

Spis treści

Wykaz skrótów	11
Akty prawne	11
Czasopisma, publikatory	12
Inne	13
Wstęp	15
Rozdział I	
Spamming — istota, znaczenie, ocena, terminologia	21
1. Istota zjawiska	21
2. Historia zjawiska	25
3. Pochodzenie terminu	30
4. Znaczenie gospodarcze i ocena praktyk spammingowych	33
4.1. Przesunięcie kosztów działalności (<i>cost shifting</i>)	34
4.2. Dalsze koszty	36
4.3. Uciążliwość, ingerencja w sferę prywatności (<i>nuisance factor</i>)	37
4.4. Blokada pożądanego korespondencji i zakłócenie działania sieci	37
4.5. Względy natury etycznej	38
4.6. Względy bezpieczeństwa	39
4.7. Narażenie małoletnich na nieprzystojne treści	39
4.8. Negatywny wpływ na postawę konsumentów wobec handlu elektronicznego	40
5. Badania zjawiska spammingu	40
6. Działania środowiska internetowego wymierzone przeciwko praktykom spammingowym	49

7. Charakterystyczne postaci niezamawianej poczty elektronicznej i jej definicja	52
Rozdział II	
Charakterystyka systemów: <i>opt-in</i> oraz <i>opt-out</i>	61
Rozdział III	71
Praktyki spammingowe w świetle prawa obcego	71
1. Prawo Stanów Zjednoczonych	71
1.1. Orzeczenia sądów amerykańskich w sprawie spammingu	72
1.1.1. Cyber Promotions, Inc. v. America Online, Inc.	72
1.1.2. CompuServe, Inc. v. Cyber Promotions, Inc.	73
1.1.3. State of Washington v. Heckel	75
1.1.4. Ferguson v. Friendfinders Inc.	76
1.1.5. People of California v. PW Marketing LLC	76
1.1.6. E. Spertus v. Kozmo.com	77
1.1.7. Intel Corp. v. Hamidi	78
1.2. Prawo stanowe	78
1.3. Prawo federalne	81
2. Prawo Unii Europejskiej	89
2.1. Dyrektywa 95/46/WE dotycząca przetwarzania danych osobowych oraz dyrektywa 97/66/WE dotycząca ochrony danych osobowych i prywatności w sektorze telekomunikacyjnym	91
2.2. Dyrektywa 97/7/WE w sprawie ochrony konsumentów w umowach zawieranych na odległość	94
2.3. Dyrektywa 2000/31/WE w sprawie niektórych prawnych aspektów usług społeczeństwa informacyjnego, w szczególności handlu elektronicznego we Wspólnym Rynku (dyrektywa o handlu elektronicznym)	95
2.4. Dyrektywa 2002/58/WE w sprawie przetwarzania danych osobowych i ochrony prywatności w sektorze komunikacji elektronicznej	99
2.5. Dyrektywa 2002/65/WE w sprawie marketingu prowadzonego na odległość w ramach konsumenckich usług finansowych	105

2.6. Dyrektywa 2005/29/WE w sprawie nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym	107
2.7. Podsumowanie	109
3. Problem niezamawianej korespondencji komercyjnej w świetle prawa wybranych państw europejskich	111
3.1. Wielka Brytania	112
3.2. Niemcy	116
3.3. Szwecja	123
3.4. Austria	125
3.5. Holandia	127
3.6. Belgia	129
3.7. Francja	130
3.8. Włochy	134
3.9. Finlandia	134
3.10. Irlandia	135

Rozdział IV

Użycie korespondencji elektronicznej do celów

komercyjnych w świetle przepisów prawa polskiego	137
1. Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną	139
1.1. Zakres ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną	141
1.2. Zakaz przesyłania niezamawianej informacji handlowej	152
1.3. Pojęcie informacji handlowej	159
1.3.1. Informacja handlowa a reklama	163
1.3.2. Pojęcie informacji handlowej a art. 9 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną	171
1.3.3. Wyłączenie informacji umożliwiających porozumiewanie się za pomocą elektronicznych środków komunikacji	177
1.3.4. Brak efektu handlowego pożądanego przez podmiot zlecający rozpowszechnianie	179
1.3.5. Pozostałe uwagi dotyczące pojęcia informacji handlowej	182
1.4. Udzielenie zgody na otrzymywanie komercyjnej poczty elektronicznej	184

