza jeszcze o jego komercyjnym wykorzystaniu. Podobnie nie będzie warunkiem naruszenia prawa do znaku towarowego jedynie samo zarejestrowanie nazwy

domenowej, w której wykorzystano cudze oznaczenie. Wobec powstających również wówczas komplikacji⁴³ ewentualne zastosowanie znajdą wówczas przepisy ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji⁴⁴. Warunek używania oznaczenia w obrocie gospodarczym wypełniają z kolei działania dokonywane przez podmiot nie posiadający tytułu prawnego do znaku towarowego, polegające na zbywaniu oraz utrzymywaniu adresu internetowego w celu jego późniejszej odsprzedaży. S. Stanisławska – Kloc i D. Kot stoją na stanowisku, że w powyższym przypadku, dla stwierdzenia komercyjnego używania oznaczenia, działania nieuprawnionego do znaku muszą nabrać cech powtarzalności i stałości. Nie kwestionując tego założenia warto zauważyć, że nawet, jeśli powyższe działanie nie cechuje się ciągłością, wówczas wypełnia ono przesłanki bezpodstawnej rejestracji nazwy domenowej w złej wierze czyli procederu określonego jako cybersquatting. Autorzy rozpatrując zakres pojęcia używania oznaczenia w obrocie gospodarczym, odwołują się do ustawy o wynalazczości z dnia 19 października 1972 roku⁴⁵. Szczególną uwagę zwracają na zawodowy i zarobkowy charakter takiego używania. Powyższe spostrzeżenia nabierają wagi wobec brzmienia artykułu 153 projektu ustawy 'Prawo własności przemysłowej', w myśl którego: 'przez uzyskanie prawa ochronnego, nabywa się prawo wyłącznego używania znaku towarowego w sposób zarobkowy lub zawodowy na całym obszarze Państwa.'

⁴³ S. Stanisławska – Kloc, D. Kot, op. cit

⁴⁴ Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji z dnia 16 kwietnia 1993 r. (Dz.U. Nr.47, poz. 211 z późn. zm.)

⁴⁵ Dz. U. z 1992 Nr 26 poz. 117 z późn. zm.

Ad.3. Używanie na terytorium RP.

Internet jest zbiorem sieci komputerowych o zasięgu ogólnosiwiatowym. Swobodny przepływ informacji pomiędzy komputerami przyłączonymi do Sieci nie napotyka na przeszkody w postaci granic państwowych. Należy zatem zbadać, czy globalny charakter Internetu pozwala na zastosowanie ustawy o znakach towarowych. Ochrona przyznana znakom towarowym opiera się bowiem na zasadzie terytorialności. W myśl tej zasady uprawnionemu z rejestracji znaku towarowego przysługuje ochrona prawna tego oznaczenia na terytorium kraju, w którym nabył on prawo do znaku. Rozszerzenie terytorialne tej ochrony jest możliwe na podstawie postanowień konwencji międzynarodowych. Protokół do porozumienia madryckiego o międzynarodowej rejestracji znaków towarowych przewiduje możliwość wskazania w zgłoszeniu rejestracyjnym inne państwa, w których wnioskodawca również ubiega się o rejestrację i ochronę znaku towarowego.

Wobec powyższych ustaleń należy określić zakres pojęcia 'używania adresu domenowego na terytorium RP'. Z pewnością punktem odniesienia podczas badania tej przesłanki ochrony znaku towarowego nie będzie jedynie obszar, terytorium kraju, w którym oznaczenie jest używane. Znacznie istotniejszym w tym przypadku jest kryterium obrotu gospodarczego związanego z danym obszarem.

Można przyjąć, że oznaczenie będące elementem adresu internetowego jest używane na terytorium RP, jeżeli adres ten identyfikuje strony WWW, na których oferowane bądź reklamowane są towary lub usługi znajdujące się na terytorium Polski. Również adresy domenowe stron internetowych związanych ze zbytem za ich pośrednictwem określonych produktów w Polsce, wypełniają warunek używania ich na terytorium RP. Równocześnie warto zauważyć, że fakt zarejestrowania

danego oznaczenia w domenie krajowej '.pl' nie zawsze będzie przesądzał o spełnieniu warunku używania adresu internetowego na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

Ad.4. Bezpodstawność używania oznaczenia w adresie domenowym.

Bezpodstawne używanie stanowi jedną z dwóch przesłanek naruszenia prawa do znaku towarowego przewidzianych w art. 19 ustawy o znakach towarowych. Należy zaznaczyć, że w doktrynie prawa handlowego istnieje rozbieżność poglądów dotycząca rozumienia pojęcia 'bezpodstawnie używający'. Według R. Skubisza bezpodstawność używania należy utożsamiać z bezprawnością, której istota tkwi w niemożności przeciwstawienia uprawnionemu do znaku towarowego własnego uprawnienia do używania tego znaku przez osobę trzecią⁴⁶. Natomiast U. Promińska, nie kwestionując faktu, że osoba bezpodstawnie używająca oznaczenia działa bezprawnie, nie zgadza się z zamiennym stosowaniem powyższych pojęć. Autorka twierdzi, że przy ocenie bezprawności danego zachowania należy zbadać, czy zachowanie to jest sprzeczne z szeroko rozumianym porządkiem prawnym, obejmującym obok prawa pozytywnego również zasady moralne, etyczne. Natomiast w przypadku bezpodstawności istnieje jedynie konieczność wykazania braku podstawy lub niedostateczności podstaw. W tym przypadku nie wchodzi w rachubę ocena zachowania z punktu widzenia norm leżących poza prawem pozytywnym. Zatem brak podstawy do działania nie zawsze będzie przesądzał o stwierdzeniu jego bezprawności. Słuszna moim zdaniem argumentacja autorki ma doniosłe znaczenie praktyczne. Od tego, jak rozumiane będzie bezpodstawności używania uzależniony będzie rozkład ciężaru dowodu.

⁴⁶ R. Skubisz, Prawo z rejestracji znaku towarowego i jego ochrona, Lublin 1988, s. 128

W myśl art. 6 kodeksu cywilnego, ciężar udowodnienia faktu spoczywa na osobie, która z faktu tego wywodzi skutki prawne. Zatem w przypadku, gdy przesłanką naruszenia prawa do znaku towarowego byłaby bezprawność ciężar dowodu spoczywałby na uprawnionym z rejestracji. Natomiast przyjęcie bezpodstawności używania powoduje, że ciężar dowodu znajduje się po stronie naruszającego, który powinien wykazać swój tytuł uprawniający go do używania oznaczenia.

Podsumowując, przesłanka bezpodstawnego używania będzie spełniona jeżeli osobie trzeciej używającej zarejestrowanego znaku towarowego nie przysługuje prawo do takiego wykorzystywania oznaczenia. Uprawnienie takie może wynikać z rejestracji znaku, bądź może być nabyte w drodze zawarcia umowy licencyjnej, umowy franchisingowej, umowy w zakresie przedstawicielstwa handlowego. Również przekroczenie zakresu używania znaku towarowego oznacza wypełnienie warunku bezpodstawnego używania oznaczenia.

Powyższe uwagi pozostają aktualne w odniesieniu do problematyki używania znaków towarowych w adresach domenowych. Należy dodatkowo zwrócić uwagę, że uprawnienie do używania znaku w adresie internetowym musi wyraźnie wynikać z postanowień umowy, na mocy której osoba trzecia jest uprawniona do używania oznaczenia. Zatem, aby stwierdzić bezpodstawność używania znaku towarowego w adresie strony WWW wystarczy wykazać brak zgody uprawnionego na używanie tego znaku w takim właśnie zakresie.

Ad.5. Ryzyko konfuzji.

Niebezpieczeństwo wprowadzenia w błąd odbiorców co do pochodzenia towarów jest drugą konstytutywną przesłanką naruszenia prawa z rejestracji znaku towarowego na gruncie art.19 ustawy o znakach

towarowych. Ryzyko konfuzji występuje wówczas, gdy podobieństwo znaków i towarów wywołuje mylne wyobrażenie odbiorców o pochodzeniu towarów. Wystąpienie takiego ryzyka należy oceniać z punktu widzenia średnio rozsądnego kupującego. Chodzi w tym przypadku o osobę, która posiada powszechnie spotykaną zdolność oceny, zachowując przy zakupie właściwą staranność. Zatem zarówno ocena profesjonalisty, hurtownika, lub doświadczonego znawcy, jak i osoby niedbalej, roztargnionej nie będzie brana pod uwagę dla stwierdzenia omawianej przesłanki. U. Promińska wyróżnia dwie grupy sytuacji, w których niebezpieczeństwo wprowadzenia w błąd jest realne:

- gdy średnio rozsądny kupujący bierze markę fałszywą za oryginalną i pozostaje przekonany, że kupuje towar pochodzący od uprawnionego
- gdy średnio rozsądny kupujący dostrzega pewne różnice pomiędzy znakami oryginalnymi i fałszywymi, jednakże przypuszcza, że istnieje między nimi więź (np.: towar, w oznaczeniu którego dostrzeżono różnicę również pochodzi od uprawnionego do znaku).

Według R. Skubisza ustalenie niebezpieczeństwa wprowadzenia odbiorców w błąd co do pochodzenia towarów jest zawsze niezbędne dla stwierdzenia naruszenia prawa do znaku towarowego, o którym mowa w art. 19 ustawy o znakach towarowych. Autor twierdzi bowiem, że samo bezprawne używanie, o ile nie wywołuje ryzyka konfuzji nie stanowi naruszenia tego prawa⁴⁷. Powyższy pogląd jest słuszny, z tym jednak zastrzeżeniem, że odnosi się on do imitacji, czyli sytuacji, gdy osoba trzecia używa oznaczenia jedynie podobnego do oryginalnego znaku towarowego. Wprawdzie z treści art. 19 u.z.t. wynika, że przewiduje on obowiązek wykazania ryzyka błędu zarówno w przypadku imitacji, jak i reprodukcji.

⁴⁷ R. Skubisz, Nowa ustawa o znakach towarowych, PUG 1985, nr 7, s. 184

Należy postawić jednak pytanie, czy konieczność taka nie powinna ograniczać się jedynie do przypadków podobieństwa oznaczeń i towarów. Odpowiedź wydaje się być w tym przypadku twierdząca, uwzględniając chociażby rozwiązanie powyższej kwestii na gruncie prawa europejskiego. Dyrektywa Rady Wspólnot Europejskich⁴⁸ nie przewiduje obowiązku wykazywania ryzyka konfuzji w przypadku reprodukcji czyli tzw. podwójnej identyczności. Za trafny należy uznać również argument U. Promińskiej, w myśl którego identyczność znaków stanowi jedyną i wystarczającą przesłankę naruszenia prawa do znaku towarowego⁴⁹. W takim przypadku nie zachodzi już potrzeba badania możliwości powstania niebezpieczeństwa wprowadzenia w błąd odbiorców co do pochodzenia towarów. Ryzyko konfuzji stanowi zatem element immanentnie tkwiący w reprodukcji. Samo pełne odtworzenie, skopiowanie formy przedstawieniowej znaku oraz używanie go w celu oznaczania identycznych towarów stanowi naruszenie prawa do znaku towarowego. Autorka argumentuje, iż ten rodzaj naruszenia prawa z rejestracji oznaczenia powoduje szczególnie niekorzystne konsekwencje zarówno dla uprawnionego do używania znaku, jak i dla klienteli. Z jednej strony w wyniku tego typu naruszeń znak traci swój niepowtarzalny, wyłączny charakter, a przez to uprawniony zostaje pozbawiony korzyści płynących z prawa z rejestracji znaku. Z drugiej strony reprodukcja wywołuje negatywne następstwa w odniesieniu do odbiorców towarów i usług, ponieważ zawsze powoduje powstanie niebezpieczeństwa wprowadzenia w błąd co do ich pochodzenia.

Podsumowując można stwierdzić, iż w przypadku reprodukcji, mamy do czynienia ze swoistego rodzaju 'konsumpcją dowodową'. Udowodnienie tzw. podwójnej identyczności stanowi równocześnie dowód

⁴⁸ art. 5 ust.1 lit. a Dyrektywy Rady Wspólnot Europejskich NR 89/104 EWG o harmonizacji przepisów prawa Państw Członkowskich o znakach towarowych

⁴⁹ U. Promińska, Ustawa o znakach towarowych – Komentarz, Warszawa, 1998, s. 81

istnienia ryzyka wprowadzenia w błąd. A zatem, konieczność wykazania omawianej przesłanki będzie miała miejsce jeżeli oznaczenie użyte w adresie domenowym jest identyczne z zarejestrowanym znakiem towarowym, a jednocześnie jest ono używane dla produktów podobnych. W tym przypadku obowiązek wykazania niebezpieczeństwa wprowadzenia odbiorców w błąd co do pochodzenia towarów spoczywa na uprawnionym z rejestracji znaku towarowego.

Warto zwrócić uwagę na fakt, że badanie identyczności lub podobieństwa oznaczeń nie dotyczy całego adresu strony internetowej. Przedmiotem analiz porównawczych będzie jedynie część indywidualizująca tego adresu, czyli nazwa domeny. Dodatkowo, R. Chmura i W. Włodarczyk zauważają, iż dla stwierdzenia identyczności wystarczające jest ustalenie, że badane oznaczenia są prawie identyczne i za takie właśnie są postrzegane w obrocie gospodarczym. Zatem pojęcie identyczności na gruncie ustawy o znakach towarowych ma szerszy zakres niż w potocznym rozumieniu bądź podczas badania nazwy domeny zgłoszonej we wniosku o rejestrację.

Również Międzynarodowy Komitet do spraw Internetu (IAHC), przedstawił ciekawe rozwiązania dotyczące występujących niezwykle często problemów powstających pomiędzy nazwami domen internetowych i zarejestrowanymi znakami towarowymi o takim samym lub podobnym brzmieniu. Zalecono między innymi wprowadzenie sześćdziesięciodniowego okresu karencji biegnącego od dnia zgłoszenia nazwy do rejestracji, w którym domena pozostawałaby nieaktywna. W tym czasie należałoby rozwiązać wszelkie ewentualnie istniejące konflikty związane z nazwą domeny. Fakt utworzenia nowej domeny byłby obowiązkowo publikowany aby podmioty, którym przysługuje uprawnienie do oznaczenia użytego w nazwie domeny mogłyby zgłosić swoje

roszczenia. Powyższe rozwiązanie dotyczy zarówno ogólnych, jak i krajowych domen pierwszego poziomu. Niektórzy autorzy kwestionują potrzebę wprowadzenia okresu karencji poprzedzającego aktywację domeny, argumentując, iż cel, któremu ma on służyć może być osiągnięty w drodze procedury zawieszenia aktywacji domeny⁵⁰.