1.4.1. Milczenie odbiorcy a udzielenie zgody na otrzymywanie informacji handlowej	192
1.5. Odbiorca niezamawianej informacji handlowej	195
1.6. Pozostałe problemy stosowania ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną	199
1.6.1. Próby obchodzenia zakazu przesyłania niezamówionej korespondencji	199
1.6.2. Odpowiedzialność usługodawcy za przesyłanie niezamówionej informacji handlowej	202
1.6.3. Problem niezamawianej informacji handlowej nie pochodzącej od nadawcy	206
1.6.4. Zagadnienia intertemporalne	207
1.6.5. Sankcja za przesyłanie niezamawianej informacji handlowej	209
1.6.6. Inne środki komunikacji elektronicznej	211
1.6.7. Prawidłowość implementacji prawa europejskiego	212
1.6.8. Orzecznictwo w sprawach dotyczących przesyłania niezamawianej informacji handlowej	216
1.6.9. Przesyłanie niezamawianej informacji handlowej jako czyn nieuczciwej konkurencji	217
1.7. Podsumowanie	217
2. Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji	218
2.1. Reklama uciążliwa	219
2.1.1. Ochrona sfery prywatności	220
2.1.1.1. Sfera prywatności indywidualnego odbiorcy niezamawianej korespondencji	225
2.1.1.2. Sfera prywatności odbiorców instytucjonalnych	229
2.1.2. Istotność ingerencji w sferę prywatności a praktyki spammingowe	232
2.1.3. Pozostałe zagadnienia związane z uznaniem praktyk spammingowych za reklamę uciążliwą	234
2.2. Sprzeczność z dobrymi obyczajami a praktyki spammingowe	236
2.2.1. Netykieta i inne kodeksy środowiska internetowego	240
2.2.2. Akty samoregulacji (Codes of Conduct) przedsiębiorstw zajmujących się marketingiem bezpośrednim	244
2.2.3. Konkluzja	246

2.3. Praktyki spammingowe a rozpowszechnianie nieprawdziwych wiadomości o charakterze gospodarczym	247
2.4. Pozostałe przepisy ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji	250
2.5. Zbieg przepisów dotyczących niezamawianej korespondencji elektronicznej	252
2.6. Odpowiedzialność cywilna za przesyłanie niezamawianej korespondencji komercyjnej	255
2.6.1. Roszczenia przysługujące pokrzywdzonemu	256
2.6.1.1. Zaniechanie niedozwolonych działań	256
2.6.1.2. Usunięcie skutków niedozwolonych działań	257
2.6.1.3. Złożenie jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie	258
2.6.1.4. Naprawienie wyrządzonej szkody	259
2.6.1.5. Wydanie bezpodstawnie uzyskanych korzyści	264
2.6.1.6. Zasądzenia odpowiedniej sumy pieniężnej na określony cel społeczny związany ze wspieraniem kultury polskiej lub ochroną dziedzictwa narodowego	265
2.6.2. Legitymacja czynna	266
2.6.3. Legitymacja bierna	269
2.6.4. Problematyka odpowiedzialności cywilnej w razie przesyłania niezamawianej informacji handlowej pomiędzy przedsiębiorcami	271
2.6.5. Pozostałe przepisy regulujące zasady odpowiedzialności cywilnej	273
3. Zagadnienie prawa właściwego i jurysdykcji	274
3.1. Prawo właściwe	277
3.2. Podstawy jurysdykcji	287
4. Pozostałe zagadnienia związane z użyciem poczty elektronicznej do celów komercyjnych	290
4.1. Problematyka niezamawianej korespondencji komercyjnej w ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów	291
4.2. Użycie poczty elektronicznej w działaniach marketingowych określonych produktów	301
4.3. Użycie poczty elektronicznej do celów komercyjnych a naruszenie dóbr osobistych	307

4.4. Ochrona zbiorowych interesów konsumentów a przesyłanie niezamawianej korespondencji	312
4.5. Ochrona danych osobowych a niezamawiana korespondencja komercyjna	318
4.6. Spam a gospodarcza wolność wypowiedzi	325
 Rozdział V	
Wnioski	330
 Bibliografia	335
 Inne ważniejsze wykorzystane materiały	343
 Adresy internetowe związane z problematyką praktyk spammingowych	347