W celu uniknięcia konfliktów powstających między nazwami domenowymi i znakami towarowymi IAHC postulował wprowadzenie subdomeny 'TM.' w domenie krajowej. Byłyby rejestrowane w niej wyłącznie nazwy odpowiadające zastrzeżonym znakom towarowym. Dodatkowo, wniosek o rejestrację mógłby wnieść jedynie uprawniony z rejestracji takiego znaku. Dla znaków towarowych zarejestrowanych w wielu krajach zaproponowano utworzenie subdomeny 'INT.TM.' , której dotyczą zasady odnoszące się do subdomeny 'TM' .

Raport WIPO zawiera również propozycje dotyczące ochrony znaków towarowych sławnych lub powszechnie znanych, które nie zostały jednak zarejestrowane. W przypadku tego typu oznaczeń przewidziano możliwość wyłączenia ich rejestracji jako nazw domenowych. Wyłączenie miałoby miejsce tylko wówczas, gdy znak towarowy powszechnie znany byłby identyczny z nazwą domeny.

Inne rozwiązanie przyjęto w sytuacjach, gdy nazwa domenowa posiada brzmienie podobne do znaku towarowego powszechnie znanego. Uprawniony do znaku towarowego musiałby wykazać, iż nazwa domeny jest myląco podobna do znaku oraz uprawdopodobnić, że używanie znaku w adresie internetowym może zaszkodzić interesom uprawnionego do znaku towarowego. Jeżeli rejestracja takiej nazwy domeny została już dokonana, uprawniony z rejestracji nazwy ma obowiązek wykazać, że była

⁵⁰ S.Stanisławska-Kloc, D. Kot, op.cit

ona dokonana w dobrej wierze oraz podać powody, dla których rejestracja nie powinna zostać unieważniona.

Na tle powyższych rozwiązań pojawił się również problem notoryjności znaku towarowego. Konwencje międzynarodowe nie zawierają jednoznacznych zapisów określających w jakich przypadkach znak towarowy może być uznany za sławny lub powszechnie znany. Zaproponowano zatem zastosowanie szeregu kryteriów przesądzających o notoryjności znaku towarowego np.: czas, obszar geograficzny, rozmiar używania znaku.

Większość rozwiązań opracowanych w raporcie WIPO jest w chwili obecnej stosowana podczas rejestracji nazw domenowych. Jednakże wciąż często występują problemy związane z użyciem w adresie strony WWW oznaczenia odróżniającego bądź nazwiska. Bez odpowiedzi pozostaje nadal pytanie czy, a jeśli tak, to w którym momencie powstaje prawo z rejestracji nazwy domeny. Wprowadzenie tego typu konstrukcji wydaje się być celowe. Prawo to powstawałoby z chwilą upływu okresu karencji, pod warunkiem, że żaden podmiot nie przeciwstawiłby swoich uprawnień, przysługujących mu względem oznaczenia użytego w nazwie domen.

2. Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Problemy prawne związane z wykorzystywaniem oznaczeń odróżniających w adresach domenowych mogą zostać rozwiązane w drodze odpowiedniego zastosowania ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji⁵¹. Już w tym miejscu należy wyraźnie zaznaczyć, że warunkiem niezbędnym dla prowadzenia poniższych rozważań jest uznanie pełnienia funkcji identyfikacyjnej przez adres domenowy. Funkcja ta miałaby polegać nie tylko na wskazywaniu określonego komputera, ale również na pośrednim oznaczaniu danego przedsiębiorstwa, którego strona WWW jest dostępna w Internecie. Dla dalszej analizy fundamentalne znaczenie będą miały art.3 oraz art. 5 ustawy o z. n. k.

Pierwszy z wyżej wymienionych przepisów stanowi ogólną klauzulę zawierającą określenie pojęcia nieuczciwej konkurencji. Zgodnie z brzmieniem tego przepisu 'Czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy'. Nie ulega wątpliwości, że bezprawne wykorzystywanie oznaczenia odróżniającego w nazwie domenowej stanowi działanie, które godzi w interes przedsiębiorcy używającego wcześniej takiego symbolu. W tym przypadku bowiem, dla uzyskania ochrony na podstawie ustawy o z. n. k. wystarcza jedynie stwierdzenie faktu stosowania określonego oznaczenia. Bez znaczenia pozostaje zatem, czy oznaczenie zostało wpisane do odpowiedniego rejestru. W sytuacjach spornych o przyznaniu ochrony decyduje sam fakt wcześniejszego używania oznaczenia.

Kolejnym argumentem przemawiającym za możliwością zastosowania ochrony przewidzianej w ustawie o z. n. k. jest brak konieczności wykazywania, że pomiędzy podmiotami roszcującymi sobie

⁵¹ Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 (Dz. U . Nr. 47, poz. 211 z późn. zm.), dalej powoływana jako 'ustawa o z.n.k.'

prawa do nazwy domenowej zachodzi stosunek konkurencji. Działanie naruszające interes przedsiębiorcy nie musi mieć takiego charakteru, wystarczy jedynie, że używanie oznaczenia w adresie internetowym wywoła skutek, o którym mowa w art. 3 powoływanej ustawy. Powyższy wniosek można również wyprowadzić z faktu wyraźnego objęcia ochroną nie tylko interesu przedsiębiorców, ale również interesu klienteli. Pomiędzy tymi grupami podmiotów stosunek konkurencji przecież nie może zachodzić.

J. Barta i R. Markiewicz wyróżniają trojaki rodzaj konsekwencji wynikające z używania oznaczenia w adresie stron WWW (nawet wówczas, gdy działania naruszające nie mają charakteru konkurencyjnego)⁵²:

- możliwość wprowadzenia użytkowników Sieci w błąd co do pochodzenia oferty sprzedaży towarów lub świadczenia usług
- osłabienie wartości wykorzystywanego w adresie domenowym oznaczenia
- uprawniony traci możliwości wprowadzenia do adresu własnej strony WWW oznaczenia, które zostało bezprawnie zarejestrowane jako nazwa domenowa przez inny podmiot.

Interes przedsiębiorcy zostaje szczególnie zagrożony lub naruszony w ostatniej z wymienionych sytuacji. Trudno wyobrazić sobie obecnie bardziej potężne narzędzie w walce o klientelę za pomocą reklamy niż wykorzystywana masowo Sieć. 'Odcięcie dostępu' do Internetu może poważnie osłabić pozycję danego przedsiębiorstwa na rynku, bądź może skutecznie uniemożliwić zdobycie silnej pozycji i szerokiego kręgu klientów.

⁵² J.Barta, R. Markiewicz, Internet a prawo, op. cit. s.269

Art. 3 ustawy o z. n. k. nabiera szczególnego znaczenia zwłaszcza w przypadku konieczności ochrony oznaczeń renomowanych, cieszących się dobrą sławą wśród odbiorców. Wypracowana przez przedsiębiorcę renoma podlega ochronie nawet wówczas, gdy inny podmiot wykorzystujący oznaczenie w adresie internetowym nie powoduje tym samym wprowadzenia w błąd co do tożsamości podmiotu albo co do pochodzenia towarów i usług. Godnym uwagi rozwiązaniem omawianej kwestii jest obowiązująca od 1995 roku w prawie amerykańskim – Federal Trademark Dillution Act. Ustawa ta reguluje kwestie wykorzystywania w celach handlowych cudzego, powszechnie znanego znaku towarowego w adresie internetowym. Tego rodzaju wykorzystanie oznaczenia przez osoby trzecie, aby mogło być uznane za naruszenie, musi dodatkowo powodować osłabienie, rozwodnienie (ang. dillution) zdolności odróżniającej znaku. Zatem, cytowana ustawa znajdzie zastosowanie nawet w sytuacji, gdy pomiędzy przedsiębiorcami nie występuje stosunek konkurencji oraz brak jest ryzyka wprowadzenia w błąd co do pochodzenia towarów. Natomiast warunkiem koniecznym powołania się na Federal Trademark Dillution Act jest fakt osłabienia wartości rynkowej znaku powszechnie znanego. Z tego rodzaju skutkami będziemy mieli do czynienia przede wszystkim w przypadku praktyki cybersquatting. Trudno bowiem zaprzeczyć stwierdzeniu, jakoby następstwa wynikające z bezpodstawnej rejestracji nazw domenowych nie stanowiły naruszenia lub zagrożenia interesów przedsiębiorcy uprawnionego do używania danego oznaczenia. W kwestii rozwodnienia wartości cudzego oznaczenia odróżniającego wypowiedział się również sąd. W orzeczeniu wydanym w sprawie *Intermatic Inc. v. Toppen*⁵³ stwierdzono, że: „rejestracja cudzego sławnego znaku towarowego osłabia zdolność tego znaku do

⁵³ patrz przypis 21

identyfikowania i rozróżniania towarów i usług. Na fakt rozwodnienia zdolności odróżniającej znaku miało wpływ przede wszystkim:

- odebranie powodowi możliwości rejestracji i używania znaku jako elementu adresu internetowego
- stałe stosowanie oznaczenia podobnego dla innej klasy towarów”

Dodatkowo można wskazać, że praktyka cybersquatting znacznie ogranicza możliwości reklamowe przedsiębiorcy, którego oznaczenie zostało bezpodstawnie zarejestrowane w charakterze nazwy domenowej.

Kolejną ujemną konsekwencją naruszenia prawa do oznaczenia odróżniającego jest możliwość zdyskredytowania dobrej sławy, renomy określonego przedsiębiorcy za pomocą Sieci. Osoba nieuprawniona do posługiwania się oznaczeniem odróżniającym, której przyznano adres internetowy, w skład którego wchodzi właśnie to oznaczenie indywidualizujące danego przedsiębiorcę, może zamieścić na stronie WWW (dostępnej pod tym adresem) materiały powodujące utratę dobrej sławy oraz zaufania klientów. Użytkownicy Sieci wpisując adres zawierający symbol, który w obrocie jest kojarzony z określonym podmiotem mogą spodziewać się uzyskania informacji dotyczących tego przedsiębiorcy. Tymczasem, zamiast pożądanых informacji znajdują treści, które dyskredytują pozycję danego podmiotu na rynku. Dla przykładu można wskazać, że tego rodzaju działania zostały podjęte przeciwko światowemu potentatowi rynku informatycznego – firmie Microsoft. Na stronie dostępnej pod adresem ’ www.microsoft.com ’ zamieszczono treści ośmieszające firmę oraz jej szefa – Billa Gatesa⁵⁴.

Biorąc pod uwagę założenia uczynione na wstępie podrozdziału należy zauważyć, że istotne znaczenie dla prowadzonych rozważań będzie miał z pewnością również art. 5 ustawy o z. n. k. W myśl powyższego

⁵⁴ D. Maher, Trademark on the Internet: Who’s in charge?, s.3

przepisu: "Czynem nieuczciwej konkurencji jest takie oznaczenie przedsiębiorstwa, które może wprowadzić klientów w błąd co do jego tożsamości przez używanie firmy, nazwy, godło, skrótu literowego lub innego charakterystycznego symbolu wcześniej używanego, zgodnie z prawem, do oznaczenia innego przedsiębiorstwa". Jeśli zatem adres internetowy, w którym znajduje się oznaczenie indywidualizujące przedsiębiorcę należy do podmiotu nie posiadającego uprawnienia do używania tego symbolu, mamy do czynienia z czynem nieuczciwej konkurencji określonym w art. 5 ustawy o z. n. k.

Na zakończenie warto zauważyć, że ustawa o z. n. k. będzie miała stosunkowo szeroki zakres zastosowania, gdy chodzi o udzielenie ochrony prawnej nazwom domenowym. Przepisy powoływanej ustawy nabierają szczególnego znaczenia z uwagi na problemy związane z wykazaniem przesłanek koniecznych dla uruchomienia ochrony prawnej znaków towarowych wykorzystywanych w nazwach domenowych, na podstawie ustawy o znakach towarowych. Na gruncie ustawy o z. n. k. nie jest konieczne bowiem stwierdzenie identyczności lub podobieństwa towarów i usług, których pochodzenie wskazuje zarejestrowany znak. Dane oznaczenie podlega ochronie już wówczas, gdy jest znane w obrocie i stanowi osiągnięcie marketingowe przedsiębiorstwa. W tym przypadku przepisy powołanej ustawy mają na celu ochronę renomy związanej z danym oznaczeniem. Czynem nieuczciwej konkurencji będzie zatem używanie bez zgody uprawnionego oznaczenia identycznego lub podobnego dla towarów i usług, które nawet nie są podobne. Brak również wymogu wykazywania możliwości wystąpienia możliwości wprowadzenia w błąd odbiorców co do pochodzenia towarów. Podsumowując, ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji może okazać się skuteczną bronią w walce z pasożytniczą eksploatacją szczególnej wartości rynkowej oznaczeń wykorzystywanych w nazwach domenowych.

3. Ochrona prawna dóbr osobistych w kodeksie cywilnym.

Przepisy dotyczące ochrony dóbr osobistych zawarte w kodeksie cywilnym mogą znaleźć zastosowanie, dla ochrony niektórych nazw domenowych. Powyższe stwierdzenie wynika z faktu, że pewne oznaczenia wykorzystywane w adresach internetowych są dobrami osobistymi prawnie chronionymi. Dalsze rozważania będą miały szczególne znaczenie głównie dla nazwisk oraz nazw przedsiębiorstw, zarejestrowanych w charakterze nazw domenowych. Wymienione oznaczenia są bowiem dobrami osobistymi odpowiednio osób fizycznych oraz osób prawnych⁵⁵. Dodatkowy argument przemawiający za stosowaniem grupy przepisów chroniących dobra osobiste, do ochrony nazw domenowych wynika z brzmienia art. 23 k.c. Ustawodawca stwierdza w nim, że: 'dobrami osobistymi człowieka są w szczególności: zdrowie, wolność, cześć, swoboda sumienia, nazwisko lub pseudonim, wizerunek, tajemnica korespondencji, nietykalność mieszkania, twórczość naukowa, artystyczna, wynalazcza i racjonalizatorska'. Łatwo zauważyć, że cytowany przepis nie wymienia enumeratywnie dóbr osobistych objętych ochroną, a jedynie wskazuje niektóre (najważniejsze) z nich. Katalog dóbr osobistych w prawie polskim nie jest zatem wyczerpujący i niezmienny. Poszczególne dobra osobiste mogą, w miarę przemian dokonujących się w wielu dziedzinach życia pojawiać się, inne z kolei będą zanikać⁵⁶. W ten sposób za dobro osobiste wspólników spółki cywilnej została uznana nazwa przedsiębiorstwa prowadzonego w takiej formie prawnej⁵⁷. Można w związku z tym wysunąć tezę, że tego rodzaju dobrem mogłaby być

⁵⁵ Kontrowersyjna pozostaje nadal kwestia zastosowania przepisów kodeksu cywilnego chroniących dobra osobiste w przypadku podmiotów nie posiadających osobowości prawnej. W doktrynie istnieje jednak pogląd, w myśl którego brak istotnych powodów, aby ochronę tę ograniczać jedynie do osób prawnych.

⁵⁶ Za A. Wolterem, J. Ignatowiczem, K. Stefaniukiem, Prawo cywilne – Zarys części ogólnej, Warszawa 1996, s. 171

⁵⁷ Orz. S.N. z 22.03.1991r., PS 1991, nr. 3-6, s.118

również nazwa domenowa, w której wykorzystane zostało nazwisko lub nazwa przedsiębiorstwa.

Udzielenie ochrony prawnej nazwie domenowej zgodnie z art. 24 § 1 k.c., jest uzależnione od wystąpienia dwóch przesłanek:

- zagrożenia lub naruszenia prawa do oznaczenia użytego w nazwie domenowej
- bezprawności działania naruszającego

Pierwszy z warunków zostaje zrealizowany jeżeli działanie osoby trzeciej godzi w interesy uprawnionego do oznaczenia. Chodzi zatem o wystąpienie wszelkich ujemnych konsekwencji, które zostały szerzej scharakteryzowane w toku rozważań zamieszczonych w poprzednim rozdziale. Szczególny nacisk należy położyć na sytuację, gdy adres internetowy sugeruje błędnie związek danej osoby z dysponentem adresu, a zwłaszcza jeżeli takie połączenie naraża tę osobę na utratę czci lub dobrego imienia⁵⁸.

Z kolei o bezprawności działania osoby trzeciej nie stanowi jedynie sam fakt wykorzystywania cudzego nazwiska lub nazwy przedsiębiorstwa. Niezbędne jest dodatkowo wystąpienie ujemnych konsekwencji dla podmiotu uprawnionego do oznaczenia. Chodzi w tym przypadku głównie o utratę renomy przedsiębiorstwa. Renoma rozumiana jest tu jako ogół pozytywnych wyobrażeń lub ocen konsumentów o wyrobach tego przedsiębiorstwa. Odpowiednio konieczne będzie wykazanie utraty czci osoby fizycznej, której przysługuje prawo do nazwiska. Warto zwrócić również uwagę, że w przypadku drugiej przesłanki udzielenia ochrony oznaczeniu użytym w omawianym zakresie, mamy do czynienia z ułatwieniem sytuacji procesowej powoda. Ciężar udowodnienia faktu, że działanie uznane przez powoda za naruszenie lub zagrożenie jego prawa

⁵⁸ J. Barta, R. Markiewicz, Internet.. op cit, s. 275

było zgodne z prawem, spoczywa na pozwanym. W tym przypadku najczęściej pozwany mógłby powołać się na fakt uzyskania zgody uprawnionego do oznaczenia na jego używanie w adresie domenowym.

W kodeksie cywilnym przewidziane są niemajątkowe oraz majątkowe środki ochrony dóbr osobistych. Roszczenia niemajątkowe, które zostały wyszczególnione w art. 24 §1 k.c. mają na celu doprowadzenie do niezakłóconego używania oznaczenia przez uprawnionego. Ustawodawca wyróżnia wśród nich:

- roszczenie o zaniechanie działań zagrażających lub naruszających prawo do oznaczenia (art. 24 §1 zd.1 k.c.)
- roszczenie o usunięcie skutków naruszenia (art. 24 §1 zd.2. k.c.)

Pierwsze z wyżej wymienionych roszczeń jest szczególnie istotne z uwagi na swą prewencyjną rolę. Zapobiega ono bowiem skutkom wynikającym z naruszenia, które często mogą spowodować zmniejszenie lub nawet utratę renomy określonego przedsiębiorstwa. Natomiast roszczenie o usunięcie skutków naruszenia przysługuje właśnie dopiero wówczas, gdy nastąpi naruszenie prawa do oznaczenia. Można przykładowo wskazać, że samo złożenie wniosku o rejestrację nazwy domenowej będzie stanowiło jedynie działanie zagrażające prawu do oznaczenia. Natomiast udzielenie takiej rejestracji może być uznane za naruszenie tego prawa. Ustawodawca przewiduje wówczas, nie stosując enumeratywnego wyliczenia, katalog środków przysługujących osobie, której dobro osobiste zostało naruszone. Przykładowo ustawa wymienia jedynie obowiązek złożenia oświadczenia w odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie. Najważniejsze z punktu widzenia ochrony prawnej nazw domen internetowych będzie jednak doprowadzenie do unieważnienia rejestracji oznaczenia jako nazwy domenowej oraz przyznanie jej podmiotowi uprawnionemu.

Gdy chodzi o roszczenia niemajątkowe, istotne znaczenie miała nowelizacja kodeksu cywilnego z dnia 23 sierpnia 1996 roku. Ustawodawca w art. 24 § 1 dodał zdanie 3, w myśl którego: 'osoba, której dobro osobiste zostało naruszone jest uprawniona na zasadach przewidzianych w k.c., do żądania zadośćuczynienia pieniężnego lub zapłaty odpowiedniej sumy na wskazany cel społeczny'. Również na podstawie znowelizowanego brzmienia art. 448 k.c. 'w razie naruszenia dobra osobistego sąd może przyznać temu, czyje dobro zostało naruszone odpowiednią sumę tytułem zadośćuczynienia pieniężnego za doznaną krzywdę lub na jego żądanie zasądzić odpowiednią sumę pieniężną na wskazany przez niego cel społeczny'. Należy zaznaczyć, że cytowane powyżej przepisy znajdują zastosowanie wówczas, gdy skutek naruszenia prawa do oznaczenia używanego w nazwie domenowej, uprawniony do oznaczenia dozna uszczerbku niemajątkowego. Natomiast, gdyby następstwem naruszenia, o którym mowa była szkoda majątkowa, wówczas zgodnie z treścią art. 24 § 2 k.c. poszkodowany może żądać jej naprawienia na zasadach ogólnych. Z powyższego wynika, że dla realizacji tego roszczenia konieczne będzie odwołanie się do przepisów o czynach niedozwolonych (art. 415 i nast.) oraz przepisów dotyczących ustalenia odszkodowania (art. 361 i nast.), unormowanych w k.c. Warto w tym miejscu podkreślić, że o ile warunkiem wystąpienia z roszczeniami przewidzianymi w art. 24 § 1 zd. 1 i zd.2 k.c., jest jedynie fakt wykazania bezprawności działania naruszającego, o tyle, gdy chodzi o możliwość podniesienia roszczeń majątkowych sytuacja procesowa poszkodowanego jest zdecydowanie mniej korzystna. Niezbędne bowiem będzie wykazanie powstałej szkody, winy naruszającego oraz związku przyczynowego między działaniem a powstaniem szkody. Szczególne problemy wywołuje konieczność wykazania szkody oraz określenia następnie jej wysokości, biorąc pod uwagę, że prawo do nazwy przedsiębiorstwa stanowi jeden

z elementów tworzących dobrą sławę (goodwill) przedsiębiorstwa⁵⁹. Dodatkowo należy wspomnieć, że o wysokości odszkodowania decyduje rozmiar wyrządzonej szkody. Zgodnie z art. 361 § 2 k.c. naprawienie szkody obejmuje straty, które poszkodowany poniósł oraz korzyści, które mógłby osiągnąć, gdyby mu szkody nie wyrządzono. Dla zobrazowania, jak ogromne sumy uzyskują przedsiębiorstwa związane z rynkiem elektronicznym, które posiadają własne strony WWW może posłużyć poniższy przykład. Największe przedsiębiorstwa związane z rynkiem internetowym, posiadające własne strony WWW takie jak Yahoo.com, eBay.com, Buy.com, CNN.com, wskutek kilkudniowych ataków hackerów poniosły straty liczone w milionach dolarów⁶⁰. Należy dodać, że powyższe działania wywołały jedynie kilkugodzinne sparaliżowanie dostępu do stron internetowych wymienionych powyżej firm. Trudno wyobrazić sobie tym bardziej możliwość oszacowania szkody wywołanej przez naruszenie prawa do oznaczenia i używania go w adresie domenowym przez nieuprawnionego w drodze tzw. cybersquatting. Zarejestrowane oznaczenie może być wówczas niedostępne dla uprawnionego nawet przez okres wielu miesięcy, kiedy to nieuprawniony do oznaczenia celowo nie odsprzedaże prawa do nazwy domenowej (blokuje miejsce w cyberprzestrzeni).

Podsumowując należy jeszcze dodać, że powyższe rozważania odnoszą się również do nazw przedsiębiorstw, co wyraźnie wynika z brzmienia art. 43 k.c. Zgodnie bowiem z treścią przytoczonego artykułu: 'Przepisy o ochronie dóbr osobistych stosuje się odpowiednio do osób prawnych'.

⁵⁹ K. Golat, R. Golat, Oznaczenia ..., op. cit., s. 146

⁶⁰ Z. Domaszewicz, Na cel WWW niku, Gazeta Wyborcza, 8 marca 2000

4. Ochrona firmy w kodeksie handlowym.

Firma jest szczególnym rodzajem nazwy przedsiębiorstwa, przysługującym spółkom prawa handlowego. Przepisy kodeksu handlowego dotyczące firmy (art. 26 i nast. k.h.) dodatkowo wzmacniają ochronę tego typu oznaczenia⁶¹. Firma będąca oznaczeniem słownym jest często rejestrowana również w charakterze nazw domenowych. Wobec braku przepisów szczególnych regulujących problematykę wykorzystywania nazw domen internetowych można przeprowadzić analizę zastosowania prawa firmowego, dla ochrony firmy stosowanej w omawianym właśnie charakterze.

Słuszne wydaje się być stwierdzenie, że zakres zastosowania wyżej wymienionych przepisów powinien być szerszy dla ochrony nazw domenowych. W tym przypadku prawo firmowe powinno być stosowane nie tylko w odniesieniu do firmy, ale również do oznaczeń przedsiębiorców nie występujących w obrocie w formie spółek prawa handlowego. Należy wyraźnie podkreślić, że tego rodzaju rozszerzenie stosowania prawa firmowego miałoby dotyczyć wyłącznie ochrony nazw przedsiębiorców wykorzystywanych w charakterze domain names. Zatem, w poniższych wywodach pod pojęciem 'firma' należy rozumieć także nazwę przedsiębiorstwa prowadzonego przez podmiot nie będący spółką prawa handlowego.

Ochrona firmy przewidziana w kodeksie handlowym może być realizowana w dwojaki sposób:

A: w trybie nieprocesowym (art. 38 k.h.)

B: w procesie cywilnym (art. 37 k.h.)

⁶¹ Ochrona firmy może bowiem być dochodzona również na podstawie przepisów ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz.U. Nr 47 poz. 211 z późn. zm.) oraz przepisów k.c.

Ad. A: W przypadku trybu nieprocesowego kluczową rolę odgrywa sąd rejestrowy. Zgodnie z brzmieniem art. 38 k.h., organ ten powinien z urzędu czuwać nad należyтым przestrzeganiem przepisów o firmie. Sąd rejestrowy na podstawie powołanego powyżej przepisu zapewnia kontrolę prawidłowości nie tylko obierania firmy, lecz również zgodności z prawem jej dalszego używania w obrocie. Nie ulega bowiem wątpliwości, że wykorzystywanie firmy w nazwie domenowej jest stosowaniem tego oznaczenia w obrocie. W doktrynie istnieje także pogląd, że sąd rejestrowy nadzoruje używanie firmy w reklamie. Biorąc pod uwagę siłę oddziaływania oznaczeń w adresach internetowych, można stwierdzić, że również takiego rodzaju wykorzystywanie firmy powinno podlegać nadzorowi sądu rejestrowego. Organ ten, w razie wątpliwości, który podmiot ma prawo posługiwania się firmą w nazwie domeny, rozstrzygałby na podstawie wpisu w odpowiednim rejestrze⁶². Postępowanie takie będzie możliwe po wejściu w życie ustawy o Krajowym Rejestrze Sądowym (Dz. U. Nr 121 poz. 769), który będzie rejestrem o zasięgu ogólnokrajowym. Można zatem dostrzec w związku z tym pewne podobieństwo w funkcjonowaniu systemu rejestracji nazw domen internetowych i K. R. S. W obu przypadkach, dwa różne podmioty nie mogą wykorzystywać identycznych oznaczeń w charakterze firmy bądź nazwy domenowej. W razie konfliktu dotyczącego prawa do nazwy domenowej, rozstrzygające znaczenie będzie miał fakt dokonania wpisu w K. R. S. Podmiot, który uzyskał rejestrację firmy, miałby również prawo do wykorzystywania zarejestrowania oznaczenia w nazwie domenowej. Należy także dodać, że postępowanie nieprocesowe, o którym mowa, może być wszczęte przez sąd rejestrowy, jak i z inicjatywy osób trzecich. Ma to szczególnie istotne znaczenie dla uprawnionego do określonego

⁶² Od 1. 01. 2001 w Krajowym Rejestrze Sądowym

oznaczenia, który z reguły pierwszy poweźmie informację o wykorzystywaniu jego nazwy (firmy) w cudzym adresie domenowym.

Ad. B: Drugi z proponowanych sposobów ochrony nazw domen internetowych w oparciu o przepisy kodeksu handlowego o firmie wynika z art. 37. Zgodnie bowiem z brzmieniem tego przepisu, pokrzywdzonemu bezprawnym wykorzystywaniem firmy przysługuje roszczenie o zaniechanie dalszego używania firmy, co nie wyłącza dalej idących roszczeń przewidzianych w innych przepisach.

Ustawodawca nie sprecyzował jednak, jak rozumieć należy zawarte w art. 37 k.h. pojęcie bezprawności, które jest kluczową przesłanką dochodzenia roszczeń na jego podstawie. Biorąc pod uwagę ratio legis powołanego przepisu, którym jest zapewnienie skutecznej ochrony firmy w k.h., może on być stosowany w następujących przypadkach⁶³:

- gdy używanie firmy jest sprzeczne z bezwzględnie obowiązującymi przepisami prawa
- gdy firma nie odróżnia się dostatecznie od firm już wpisanych lub zgłoszonych do rejestru
- gdy używanie firmy narusza prawo podmiotowe osób trzecich o charakterze bezwzględnym (np.: prawo do nazwiska, prawo z rejestracji znaku towarowego).

Według R. Skubisza bezprawność należy rozumieć w tym przypadku jako 'brak możliwości przeciwstawienia uprawnionemu do firmy własnego prawa do używania oznaczenia'⁶⁴. Z tego rodzaju sytuacją będziemy mieli do czynienia, gdy osoba trzecia dokonuje rejestracji firmy w charakterze nazwy domenowej, będąc jednocześnie nieuprawniona do używania tego oznaczenia.

⁶³ M. Allerhand, Kodeks handlowy z Komentarzem, Bielsko-Biała, 1994, s.63 pkt.2., J.Szwaja (w:) S. Soltysiński, A. Szajkowski, J. Szwaja, op cit., s.447

⁶⁴ R. Skubisz, Prawo do firmy, op. cit., s.27

Z kolei 'pokrzywdzonym bezprawnym używaniem firmy' na gruncie art. 37 k.h. jest ten, czyje prawo do firmy lub inne prawo podmiotowe (np.: prawo do nazwiska) zostało naruszone na skutek używania firmy⁶⁵. Może nim być zatem spółka prawa handlowego, inny przedsiębiorca, osoba fizyczna lub osoba prawna, nie będące przedsiębiorcami. Na pokrzywdzonym spoczywa w procesie ciężar udowodnienia, że używanie firmy narusza jego prawo podmiotowe. Powyższe wynika z zasady kontrydiktoryjności obowiązującej w procesie cywilnym oraz z brzmienia art. 6 k.c. Natomiast kwestia winy naruszającego pozostaje bez znaczenia ponieważ odpowiedzialność na gruncie omawianego przepisu ma charakter obiektywny.

Jak wynika z dalszej analizy art. 37 k.h. pokrzywdzony bezprawnym używaniem firmy może żądać zaniechania dalszego używania firmy. Należałoby jednak uściślić, czego nie czyni ustawodawca, że chodzi w tym przypadku o zaniechanie dalszego bezprawnego używania, a nie używania w ogóle. Omawiany przepis nie zawiera także katalogu roszczeń, które przysługiwałyby pokrzywdzonemu. Na gruncie analizowanej problematyki ochrony nazw domen internetowych najbardziej istotną kwestią będzie możliwość nakazania przez sąd unieważnienia rejestracji nazwy domenowej oraz przyznania jej podmiotowi uprawnionemu do firmy. Podsumowując warto wskazać, że art. 37 k.h. przewiduje również dla ochrony firmy podniesienie roszczeń wynikających z innych przepisów (np.: z ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji).

⁶⁵ J.Szwaja (w:), op. cit., s.449

5. Prawo z rejestracji nazwy domenowej – nowe prawo podmiotowe wyłączone.

Jak wynika z przeprowadzonych dotychczas rozważań, stosowanie regulacji prawnych dotyczących wykorzystywania w obrocie oznaczeń indywidualizujących przedsiębiorców, w celu ochrony prawnej nazw domen internetowych, może rodzić problemy. W związku z powyższym można poddać pod dyskusję kwestię, czy dla ochrony nazw domenowych nie należałoby wyodrębnić nowego prawa podmiotowego wyłączonego – prawa z rejestracji nazwy domenowej. Za podjęciem tego rodzaju kroków przez ustawodawcę przemawiałby również pogląd, w myśl którego regulacji dotyczących ochrony oznaczeń nie można wprost zastosować do adresów internetowych, które de facto nie odpowiadają ściśle żadnej kategorii chronionych oznaczeń⁶⁶. W istocie bowiem adresy domenowe służą do wskazywania urządzenia (hosta), nie zaś określonego podmiotu.

W prawie polskim istnieje zamknięty katalog praw wyłącznych. W związku z tym niezbędne byłoby podjęcie działań przez ustawodawcę, które polegałyby na określeniu treści, a następnie wprowadzeniu nowopowstałego prawa do systemu prawnego.

Prawo z rejestracji nazwy domenowej, będąc prawem podmiotowym wyłącznym (bezwzględny) byłoby skuteczne *erga omnes*. Obowiązek nieingerencji w sferę uprawnień ciąży zatem na wszystkich pozostałych podmiotach, które są zobligowane do zaniechania działań naruszających prawo podmiotowe.

Biorąc pod uwagę funkcje jakie pełnią dziś adresy internetowe oraz wartość jakiej nabierają one w obrocie gospodarczym, prawo z rejestracji nazwy domenowej z całą pewnością można by było zaliczyć do kategorii praw podmiotowych o charakterze majątkowym.

⁶⁶ J. Barta, R. Markiewicz, Twardy orzech ...,op.cit.

Gdy chodzi o możliwość przeniesienia prawa z rejestracji nazwy domenowej, na gruncie prawa polskiego jest ona dopuszczalna. Jak słusznie zauważają J. Barta i R. Markiewicz, treścią takiej umowy nie jest jednak przeniesienie prawa w ścisłym znaczeniu, lecz rezygnacja z rejestracji przez dotychczas uprawnionego z jednoczesnym wnioskiem o przyznanie tego adresu na rzecz innego podmiotu⁶⁷.

W chwili obecnej trudno przewidzieć, kiedy, i w jakim kierunku zostaną podjęte przez ustawodawcę kroki mające na celu usunięcie licznych problemów prawnych powstających w związku z wykorzystywaniem adresów internetowych. Nie ulega jednak wątpliwości, że przyznanie ochrony prawnej nazwom domenowym jest niezbędne, bez względu na to czy nastąpi to w oparciu o istniejące regulacje, czy też przez wypracowanie nowej ochrony *sui generis*.

⁶⁷ J. Barta, R. Markiewicz, Internet..., op. cit., s. 277

Bibliografia

- Allerhand M., *Kodeks handlowy z komentarzem*, Bielsko-Biała 1994
- Barta J., Markiewicz R., *Internet a prawo*, Kraków 1998
- Barta J., Markiewicz R., *Prawo cyberprzestrzeni i stare konwencje*, „Rzeczpospolita” 15.11.1997
- Barta J., Markiewicz R., *Twardy orzech do zgryzienia*, „Rzeczpospolita” 06.08.1998
- Burk D.L., *Trademarks along the infobahn: A first look at the emerging law of Cybermarks*, Richmond 1995
- Chmura R., Włodarczyk W., *Znak towarowy versus adres WWW, Teoria i praktyka reklamy* nr 3 (58), 1999
- Chmura R., Włodarczyk W., *Bezprawne używanie zarejestrowanych znaków towarowych w adresach domenowych w świetle ustawy o znakach towarowych* [w] *Internet - problemy prawne*, Lublin 1999
- Delaney J. F., Lichstien A., *The law of the Internet: Summary of the U.S. Internet case law and legal developments*, Journal Copyright Society of the U.S.A, 1997
- Domaszewicz Z., *Na cel WWWniku*, „Gazeta Wyborcza”, 08.03.2000
- Golat K., Golat R., *Oznaczenia indywidualizujące przedsiębiorców*, Warszawa 1998
- Grzybowski S., *Ochrona dóbr osobistych według przepisów ogólnych prawa cywilnego*, Warszawa 1957
- Kruczalak K., *Działalność gospodarcza w formie spółki prawa handlowego i cywilnego*, Gdańsk 1991
- Maher D.W., *Trademarks on the Internet: Who's in charge?*, Chicago 1996
- Opalski T., *Ochrona nazwy handlowej w Polsce*, PUG 1980, nr 11
- Pikoń K., *ABC Internetu*, Gliwice 1998
- Późniak-Niedzielska M., *Użycie cudzego nazwiska jako znaku towarowego*, Rejent 1994, nr. 7-8
- Promińska U., *Ustawa o znakach towarowych – komentarz*, Warszawa 1998
- Samcik M., Domaszewicz Z., *Szarża na sieć*, „Rzeczpospolita” 04.02.2000
- Schwimmer M., Lehman F. Z., *A world survey, Managing Intellectual Property* [w] *Domain names protection*, 1997
- Skubisz R., *Nowa ustawa o znakach towarowych*, PUG 1985, nr 7
- Skubisz R., *Prawo z rejestracji znaku towarowego i jego ochrona*, Lublin 1998
- Stanisławska-Kloc S., Kot D., *Naruszenie prawa do znaku towarowego w związku z jego rejestracją i używaniem w nazwie domeny internetowej*, [w]
- Szpunar A., *Ochrona dóbr osobistych*, Warszawa 1975
- Sołtysiński S., Szajkowski A., Szwaja J., *Kodeks handlowy. Komentarz*, Warszawa 1997
- Tanenbaum W.A., *Rights and remedies for three common trademark-domain name disputes*, 1997
- Wolter A., Ignatowicz J., Stefaniuk K., *Prawo cywilne – Zarys części ogólnej*, Warszawa 1996

Wykaz ważniejszych adresów internetowych

1. www.alllaw.com
2. www.eber.kul.lublin.pl/~marka-r/
3. www.findlaw.com
4. www.igoldrush.com
5. www.incorporate-it.ca/protecti.htm
6. www.internic.net
7. www.kul.lublin.pl/prawo
8. www.law.indiana.edu/law/v-lib/lawindex.html
9. <http://law2.house.gov>
10. www.law.uj.edu.pl
11. www.mediacentral.com/Magazines?MediaDaily/OldArchives
12. www.nask.pl
13. www.nask.pl/dns_rules.html
14. www.netb2b.com:80/cgi-bin/cgi-article/monthly/97/07/01/article10
15. www.networksolutions.com
16. www.pleinfo.com/scripts/summary.asp?Article_ID=1481
17. www.ripe.net/ripenncc/about/index.html
18. www.rzeczpospolita.pl
19. www.winter.pl/etykieta.html
20. <http://wipo2.int/process/eng/finalreport.rft>
21. www.wsp.krakow.pl/Pi-asc/papers.html
22. www.vagla.eu.org/

Wykaz ważniejszych skrótów

Dz. U.	-	Dziennik Ustaw
IAHC	-	International ad hoc Commitee
IANA	-	Internet Assigned Number Authority
InterNIC	-	Internet Network Information Center
k.c.	-	kodeks cywilny z 1964 r.
k.h.	-	kodeks handlowy z 1934 r.
K. R. S.	-	Krajowy Rejestr Sądowy
NASK	-	Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa
NSI	-	Network Solution Incorporation
OSNCP	-	Orzecznictwo Sądu Najwyższego: Izba Cywilna oraz Izba Pracy i Ubezpieczeń Społecznych
PUG	-	„Przegląd Ustawodawstwa Gospodarczego”
SLD	-	Second Level Domain
S.N.	-	Sąd Najwyższy
TCP/IP	-	Transmission Control Protocol/ Internet Protocol
TLD	-	Top Level Domain
WIPO	-	World Intellectual Property Organization
WWW	-	World Wide Web
u.z.t.	-	Ustawa o znakach towarowych
u. z. n. k.	-	Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji

Wykaz źródeł prawa

1. Ustawa z dnia 27 czerwca 1934 r. Kodeks handlowy, Dz. U. z 1934 Nr 57, poz. 502 z późn. zm.
2. Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny, Dz. U. z 1964 Nr 16, poz. 93 z późn. zm.
3. Ustawa z dnia 31 stycznia 1985 r. o znakach towarowych, Dz. U. z 1985 r. Nr 5, poz. 17, z późn. zm.
4. Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Dz. U. z 1993 r. Nr 47, poz. 211, z późn. zm.
5. Ustawa z dnia 20 sierpnia 1997 r. o Krajowym Rejestrze Sądowym, Dz. U. z 1997 r. Nr 121, poz. 769
6. Konwencja Paryska z dnia 20 marca 1883 r. o ochronie własności przemysłowej, zrewidowana w Sztokholmie dnia 14 lipca 1967, Dz. U. z 1975 r. Nr 9, poz. 51
7. Dyrektywa Rady Wspólnot Europejskich Nr 89/104 EWG o harmonizacji przepisów prawa Państw Członkowskich o znakach towarowych

Spis treści

Rozdział I.	Zagadnienia wstępne	1
	1. Internet – uwagi ogólne	1
	2. Domena internetowa	5
	2.1. Pojęcie domeny internetowej	5
	2.2. Rodzaje i funkcja adresów internetowych.....	6
	2.3. Budowa i brzmienie nazw domen internetowych	11
	2.4. System rejestracji nazw domen internetowych	12
Rozdział II.	Nazwy domen internetowych.....	19
	1. Użycie nazwiska w nazwie domeny internetowej	20
	2. Znaki towarowe w adresach stron WWW	25
	3. Nazwa przedsiębiorstwa w adresie domenowym	
Rozdział III	Ochrona nazw domen internetowych a ochrona dóbr niematerialnych w nazwie domenowej	35
	1. Prawo znaków towarowych	36
	2. Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji	51
	3. Ochrona prawna dóbr osobistych w kodeksie cywilnym.....	54
	4. Ochrona firmy w kodeksie handlowym.....	58
	5. Prawo z rejestracji nazwy domenowej – nowe prawo podmiotowe wyłączenie.....	63

Bibliografia 65

Wykaz adresów internetowych	66
Wykaz ważniejszych skrótów	67
Wykaz źródeł prawa	68
Spis treści	69